



**MEMORIA para la solicitud de
MODIFICACIÓN DE TÍTULO**

GRADO EN COMUNICACIÓN

Junio 2019

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

ÍNDICE:

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO	3
2. JUSTIFICACIÓN	6
3. COMPETENCIAS	27
4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES	29
5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS	59
6. PERSONAL ACADÉMICO	158
7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	244
8. RESULTADOS PREVISTOS	253
9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO	257
10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN	258

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. Datos básicos

Seleccionar Nivel Grado

Indicar Denominación corta

Grado en Comunicación

Seleccionar Rama (Principal y secundaria)*

Ciencias Sociales y jurídicas

Seleccionar ISCED 1 (International Standard Classification of Education) (Obligatorio)

/ Periodismo /

Seleccionar ISCED 2 (Opcional)

Marketing Y Publicidad / Periodismo / Técnicas Audiovisuales Y Medios De Comunicación /

Seleccionar si habilita para profesión regulada No

Condición de acceso para título profesional No

¿El Grado ofrece menciones? Si

Las menciones del grado de comunicación están formadas por 36 créditos de asignaturas optativas. Las menciones son las siguientes:

Menciones	Créditos optativos vinculados
Mención en Publicidad	36
Mención en Comunicación corporativa y relaciones públicas	36
Mención en Periodismo	36
Mención en Comunicación audiovisual	36

¿Es obligatorio cursar una mención de las existentes para la obtención del título? No

1.2. Distribución de créditos en el título

Créditos totales	240
Créditos en Formación Básica	60
Créditos optativos	54
Créditos obligatorios	114
Créditos de Trabajo Fin de Grado	12

1.3. Datos asociados al centro

Universidad solicitante

054 – Universitat Oberta de Catalunya

Centro de impartición:

08070118 – Universitat Oberta de Catalunya

Modalidad de la enseñanza

A distancia

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

Primer año implantación (2015-2016)	900
Segundo año implantación	900
Tercer año implantación	900
Cuarto año implantación	900

ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula:

	Matrícula a Tiempo completo*		Matrícula a Tiempo parcial	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
Primer curso	60	60	4	56
Resto de cursos	60	60	4	56

Normas de Permanencia

https://seu-electronica.uoc.edu/portal/_resources/ES/documents/seu-electronica/Normativa_academica_EEES_CAST_xvigentx.pdf

Seleccionar Lenguas en las que se imparte

Castellano / Catalán

2. JUSTIFICACIÓN

2.1. Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo con relación a la planificación de las enseñanzas en el marco del sistema universitaria de Cataluña

En la sociedad del conocimiento, la comunicación ha adquirido una relevancia crucial en todas y cada una de sus vertientes. Entre las profesiones emergentes, hay un elevado porcentaje vinculado a la actividad comunicativa, ya sea con intencionalidad expresiva, persuasiva o informativa.

De acuerdo con los principios inspiradores de la creación del Espacio Europeo de Educación Superior, la Universitat Oberta de Catalunya se propone ofrecer una titulación de grado de carácter generalista y transversal que capacite para el desarrollo de proyectos comunicativos de muy diverso espectro: el grado en Comunicación por la UOC.

Los cambios introducidos por las tecnologías de la información y de la comunicación en el sector de la comunicación provocan que, al lado de la tradicional especialización en disciplinas comunicativas independientes (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual) surja con fuerza en el mercado laboral la necesidad de profesionales polivalentes con capacidad de adaptación al cambio y con conocimientos sobre procesos cada vez más interrelacionados. Así, una parte destacable de los profesionales de las relaciones públicas son en realidad licenciados en Periodismo, mientras que el trasvase de licenciados en Comunicación Audiovisual al sector publicitario y el de licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas al campo del cine y la televisión es también muy frecuente. La literatura consagrada al sector constata abundantemente esta situación al evidenciar, por ejemplo, que el 77% de los profesionales que trabajan en departamentos internos de relaciones públicas y son licenciados, lo son en Periodismo [fuente: Arceo Vacas, J. L. (2004: 34). *Las relaciones públicas en España*. Madrid: McGraw-Hill] y que, entre los directores de comunicación y relaciones públicas, el 33,5% son licenciados en Periodismo versus el 6,7% de licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas [fuente: Dircom (2005: 29). *El estado de la comunicación en España: 2º estudio*. Madrid: Dircom].

Por otra parte, los perfiles profesionales que se engloban dentro de una misma titulación presentan en ocasiones menos semejanzas entre sí que algunos de los perfiles que pertenecen a titulaciones diferentes. Rompiendo la estanquidad de las titulaciones preexistentes, por tanto, potenciamos al máximo las sinergias existentes entre los perfiles profesionales más afines.

Por su propia naturaleza de universidad virtual, además, la UOC intensifica la formación relativa al uso y aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En el entorno digital, los distintos soportes conviven más o menos armónicamente y las intencionalidades comunicativas se superponen a menudo, reduciéndose así la relevancia de las fronteras liminares entre las diferentes disciplinas comunicativas.

Con el objetivo de completar la formación generalista en comunicación intensificando la adquisición de determinadas competencias proponemos una serie de perfiles de optatividad que aportan una orientación más específica a cada uno de los seis ámbitos de actuación profesional que el mercado laboral suele demandar dentro del marco genérico de la comunicación. De este modo, la polivalencia

de los/las graduados/as no está reñida con las actuales y venideras demandas del sector. Al contrario: aporta un plus de flexibilidad especialmente valioso para el/la estudiante de perfil UOC (de más edad, emprendedor y con una trayectoria profesional ya iniciada pero necesitada a menudo de cierta reorientación).

El Grado en Comunicación es un título nuevo en la oferta de la Universitat Oberta de Catalunya que se construye a partir de la experiencia previa de dos titulaciones precedentes también relacionadas con el ámbito de la comunicación, el 2º ciclo en Comunicación Audiovisual homologado por el Real Decreto 361/2003, de 28 de marzo. BOE número 86-2003 de 10/04/2003 e impartido desde septiembre 2002 y el 2º ciclo en Publicidad y Relaciones Públicas homologado en la resolución de 21 de noviembre de 2005, de la Secretaría de Estado de Universidades e Investigación, según la cual se dispone la publicación del Acuerdo de Consejo de Ministros de 21 de octubre de 2005 e impartido desde septiembre de 2005.

El Grado en Comunicación provee una formación generalista en el ámbito de la comunicación teniendo en cuenta además los cambios que se producen en este sector fruto de la incorporación de las nuevas tecnologías. Por otro lado, el Grado en Comunicación tiene la voluntad de ser complementario con otros grados más específicos impulsados por el sistema universitario.

Como se constata en el “Tercer estudio de inserción laboral de los graduados de las universidades catalanas” que ha elaborado la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU) por encargo de los consejos sociales de las siete universidades públicas catalanas (UB, UAB, UPC, UPF, UdG, UdL i URV), la UOC y la UVic, el estudiante UOC, es un estudiante maduro que en un 61% ya dispone de una titulación universitaria previa en el momento de acceder a los estudios, del cual casi el 90% trabaja a tiempo completo durante los estudios, con unas altas tasas de ocupación (98%) y de estabilidad (80% contrato fijo). Ante este perfil tan concreto de estudiantes, el Grado en Comunicación ofrece una formación amplia y complementaria que el estudiante podrá adaptar a sus necesidades específicas, mediante la realización de las menciones que ofrece la nueva titulación.

La sintonía con el ámbito profesional del Grado en Comunicación se refuerza con los datos del mercado que se disponen, donde constatamos que las titulaciones del ámbito de la comunicación son algunas de las más solicitadas por los estudiantes universitarios. Respecto al estudiante específico de la UOC, en diversos sondeos establecidos al inicio de cada matrícula, nos han constatado que una titulación de 1er. Ciclo en el ámbito de la comunicación es de las opciones más demandadas.

El interés profesional del grado también se refleja en el estudio “Necesidades futuras de formación. Tendencias de mercado y estrategia para España” elaborado por DEP Consultoría Estratégica durante el pasado 2007 por encargo de la UOC. En este estudio se constata que el sector de la comunicación será uno de los sectores que generará más nuevas ocupaciones en la sociedad, con un total de 89 nuevas ocupaciones detectadas. En este mismo estudio se destaca que el ámbito de la comunicación es un nuevo “yacimiento laboral” que requerirá una oferta de formación conveniente en los próximos tiempos.

En el campo de la investigación científica, la reciente creación de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC, www.ae-ic.org) responde también a esta misma voluntad de superar las compartimentaciones que tradicionalmente han existido en el ámbito comunicativo.

La buena acogida que la comunidad científica española e internacional dispensó a su congreso fundacional I+C: Investigar la Comunicación (Santiago de Compostela, enero-febrero de 2008) demuestra que el abordaje generalista de la comunicación, con atención pero sin supeditación a las especificidades de cada disciplina concreta, es una tendencia en alza.

La actividad de investigación del profesorado del ámbito de la Comunicación en la UOC refleja una aproximación interdisciplinar y transversal al estudio de la comunicación que tiene su reflejo en la propuesta de grado. Así, se han llevado o se están llevando a cabo diferentes proyectos financiados en ámbitos como la confluencia entre medios de comunicación tradicionales, Internet y consumo cultural (Proyecto PIC Comunicación, financiado por la Generalitat de Catalunya), Arte y medios digitales (Proyecto 'Arte, estética y (new) media', HUM2006-02317, financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia), 'Entretenimiento digital: pensar y jugar con Videjuegos', proyecto financiado por la Federació Catalana de L'Esplai en el marco del proyecto educativo Eureka: educación en el tiempo libre y nuevas tecnologías, así como proyectos de innovación en creación de contenidos informativos y de entretenimiento a través de herramientas digitales o simulaciones a través de técnicas de animación para comunicación persuasiva.

Una de las características que anima esta propuesta de Grado en Comunicación es su carácter innovador. Resulta innovador un Grado en Comunicación complementado menciones que orientan a la práctica profesional al proporcionar una formación generalista del sector y una adecuación al rol profesional basada en el trabajo de las competencias básicas que deben conocer y dominar los profesionales de la comunicación. Este grado también resulta innovador porque, para facilitar los instrumentos que aseguran la formación de ciertas competencias vinculadas al mundo de la empresa, las artes, la documentación y la tecnología, se han buscado sinergias con otros Estudios de la UOC en cuanto a capacidades docentes y materiales didácticos de otros estudios como los de Economía y Empresa, los de Lenguas y Culturas, los de Información y Documentación y los de Informática, Multimedia y Telecomunicación.

Por último destacamos también el carácter innovador del grado en Comunicación en su metodología de aprendizaje, mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, como en el planteamiento de sus contenidos y en sus recursos didácticos. La innovación impregna igualmente la estructura del grado, con un enfoque generalista pero, al mismo tiempo, orientado a posibilitar una óptima inserción laboral.

Inserción laboral

La ocupabilidad en el caso de la UOC es diferente a otras universidades ya que el 95% de sus estudiantes ya son laboralmente activos en el momento de realizar la primera matrícula y que, de ellos, el 50% es mayor de 30 años. Con estas cifras, es evidente que el indicador de la inserción laboral de los graduados de la UOC no es tan relevante como pueden serlo otros factores, tales como la mejora profesional y personal. En otras palabras, el hecho de obtener una titulación universitaria en la UOC facilita a estos estudiantes no tanto la inserción laboral en sí como la posibilidad de promoción laboral o cambio de orientación profesional.

En este contexto, es significativo el Estudio de la inserción laboral de la población titulada de las universidades catalanas, "Universitat i treball a Catalunya", realizado en el año 2011 con la Agencia de Calidad del Sistema universitario catalán (AQU), con una muestra de 954 titulados de la UOC del

curso 2006/07, cuyos resultados a nivel general y su valoración han sido tenidos en el diseño de esta propuesta. Los resultados estadísticos de este estudio demuestran que:

- Sólo el 3,6% eran estudiantes a tiempo completo
- Una vez graduados, la tasa de ocupación es del 94%
- El 85% de los graduados indican que desarrollan funciones de nivel universitario
- Los graduados encuestados valoran que los estudios le han servido para mejorar profesionalmente en general con un 6,61 sobre 10

Tal y como se indica en el Libro Blanco de los títulos de Comunicación los datos que se disponen sobre inserción de los graduados de los diferentes ámbitos de la comunicación manifiestan algunas limitaciones, pues no se dispone de un análisis global del conjunto del Estado, a su vez no se disponen de estudios recientes de inserción laboral de los titulados de Madrid y Barcelona que representan más de la mitad de los titulados, y por último los datos que se hacen constar en su mayoría corresponden a la titulación de Periodismo y no a las otras dos titulaciones relacionadas, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas.

Las conclusiones que destacamos sobre inserción laboral de los licenciados del ámbito de la comunicación extraídas del Libro Blanco de los títulos de Comunicación son las siguientes:

1. Periodismo es la titulación en la que se licencian la mayoría de las personas que estudian carreras relacionadas con la comunicación.
2. La tasa de paro para los periodistas, cuatro años después de terminar la carrera es de 7,8% una tasa moderada si la analizamos en el contexto laboral nacional, con una tasa superior al 12% para los profesionales licenciados.
3. El tiempo de espera medio que tarda un licenciado en Periodismo en encontrar trabajo es relativamente breve: 3,9 meses
4. Las prácticas y los contactos personales son las principales vías de acceso al mercado laboral.
5. La especialización del currículum es una ventaja el acceso al mercado laboral pero no determinante. No aparece entre las aptitudes o habilidades que los periodistas consideran más valoradas por sus jefes.
6. Respecto al tipo de contrato se aprecia una importante presencia de temporalidad y se intuye una creciente tendencia al trabajo autónomo.

Respecto a los datos obtenidos del “Tercer estudio de inserción laboral de los graduados de las universidades catalanas” realizado por la AQU (junio 2008 <http://www.aqucatalunya.org/>) se desprende que el perfil de los estudiantes UOC es diferente del de los estudiantes de las universidades presenciales, tal como demuestra el hecho de que casi dos tercios tienen titulaciones previas finalizadas (61%) cuando acceden a los estudios. Las altas tasas de ocupación (98%) y de estabilidad (80% con contrato fijo) y los salarios elevados (sólo el 8% gana menos de 15.000 € anuales y el 27% gana más de 40.000 € anuales) demuestran que nos encontramos delante de un colectivo de graduados maduro, que más que en situación de transición en el mercado laboral, está en procesos de consolidar/progresar en su carrera profesional.

Estas cifras muestran que el indicador de la inserción laboral de los graduados de la UOC no es tan relevante como pueden serlo otros factores, tales como la mejora profesional y personal. En otras palabras, los estudiantes de la UOC buscan obtener de una titulación universitaria de la UOC no

tanto la inserción laboral en sí como la posibilidad de promoción laboral o de reorientación profesional.

Normas reguladoras del ejercicio profesional vinculado al título

El título presentado no corresponde a una profesión que se vea afectada, en este momento, por normas reguladoras que puedan condicionar la actividad profesional.

2.2. Justificación del título propuesto mediante referentes externos e internos (nacionales o internacionales)

Referentes académicos nacionales

En el diseño del plan de estudios del Grado en Comunicación de la UOC se han tenido en cuenta los siguientes elementos:

- La experiencia obtenida a lo largo de los últimos años con el desarrollo de los 2º ciclos en Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas.
- La misión de la Universitat Oberta de Catalunya de dar formación a lo largo de la vida y la misión de los estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación que tiene por objetivo formar a las personas a lo largo de vida en los ámbitos de la información y de la comunicación en el marco de la Sociedad de la Información, con una formación de prestigio y calidad, personalizada, con contenidos y modelos docentes innovadores y que responda a las necesidades del mundo profesional y de la sociedad.
- El perfil de los estudiantes del ámbito de la comunicación con una edad establecida entre 26 y 35 años el 58,2%, que aportan una gran experiencia previa en el ámbito profesional de la comunicación (95% insertados en el mundo laboral) y de procedencia académica muy diversa, tanto del ámbito propiamente de la comunicación como de otras disciplinas (turismo, derecho, educación...).
- Las recomendaciones de la Generalitat de Catalunya respecto a la formación en una tercera lengua de los estudiantes universitarios.
- Las competencias transversales de la Universitat Oberta de Catalunya por lo que se refiere a la comunicación en lengua extranjera, el uso y aplicación de las TIC y la capacidad de iniciativa emprendedora.
- Los resultados de la investigación realizada en la UOC en el ámbito de la comunicación y la sociedad de la información.
- Las demandas del sector profesional de profesionales multidisciplinares con capacidad de innovación y adaptación a las nuevas necesidades del sector.
- La estructura transversal de la universidad que con un solo centro universitario, organiza las distintas disciplinas por ámbitos de conocimiento, permitiendo la interrelación entre departamentos y la colaboración del profesorado de los diferentes programas.

Referentes académicos internacionales

Nuestra propuesta surge del estudio de la oferta académica de referencia a nivel internacional que hemos llevado a cabo durante los últimos meses. Para ello nos hemos basado en el completo informe sobre la situación de los estudios de comunicación en Europa que se detalla en el Libro Blanco de los títulos de Grado en Comunicación (ANECA) así como en una selección de universidades internacionales de reconocido prestigio mundial.

Tal y como se describe en el Libro Blanco de los títulos de Grado en Comunicación (ANECA) en el análisis de la oferta formativa de Italia se constata que a raíz de la reforma legislativa que se llevó a cabo en los años 1999 y 2000 para adaptarse al nuevo EEES existe un único título oficial de grado (Laurea triennale) en Ciencias de la Comunicación (“Scienze della Comunicazione”). Por lo tanto no existe un diploma oficial de grado en periodismo, comunicación audiovisual o publicidad y relaciones públicas sino que engloban en la propuesta general del grado en Ciencias de la Comunicación y plantean la especialización de estos ámbitos en el nivel de postgrado. Algunos ejemplos de esta formación son:

- Università Degli Studi di Torino (<http://www.unito.it/>) Laurea Triennale Scienze della Comunicazione
- Università Degli Studi di Urbino "Carlo Bo" (<http://www.uniurb.it/>) Laurea Triennale Scienze della Comunicazione

En el caso de Alemania, también se observa que se ofrece un título de Bakkalaureat (Bachelor) en Ciencia de la comunicación (Kommunikationswissenschaft), Medienwissenschaft (Ciencia de los Medios) y Medienkultur (Cultura de los Medios) donde están incluidas materias como el periodismo, la publicidad y la comunicación audiovisual. Algunos ejemplos de esta formación son:

- Universität Erfurt (<http://www.uni-erfurt.de/index.html>) Bakkalaureat in Kommunikationswissenschaft
- Universität Hamburg <http://www.uni-hamburg.de/> Bakkalaureat in Medienkultur

La tradición formativa del ámbito de la comunicación en Francia es muy variada impartida tanto en Universidades (compuestas por facultades e institutos y escuelas superiores) y en Grandes Écoles o escuelas superiores de menor rango y con un enfoque más profesionalizador. Tal y como se indica en el Libro Blanco, el estudio de las disciplinas de periodismo y de publicidad y relaciones públicas suelen estudiarse en estudios más generales de Information et Communication, permitiendo en algunos casos las orientaciones en base a menciones como Journalisme, Publicité et Marketing, Relations Publiques, Communication d'entreprise et des institutions, excepto en el caso de determinadas escuelas superiores. La disciplina de Comunicación Audiovisual dispone de unas características determinadas debido a la gran tradición que existe en este país respecto a la formación en el ámbito del cine. Algunos ejemplos destacados son:

- Université Haute Bretagne, Rennes II (<http://www.uhb.fr/index.jsp>) DEUG Métiers de l'information et de la communication
- Université Paris-Sorbonne (Paris IV).Licence Management et Communications Interculturelles. (<http://www.paris-sorbonne.fr/fr/spip.php?rubrique1052>)

En el caso de Reino Unido, se ofrecen tanto programas de grado generales como específicos que tratan las materias de periodismo, comunicación audiovisual o publicidad y relaciones públicas. En titulaciones generales como “Communications Studies”, “Media Communications”, “Media Studies”, “Media Production” y “Media Practice” se contemplan asignaturas de los tres ámbitos de la comunicación. Tal y como se especifica en el Libro Blanco, en los últimos años están apareciendo los combined studies que combinan el estudio del periodismo con otros estudios de las ciencias sociales como historia, sociología, psicología, cine, publicidad, relaciones públicas... Esta combinación de estudios genéricos con específicos también se produce en el ámbito de la publicidad como se observa en titulaciones como “Media and Public Relations”, “Media and Advertising”, “Communications and Public Relations” o “Communications and Advertising”. Algunos ejemplos son:

- Cardiff University (<http://www.cardiff.ac.uk/index.html>) BA in Communication
- University of Westminster <http://www.wmin.ac.uk> BA (Hons) in: Media Studies

A modo de ejemplo detallamos las universidades europeas que tal y como se muestra en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación ofrecen una titulación en Comunicación o afines.

- Universität Erfurt
- Universität Hamburg
- Université Haute Bretagne, Rennes II
- Université Stendhal, Grenoble III
- Libera Università Degli Studi “Maria SS. Asunta” (LUMSA) Roma
- Università Degli Studi Bologna
- Università Degli Studi di Torino
- Università Degli Studi di Urbino “Carlo Bo”
- Vilniaus Universitetas
- Universidade da Beira Interior, Covilha
- Universidade Nova de Lisboa
- Cardiff University of Wales
- De Montfort University
- University of Westminster
- Univerzita Karlova V Praga
- Rijas Universiteit Groningen
- Universiteit Van Amsterdam
- Université Paris-Sorbonne (Paris IV)

En cuanto a universidades internacionales no europeas de referencia hemos valorado especialmente la propuesta de la USC Annenberg School for Communication (<http://annenberg.usc.edu/>) que ofrece un título de Bachelor of Arts in Communication estructurado en una primera formación obligatoria de carácter general que se complementa con un grupo de cursos de carácter optativo. El currículum formativo se agrupa en diferentes áreas de estudio que representan los focos importantes de la disciplina de la comunicación.

Otros ejemplos de universidades internacionales de referencia son la University of Maryland de EE.UU. o la RMIT University de Australia. Estas universidades son un pequeño ejemplo de la gran aceptación que existe en países anglosajones de estudios genéricos en Comunicación.

A este respecto resultan relevantes los contactos que ha mantenido y mantiene la dirección de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación con los responsables académicos de la Annenberg School of Communication y, en concreto, con el Dr. Martin Kaplan, miembro de la dirección de la Annenberg School y director del Norman Lear Center, centro adscrito a la University of Southern California para el estudio de la comunicación y el entretenimiento.

Del análisis de estas ofertas académicas internacionales resaltamos que la formación global en el ámbito de la comunicación está claramente implementada y generalizada en muchos países. Respecto a la estructura curricular de los programas internacionales es recurrente la organización en bloques de contenidos generales que finalizan en menciones o itinerarios de una orientación más específica. En muchos de los programas se establece la posibilidad de complementar la formación

mediante minors vinculados. Estos métodos de estructuración del aprendizaje se contemplan plenamente en nuestra propuesta, mediante las menciones establecidas en el Grado en Comunicación y la posibilidad de cursar minors, en el grupo de materias optativas, con el objetivo de permitir una mayor movilidad de nuestros estudiantes e incrementar su empleabilidad en un marco de concordancia con el sistema educativo del entorno europeo en el que nos encontramos.

Por último, respecto al análisis de referentes externos internacionales destacamos la actividad que un grupo de profesores de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación han realizado en diferentes universidades extranjeras en los últimos tiempos, como el profesor Dr. Agustí Canals en la Wharton School de la University of Pennsylvania, el Dr. Alex López en la Loughborough University, el Dr. Joseph Cobarsí y el Sr. Oriol Miralbell en la Syracuse University, y la Dra. Gemma San Cornelio en la University of Amsterdam. Todas estas estancias nos han permitido tener un sólido conocimiento de la formación del ámbito de la comunicación y la información que se imparte en diferentes países.

Colectivos y expertos externos consultados

En el proceso de consulta externo para esta propuesta del Grado en Comunicación se ha considerado conveniente realizar diferentes acciones sobre los grupos de interés que intervienen en la propuesta de grado que se presenta.

En este sentido se ha consultado de forma intensiva el sector profesional mediante entrevistas con profesionales y empresas tanto en el ámbito catalán como español. Estas entrevistas han tenido por objetivo conocer sus opiniones sobre la propuesta y su adecuación a la realidad del sector. Especialmente haciendo hincapié en las propuestas de orientaciones curriculares y las competencias definidas.

Dado que la titulación propuesta tiene un marcado carácter generalista, se ha procurado que la muestra de empresas y profesionales consultados abarcara la diversidad de los ámbitos implicados: periodismo, relaciones públicas, publicidad, industria audiovisual... Este esfuerzo adicional ha puesto en evidencia que muchas empresas ya desarrollan su actividad en diversos ámbitos simultáneamente, de modo que la polivalencia de los futuros graduados les resulta especialmente valiosa a la hora de facilitar la movilidad interna, muy buscada en un entorno tan cambiante como el de la comunicación. La muestra consultada ha recogido igualmente la diversidad existente en el sector respecto a las dimensiones de las compañías que operan en él: grandes multinacionales, empresas autóctonas de todo tamaño y profesionales autónomos.

Aunque las profesiones para las que capacita el grado no requieren colegiación y, en consecuencia, la existencia de colegios profesionales no es homogénea ni desde una perspectiva territorial ni desde una perspectiva disciplinar, las consultas se han extendido también a alguna de las organizaciones colegiales existentes para no descuidar su punto de vista. La solidez de la propuesta se ha contrastado también con asociaciones dedicadas a la investigación, ya sea con un enfoque generalista (como la Asociación Española de Investigación de la Comunicación) o más específico (como la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas). Por último, aprovechando los lazos consolidados a través de la Conferencia de Decanos de las Facultades de Ciencias de la Comunicación, también han sido consultados los máximos responsables académicos de algunas de

las titulaciones vinculadas a la comunicación que se imparten actualmente y que, en muchos casos, se hallan enfrascados a su vez en la adaptación al EEES de su propia oferta formativa.

El volumen de información recogido a través de toda esta labor de consulta ha permitido ratificar la validez de la orientación que se ha dado al Grado pero también ha aportado numerosas consideraciones que han contribuido de forma determinante a la mejora de la propuesta. La estructuración de las menciones ha sido, en gran medida, deudora de estas aportaciones puesto que de forma muy mayoritaria se ha constatado que el sector está muy bien predispuesto a acoger a profesionales capaces de integrarse con flexibilidad en el desarrollo de proyectos comunicativos de todo tipo (en contextos muy diversos) pero que, al mismo tiempo, se valora como un plus muy deseable que su formación les oriente hacia el ejercicio de actividades un tanto más específicas mediante la intensificación de determinadas competencias.

La metodología empleada en los procedimientos de consulta externos se compuso de las siguientes fases:

- Selección de una muestra representativa de colectivos vinculados al ámbito de la titulación (empresas de distinta envergadura de los sectores implicados, asociaciones profesionales y académicas, docentes de otros centros universitarios, etc.)
- Selección de interlocutores adecuados para cada uno de los colectivos seleccionados en la fase anterior
- Presentación del proyecto de titulación a los interlocutores seleccionados, haciendo énfasis en los aspectos siguientes:
 1. Información estratégica de los Estudios (misión, valores guía)
 2. Datos del sector internos y externos
 3. Modelo de oferta educativa (grado, posgrados)
 4. Justificación del grado
 5. Estructura curricular propuesta
 6. Perfil de la titulación
 7. Competencias
 8. Plan de estudios
- Fase inicial de la entrevista con los interlocutores, empleando un cuestionario estructurado para determinar la valoración que hacen del proyecto
- Fase final de la entrevista con los interlocutores, con formato abierto para dar cabida a cualquier consideración adicional que consideren oportuno formular
- Análisis de las valoraciones y aportaciones obtenidas y, si se tercia, adaptación del proyecto a los requerimientos recibidos.

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

El proceso de diseño de los planes de estudio de la UOC se fundamenta en dos procesos previos, por un lado los planes pilotos de adaptación llevados a cabo en Cataluña en el curso 2005/06 y su posterior implantación, y por otro el proceso interno de reflexión y análisis de algunos de los conceptos básicos del EEES y su impacto en nuestra universidad. Los conceptos identificados y abordados por 8 grupos de trabajo interdisciplinares fueron:

- Créditos ECTS
- Competencias
- Plan docente
- Sistemas de evaluación
- Reconocimiento de la experiencia profesional
- Materiales didácticos
- Aula virtual
- Trabajos final de Grado/Master

Para cada uno de estos grupos se concretaron objetivos de trabajo y se presentaron los documentos de conclusiones a mediados del 2007, en julio de 2007 se concretan todas las propuestas en el documento: Conclusiones finales al debate sobre la adaptación metodológica al EEES.

Para trabajar la definición del Grado en Comunicación se ha seguido el protocolo interno de la UOC para la elaboración de las propuestas, con la consecuente creación de una **comisión de titulación** que cuenta con el apoyo de los diferentes equipos implicados en el diseño e implantación del programa. En este proceso previo de definición del nuevo Grado han participado activamente todos los profesores de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC implicados en él, y también el personal de gestión asociado a los estudios.

Los miembros que forman la Comisión de Titulación del programa del grado de Comunicación, que está adscrito a los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, son el Dr. Dr. Jordi Sánchez-Navarro (director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación), la Dra. Amalia Creus (directora del grado de Comunicación), el Dr. Antoni Roig (profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación), el Dr. Ferran Lalueza (profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación), la Dra. Gemma San Cornelio (profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación), la Dra. Sílvia Sivera (profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación), la Dra. Núria Ferran (profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación) y la Sra. Montserrat Atienza (Manager de Programas de Información y Comunicación). Esta comisión se ha reunido de forma periódica y han trabajado intensamente en la definición final de aspectos destacados en la propuesta como el perfil profesional, las orientaciones, la definición de las competencias específicas del Grado y el plan de estudio propuesto, y a partir de los referentes descritos en el punto 2.2., y de las aportaciones realizadas por los agentes internos y externos.

Respecto a la Comisión de Apoyo a la Titulación está integrada por miembros del Área de Programación y Calidad, el Área de Servicios Académicos, el Área de Marketing y Comercial. La finalidad de esta comisión ha sido, a través de procedimientos de información y consulta, velar por la viabilidad metodológica, operativa, económica y de calidad de la propuesta, así como para dotar de coherencia al conjunto de propuestas de nuevo Grado en curso de elaboración.

A lo largo de los meses de elaboración de la propuesta se han realizado sesiones internas del profesorado que conforman los Estudios, así como aquellos de otros Estudios que son responsables de asignaturas ofrecidas en el Grado y también el personal de gestión asociado a los Estudios. Estas sesiones han trabajado intensamente la definición final de aspectos destacados en la propuesta como el perfil profesional, las orientaciones, competencias y el plan de estudios propuesto.

Por lo que respecta a los estudiantes, uno de los canales para informar y consultar a este colectivo es a través de sus representantes en la Comisión de Estudios. Las comisiones de estudio son el órgano que se arbitra para canalizar la participación de los estudiantes en el funcionamiento ordinario de estos estudios y para hacer llegar a sus responsables las opiniones y las sugerencias del colectivo de los estudiantes con respecto a las cuestiones académicas. La Comisión de Estudios está formada por el director de los estudios respectivos, que actúa como presidente, y por los vocales, que son los directores de programa pertenecientes a los Estudios y unos representantes escogidos entre los estudiantes. En las pasadas reuniones de las Comisiones de Estudios se informó a los representantes de las nuevas propuestas de grado presentadas por la UOC y del inicio del trabajo en las propuestas del ámbito de la Información y la Comunicación.

Por otro lado, también se han realizado acciones específicas destinadas a recabar las valoraciones de los docentes colaboradores que participan en el programa del 2º ciclo de la licenciatura en Comunicación Audiovisual y del 2º ciclo de la licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, formado por tutores y docentes colaboradores de asignaturas. Este colectivo ha sido consultado y escuchado con suma atención puesto que lo componen 83 personas que son profesionales en activo y/o docentes universitarios de estas disciplinas. Su conocimiento del sector de la comunicación y su experiencia académica han resultado enormemente valiosos. Sus aportaciones han permitido contrastar la validez de la propuesta y han contribuido a resolver sus posibles carencias y optimizar sus logros potenciales.

Para llevar a cabo la presentación de la propuesta del nuevo grado y recoger las opiniones del equipo docente se han realizado sesiones presenciales donde, en base a una documentación de partida sobre el Grado en Comunicación, se ha debatido sobre la definición del perfil y sus orientaciones, las competencias definidas y el plan docente propuesto. También se ha hecho llegar esta información a los docentes colaboradores que no pudieron asistir a las convocatorias presenciales junto con una encuesta de valoración en formato digital que ha permitido recoger así su punto de vista. La aceptación de la propuesta ha sido prácticamente unánime. Las aportaciones de mejora más reiteradas, además, han podido integrarse en los planteamientos originales del nuevo grado, de modo que el resultado final se ha visto notablemente reforzado y enriquecido por la pluralidad de puntos de vista considerados.

Finalmente la propuesta Memoria de solicitud del Grado en Comunicación ha sido sometida a la Comisión Académica de la Universidad, integrada por todos los Directores de Estudios de la UOC más los miembros del Consejo de Gobierno (Rector y Vicerrectores).

2.3. Potencial de la institución y su tradición en la oferta de enseñanza

Adecuación a los objetivos estratégicos de la universidad

Un primer aspecto destacable en cuanto a la adecuación de esta titulación a los objetivos estratégicos de la Universidad es su carácter generalista y transversal. El Grado de Comunicación capacita a sus estudiantes para el desarrollo de proyectos comunicativos desde una perspectiva amplia, integral e innovadora. Se trata de un título creado, desde su origen, con vocación claramente interdisciplinar, en la medida que no solamente integra diferentes disciplinas específicas del ámbito

de la comunicación, sino que incorpora en su plan de estudio la participación activa de profesores de otros ámbitos, como son Información, Economía y Empresa, Artes e Humanidades e Informática.

Esta preocupación por la transversalidad constituye una línea de trabajo histórica de la Universidad Oberta de Catalunya, que además responde claramente al actual plan estratégico de la UOC (Plan Estratégico 2014-2020) donde el eje 1- *Impulso a la transversalidad y la flexibilidad* - pone de manifiesto los siguientes aspectos:

- La UOC fomenta la multidisciplinariedad de los programas, de forma que cada estudiante obtenga los conocimientos y competencias que le permitan un óptimo desarrollo personal y profesional.
- Los diversos ámbitos de conocimiento de la universidad desarrollan conjuntamente propuestas interdisciplinarias de formación que el estudiante incorpora en el diseño del currículum personal y para las cuales recibe reconocimientos progresivos.

Asimismo cabe destacar que los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, marco en el que se imparte el Grado de Comunicación, cumplen 15 años de existencia en el 2015. Esta trayectoria avala el posicionamiento de la Universidad Oberta de Catalunya como centro de referencia en el ámbito de la Información y la Comunicación. Así, los estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación han sido pioneros en el impulso de lo que hoy constituye una línea de trabajo clave en la estrategia institucional de la Universitat Oberta de Catalunya: la voluntad de potenciar un área de conocimiento centrada en el ámbito creativo y en el desarrollo de metodologías y herramientas pedagógicas que den respuesta las necesidades de formación de los profesionales de la creatividad.

Coherencia con otros títulos existentes o tradición previa en estudios de naturaleza o nivel similares.

El Grado en Comunicación ha sido diseñado a partir de la experiencia de dos titulaciones precedentes también relacionadas con el ámbito de la comunicación: el 2º ciclo en Comunicación Audiovisual, homologado por el Real Decreto 361/2003, de 28 de marzo (BOE número 86-2003 de 10/04/2003) e impartido desde septiembre 2002 y el 2º ciclo en Publicidad y Relaciones Públicas (homologado en la resolución de 21 de noviembre de 2005, de la Secretaría de Estado de Universidades e Investigación, según la cual se dispone la publicación del Acuerdo de Consejo de Ministros de 21 de octubre de 2005), impartido desde septiembre de 2005.

Tomando como punto de referencia esta tradición previa, el plan de estudios del Grado de Comunicación está diseñado con una doble finalidad: proporcionar una formación de carácter generalista y transversal en el ámbito de la comunicación y ofrecer a los estudiantes la posibilidad de intensificar la adquisición de competencias en ámbitos específicos de actuación profesional. Esta especialización se lleva a cabo mediante menciones que complementan la formación básica y obligatoria del Grado. En concreto 1) Publicidad, 2) Comunicación corporativa y relaciones públicas, 3) Periodismo, 4) Comunicación Audiovisual.

Por otra parte, la propuesta formativa del grado en Comunicación tiene una clara conexión con la oferta de posgrado existente en la UOC. Destacamos algunos de los programas ofertados por los

Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación y por otros estudios de la UOC que más directamente se relacionan con las menciones que establece la titulación:

- Máster Universitario en Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas
- Màster Universitario en Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos
- Màster Universitario en Social Media: Gestión y Estrategia
- Màster Universitario en Estrategia y Creatividad en Publicidad
- Máster Universitario en Gestión Estratégica de la Información y el Conocimiento en las Organizaciones
- Máster Universitario en Marketing Digital
- Máster en Cine Fantástico y Ficción Contemporánea (UOC-Sitges Festival Cine Fantástico de Cataluña)
- Especialización en Diseño de Información, Infografía y Motion Graphics
- Especialización en Comunicación de Crisis y Habilidades Directivas
- Especialización en Protocolo Empresarial y Oficial
- Máster Universitario en Aplicaciones multimedia
- Especialización en Documentalista audiovisual y film researcher

El catálogo actual de programas de máster y posgrado de la UOC en el ámbito de la comunicación, o ámbitos afines, proporciona a los graduados en comunicación la posibilidad de disfrutar de una oferta amplia de formación continuada de calidad homologada.

Líneas de investigación asociadas: grupos de investigación, proyectos en el último trienio, convenios, tesis, publicaciones y, en su caso, reconocimiento de calidad alcanzados.

Un indicativo claro del potencial de la institución en lo que se refiere a la oferta de enseñanzas en el ámbito de la comunicación es la producción académica investigadora en ciencias sociales, y en particular, en comunicación.

La actividad de investigación, innovación y transferencia de la UOC está desarrollada por más de 400 investigadores y se organiza a través de 45 grupos de I+D+i vinculados a un Estudio o a uno de los dos centros de investigación de la Universidad: el IN3 y el eLearn Center.

- IN3: El Internet Interdisciplinary Institute (IN3) es un instituto de investigación de la UOC especializado en investigación sobre la sociedad en red y la economía del conocimiento, así como en el estudio de las tecnologías de red y áreas específicas de software. El IN3 ofrece el programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. El Instituto acoge cada año a profesores visitantes, research fellows y visiting scholars.
- eLearn Center: El eLearn Center (eLC) es el centro de investigación, innovación y formación en e-learning de la UOC. Inspirado en un modelo de investigación en red, en el eLC facilitan el trabajo y la colaboración entre equipos, profesionales e instituciones de dentro y fuera de la UOC para buscar formas más innovadoras de ver y sentir el e-learning. Esta red de expertos responde a las necesidades y demandas de la educación virtual, promueve modelos y metodologías de aprendizaje innovadores y mejora la calidad de la formación virtual.

En cuanto a la dedicación en investigación del profesorado de la UOC es relevante destacar la importancia que tienen los grupos y ámbitos de investigación estrechamente vinculados al campo de la información y la comunicación. Destacamos muy especialmente la investigación en el campo de la Sociedad del Conocimiento, en particular aquellos grupos de investigación orientados al estudio de los medios, la cultura digital, la gestión del conocimiento en las organizaciones, entre otros. A continuación enumeramos algunos de los grupos de investigación liderados por la UOC y vinculados de forma directa o transversal al ámbito de la comunicación, bien como las publicaciones más destacadas:

Grupos de Investigación Consolidados y Emergentes liderados por profesores de los estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación:

- Game: (Grupo emergente, 2014) que investiga el análisis del entretenimiento y el ocio digital desde la perspectiva de los usos sociales y consumo cultural propias de la sociedad del conocimiento contemporánea. Y el grupo de investigación ECO que trabaja sobre los entornos y procesos de enseñanza y aprendizaje basados en el entretenimiento, la colaboración, la creatividad y las tecnologías audiovisuales.

Grupos de Investigación Consolidados y Emergentes en el que participan como miembros investigadores profesores de los estudios de Ciencias de la Información y de la comunicación, liderados por profesorado de otros departamentos de la UOC:

- KIMO (Knowledge and Information Management in Organizations): Grupo de Investigación Emergente por la Generalitat de Catalunya en 2005 y Grupo de Investigación Consolidado en 2009. Sus líneas de investigación tienen una visión claramente interdisciplinaria, aspecto favorecido por las distintas procedencias académicas de sus miembros (Información y Documentación, Comunicación, Organización de Empresas, Ingenierías y otras áreas científico-técnicas, etc.)
- Mediaccions. (Grupo de Investigación Consolidado, 2014). Tiene como objetivo el estudio de la cultura digital y la comunicación, y en concreto, el análisis de las transformaciones sociales y las prácticas culturales relacionadas con las tecnologías y medios digitales, a partir de un enfoque interdisciplinario, basado en el diálogo entre la comunicación, el arte, el diseño y la antropología. Las líneas de I + D + I son: 1) co-creación y formas de producción cultural colaborativa, 2) transmedia, nuevas formas narrativas y participación de públicos, 3) diseño, innovación y materialidad digital, 4) métodos de investigación cualitativa (colaborando con colectivos, empresas e instituciones en procesos creativos, diseño y desarrollo tecnológico e innovación social).
- CAS es un grupo interdisciplinario que estudia los fenómenos de la comunicación en la intersección entre dos áreas: comunicación y publicidad, e individuo y sociedad. Su actividad se centra en tres ramas de estudio: las marcas turísticas y de lugar, la influencia de mensajes publicitarios sobre la imagen corporal de niños y adolescentes, y los estudios sólidos y las medidas psicofisiológicas. CAS promueve el uso combinado de técnicas cuantitativas y cualitativas para conseguir una comprensión más profunda de cómo la comunicación y la publicidad influyen en la conducta individual y social de las personas. El grupo pertenece en la Universitat Pompeu Fabra.
- El Grupo de Estudios de Cultura y Sociedad (GRECS) estudia la producción social de la subjetividad en la cultura contemporánea desde las perspectivas de los estudios culturales,

la sociología y la historia de la cultura, la filosofía, los medios de comunicación y la historia y la teoría del arte.

- El grupo Tecnología y Acción Social (ATIC), es un grupo de investigación interdisciplinario que tiene como principal objetivo el estudio de los procesos de innovación en las formas de acción social contemporáneas.
- El grupo de investigación IDENTI.CAT, Lengua, Cultura e Identidad en la Era Global, se forma a partir de la confluencia de investigadores de diferentes disciplinas que estudian cuestiones de identidad, lengua y cultura.
- El grupo Observatorio de la Nueva Economía (ONE), centra su actividad en el estudio de las nuevas formas económicas y de negocio que emergen en el marco de una economía basada en el conocimiento.
- El grupo de investigación TEKING (Technology Enhanced Knowledge and Interaction Group), reconocido por la Generalitat de Catalunya el año 2014, investiga desde la perspectiva de la Interacción Persona Ordenador y el Diseño Centrado en el Usuario la aplicación de la tecnología en la representación del conocimiento, la construcción de herramientas inteligentes y las interacciones centradas en las personas.

Publicaciones destacadas impulsadas por profesores del Grado de Comunicación:

- Aced, C.; Lalueza, F. (2016). «What Content are Companies Publishing on Social Media? Critical Discourse Analysis of Content Published on Blogs, Facebook and Twitter by IBEX 35 and Fortune 500 Firms». *Revista Internacional de Relaciones Públicas* (núm. 11, pàg. 135-154).
- Aranda, D.; Creus, A.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.) (2012) *Educación, medios digitales y cultura de la participación*. Barcelona: Editorial UOC.
- Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J. (2012). "How digital gaming enhances nonformal and informal learning". en: Felicia, P.. *Handbook of Research on Improving Learning and Motivation Through Educational Games: Multidisciplinary Approaches*. Information Science Publishing . Pág. 395 -412.
- Canals, A.; Ortoll, E.; Nordberg, M. (2017). «Collaboration networks in big science: The ATLAS experiment at CERN». *El profesional de la información* (vol. 26, núm. 5, pàg. 961-971).
- Clares, J. (2016). «The participation of the audience in television: from the active audience to the social audience». *Palabra Clave: Revista de Comunicación* (núm. 3, pàg. 938-941).
- Creus, A.; Canals, A. *Desarrollo profesional e intercambio de conocimiento en los grandes experimentos científicos* (2014). *Revista Española de Documentación Científica*, 37(4), 1-10.
- Folkvord, F.; Lupiáñez, F.; Codagnone, C. i altres (2017). «Does a 'protective' message reduce the impact of an advergame promoting unhealthy foods to children? An experimental study in Spain and The Netherlands». *Appetite* (núm. 112, pàg. 112-117).
- Lalueza, F.; Girona, R. (2016). «The impact of think tanks on mass media discourse regarding the economic crisis in Spain». *Public Relations Review* (núm. 2, pàg. 271-278).
- Lalueza Bosch, F.; Creus, A. (2013) *Prácticas reales en entornos no presenciales: La agencia virtual de comunicación como herramienta de aprendizaje profesionalizador*. *Historia y Comunicación Social*, nro. 18, 199-2011
- Lalueza Bosch, Ferran; Collell, María Rosa (2013) *Globalization or Americanization of Spanish Higher Education? A comparative case study of required skills in the Higher Education systems of the United States and Spain*. *Razon y Palabra*.

- Lalueza Bosch, F. ; Ordeix, E. (2013) ¿Quién consiguió más liderazgo de opinión en la consagración de la Sagrada Familia, el Papa o el Templo? Estudios sobre el Mensaje Periodístico 2013, 19, 351-359
- Lara Navarra, P.; Martínez Martínez, S. (2014) El big data transforma la interpretación de los medios sociales. *El Profesional de la Información*. Vol 6, num, 23, 575- 581.
- Morales, J.; San Cornelio, G. (forthcoming) Innovative design factors in educational and social committed serious games: introducing “educational playability”, Games and Culture.
- Pagès, R., & San Cornelio, G. (2014). Material Conditions of Production and Hidden Romantic Discourses in New Media Artistic and Creative Practices. Leonardo Electronic Almanac, 20(1).
- Pastor Pérez, L.; Martínez Martínez, S. (2013) La retórica al servicio del usuario: estudio de los comentarios de los lectores en las noticias de portada de ElPaís.com, Abc.es y LaVanguardia.es. *El profesional de la información*, vol. 2 num, 22. 113-121.
- Roig, A. (2017). «Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control: metodologías participativas en ficción y no-ficción». *Obra Digital: Revista de Comunicación* (núm. 12, pàg. 13-25).
- Roig, A.; Sánchez-Navarro, J.; Leibovitz, T. (2017). «Multitudes creativas. El crowdsourcing como modelo para la producción audiovisual colectiva en el ámbito cinematográfico». *El profesional de la información* (vol. 26, núm. 2, pàg. 238-248).
- Roig, A., San Cornelio, G., Sánchez-Navarro, J., & Ardèvol, E. (2014). The fruits of my own labour: A case study on clashing models of co-creativity in the new media landscape. *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 17, Num. 6, pàg. 637–653.
- San Cornelio, G. (2017). «Visiones contemporáneas de la maternidad en Instagram: una aproximación mixta al estudio del selfie como narrativa personal». *Rizoma: Midiatização, Cultura e Narrativas* (vol. 5, núm. 2, pàg. 26-41).
- San Cornelio, G., Roig, A., Sánchez-Navarro, J., & Ardèvol, E. (2013) El modding como práctica de co-creación: estudio del caso de Moviestorm. *Breaking the Media Value Chain*, 255.
- San Cornelio, G.; Gómez Cruz, E. (2014) Co-creation and participation as means of innovation in new media: an analysis of creativity in the photographic field. *International Journal of Communication*.
- Sánchez-Navarro, J., Aranda, D. (2012) "Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles", *El profesional de la información*, 20(1), 32-37.
- Sánchez-Navarro, J., Aranda, D. (2013) Messenger and social network sites as tools for sociability, leisure and informal learning for Spanish young people, *European Journal of Communication*, 28(1), 67-75.

Proyectos financiados destacados en el que participan profesores del Grado de Comunicación:

- Reinventing Democracy in Europe: Youth Doing Politics in Times of Increasing Inequalities (EURYKA). 2017-2020. Comisión Europea.
- Study on the Impact of the Internet and Social Media on Youth Participation and Youth Work. 2016-2017. Comisión Europea.
- Social Engagement. 2015 - 2017. Ministerio de Economía y Competitividad.
- Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes. 2015-2017. Ministerio de Economía y Competitividad.
- Selfie stories y personal data: metodologías híbridas para el análisis de las narrativas visuales en la cultura digital. 2014-2017. Fundación BBVA.

- PIPES. Participatory Investigation of Public Engaging Spaces (2013-2015) ZKM, CIANT, Brainz, Hangar-UOC.
- Selfiestories y personal narratives. Financiada por la Fundación BBVA (2014-2016)
- ExperienciART: Plataforma socio-tecnológica para enriquecer la visita a los museos a través de realidad aumentada y gamificación. SIPT1200C0005594XV0. MINECO, Ministerio de Economía y Competitividad 07/2012- 07/2015.
- Prostitución y medios de comunicación: construcción de la realidad y recepción de los contenidos mediáticos. Entitat finançadora: Ministerio de Sanidad, Servicios sociales e Igualdad Referència de la concessió: 196/12. Durada: des de/d' 01/01/2013 fins a 31/12/2015.
- SocialEngagement - Solución LinkedBigData para el establecimiento de modelos económicos en la Red. Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatòria reptre – col·laboració 2014. Referència RTC-2014-2178-7.
- Supervivencia del periodismo en la era post-digital. Producción de contenidos en los medios emergentes, consecuencias de la participación ciudadana y evolución de las audiencias. Ministerio de Economía y Competitividad. Referència: CSO2011-29510-C03-03/COMU. Durada: des de 2011 fins a 2014
- Cultura, Ocio y Tecnologías digitales: Interpretación de la interdependencia de sus prácticas sociales. Entitat finançadora: Ministerio de Economía y Conocimiento Referència de la concessió: ECO2011-29558-C02-01. Durada: des de/d' 01/12/2011 fins a 31/12/2014.
- Convergència digital i joves: els nous espais de consum audiovisual. Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 1/2012-12/2012. 4.500 €.
- CREATIVE. Prácticas creativas y participación en los nuevos medios (2011-2013) HAR2010-18982. MINECO.
- Knowledge and Information Flows in Big Science (KIBIS) 2013-2015 FuturICT Pilot Action (FET Flagship Pilot Actions) 2011-2013.

Tesis presentadas durante el último trienio, dirigidas o co-dirigidas por profesores del Grado de Comunicación:

- Contribución De La Inteligencia Competitiva En El Proceso De Adaptación Al Eees: El Caso De Las Universidades Españolas, de Montserrat Garcia Alsina, presentada satisfactoriamente en 2011. Co-dirigida por Josep Cobarsí Morales y Eva Ortoll Espinet.
- Desde el diseño de Software a la acción política: un acercamiento etnográfico al movimiento de la Cultura Libre (tesis de máster presentada en 2012) Débora Lanzeni, dirigida por Elisenda Ardèvol (UOC)
- Acerca del diseño de videojuegos educativos, de Joan Morales, presentada satisfactoriamente en 2012. Co-dirigida por Gemma San Cornelio (UOC) y Anna Calvera (UB)
- How companies are seizing the dialogic opportunities that social media bring in order to communicate with their external audiences. A comparative study, de Cristina Aced Toledano, presentada satisfactoriamente en 2013. Dirigida por Ferran Lalueza Bosch.
- Hacia una museología participativa, de Federica Mancini, presentada en 2013. Co-dirigida por César Carreras (UAB) y Gemma San Cornelio (UOC).

- “Dispositius de mitificació del treball artístic i creatiu en els nous mitjans”, de Ruth Pagès, presentada satisfactoriamente en 2015. Co-dirigida por Gemma San Cornelio (UOC) y Jordi Alberich.
- La imatge del Futbol Club Barcelona al Japó. Anàlisi quantitativa i qualitativa de la cobertura del club a la premsa digital esportiva japonesa durant les temporades 2010-11 i 2013-14, de Jordi Juste Garrigos, presentada satisfactoriamente en 2016. Dirigida por Lluís Pastor Pérez.
- Nerd Journalism: How Digital Data and Technologies Changed News Graphics, de Alberto Cairo Touriño, presentada satisfactoriamente en 2017. Dirigida por Jordi Sánchez Navarro.
- Co-viewing and the user-generated content practices in the age of tansmedia storytelling: the case of Brazilian Telenovela, de Fernanda Pires de Sá, presentada satisfactoriamente en 2017. Co-dirigida por Antoni Roig Telo (UOC) y Carlos A. Scolari.
- Prácticas colaborativas y producción audiovisual contemporánea: el caso del crowdfunding, de Talia Leibovitz Libedinsky, presentada satisfactoriamente en 2018. Co-dirigida por Antoni Roig Telo y Jordi Sánchez Navarro.

Tesis en curso, dirigidas o co-dirigidas por profesores del Grado de Comunicación:

- The effect of feedback on learning process in a SPOC: a case study in higher education. En curso. Dirigida por la profesora Amalia Creus.
- El paper de Fira Barcelona com a catalitzador d'un ecosistema d'innovació: Una aproximació basada en la Intel·ligència Competitiva. En curso. Dirigida por los profesores Agustí Canals y Eva Ortoll.
- Dígitos que sueñan con pureza analógica. Fans del sonido ante las nuevas técnicas de producción musical. En curso. Dirigida por el profesor Daniel Aranda.
- Technology and Individual Freedom: A research based on how speculative visual fiction genre can develop alternative formulations on the possibilities of the current and the future societies. En curso. Dirigida por el profesor Jordi Sánchez Navarro y Ivan Serrano.
- Modelo para el análisis de aplicaciones visuales educativas en Realidad Aumentada desde la perspectiva de la semiótica visual. En curso. Dirigida por la profesora Gemma San Cornelio.
- Fans and producers: enemies or collaborators? Their relationship through copyright issues. En curso. Dirigida por el profesor Antoni Roig.
- Las Comunidades de Práctica médica: una opción para la generación de conocimiento y la formación médica continuada en línea. En curso. Dirigida por los profesores Francesc Saigí y Sandra Sanz.
- An empirical study of the learning effects in a higher-education computer graphics course by using a digital game to reinforce the teaching of 3D vertex transformations. En curso. Dirigida por los profesores Joan Arnedo y Jordi Sánchez.

- Identifying and evaluating practices of learning in the shared experience of “Let’s Play” media content. En curso. Dirigida por los profesores Daniel Aranda y Jordi Sánchez.
- Analysing online persuasive communication of fertility clinics and its influence on women in terms of decision making on Egg freezing; A comparative analysis of Spain and Iran. En curso. Dirigida por la profesora Silvia Martínez.
- Prácticas socioeconómicas del conocimiento con énfasis en la innovación, empleo y mercado de trabajo en la región del valle del cauca – Colombia. En curso. Dirigida por la profesora Montserrat Garcia.
- Digital Forensics Assessment, Cyberlaw Review and Cybercrime Analysis to Enforce Cybersecurity. The Importance of Cybersecurity Audits, Assurance, Awareness and Training. En curso. Dirigida por los profesores Jordi Serra y Víctor Cavaller.
- El tratamiento informativo sobre protocolo en la prensa escrita española. En curso. Dirigida por la profesora Elisenda Estanyol.

3. COMPETENCIAS

3.1. Competencias básicas y generales

Competencias básicas

RD 1393/2007, modificado por RD 861/2010

Se garantizarán, como mínimo las siguientes competencias básicas, en el caso de Grado:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

- CG1 - Capacidad de trabajo en equipo
- CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno
- CG3 - Capacidad de creatividad e innovación
- CG4 - Capacidad de liderazgo
- CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
- CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente
- CG7 - Capacidad de comunicación interpersonal

3.2. Competencias transversales

- CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional
- CT2 - Capacidad de comunicación en lengua extranjera (inglés)
- CT3 - Capacidad emprendedora

3.3. Competencias específicas

- CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información
- CE2 - Conocimiento del mercado y del entorno profesional

- CE3 - Conocimiento del mundo empresarial e institucional (procesos y funciones de las organizaciones)
- CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas
- CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)
- CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación
- CE7 - Capacidad para traducir el mensaje a comunicar en un mensaje persuasivo
- CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.
- CE9 - Conocimiento de todas las fases de producción y de explotación del producto audiovisual así como de los medios técnicos implicados
- CE10 - Capacidad de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación
- CE11 - Capacidad de identificar los recursos materiales y humanos necesarios para un proyecto
- CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información
- CE13 - Capacidad de editar contenidos multimedia.
- CE14 - Capacidad de aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación
- CE15 - Capacidad de interpretar planes de marketing y comunicación
- CE16 - Capacidad de ejecutar presupuestos
- CE17 - Capacidad de ejercer la profesión de acuerdo con los principios éticos y el código deontológico
- CE18 - Capacidad de construir guiones y documentos de trabajos en formatos normalizados para la industria del sector (guión)

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1. Sistemas de información previa

Sistemas de información y acogida

Para asegurar que la información esté a disposición de toda persona potencialmente interesada en acceder a esta titulación, la UOC ofrece al público en general información completa sobre sus programas formativos y sobre su metodología de enseñanza-aprendizaje a través del portal Web de la Universidad. Además ofrece información a través del servicio de atención individualizada de sus centros de apoyo y de las sesiones presenciales informativas de los distintos programas que se realizan en estos centros.

El proceso de acogida en la UOC para los nuevos estudiantes contempla de forma amplia los siguientes aspectos:

- La información sobre el programa: Presentación, Requisitos de acceso y titulación, Equipo docente, Plan de estudios, Reconocimiento de créditos, Precio y matrícula, Objetivos, perfiles y competencias, Salidas profesionales.
- La información sobre el entorno virtual de aprendizaje: el Campus Virtual y el Modelo educativo.
- Asesoramiento para la matrícula por medio del tutor o la tutora.
- Herramientas para la resolución de dudas y consultas, por medio de canales virtuales o de los centros de apoyo.

A partir del momento en que el futuro estudiante solicita su acceso a la Universidad e incluye la información de toda la documentación que deberá presentar, se inicia el proceso de tramitación de dicha solicitud. La tramitación implica su alta en el Campus Virtual, con un perfil específico de «incorporación» que facilita el acceso a la información relevante de acogida y orientación para los estudiantes de nuevo ingreso. Además, se le asigna un tutor o tutora, que le dará apoyo y orientaciones en el momento de formalizar su primera matrícula, y accede a una aula de tutoría donde encuentra información relevante para su acceso a la universidad. El tutor/a, dependiendo de cuál sea el perfil personal, académico y profesional del estudiante, orientará la propuesta de matrícula, valorando tanto la carga docente en créditos que éste puede asumir en un semestre como los contenidos y las competencias de las distintas materias propuestas, en función de sus conocimientos previos, experiencia universitaria y expectativas formativas.

Tal como se describe más adelante y en detalle (véase el apartado 4.3), el modelo de tutoría de la UOC se dota de un plan que permite ajustar las características de la acción tutorial a las diferentes fases de la trayectoria académica del estudiante, y también a los diferentes momentos de la actividad del semestre: matrícula, evaluación... Asimismo, se ajusta a la singularidad de cada una de las titulaciones por medio de planes de tutoría específicos para cada programa.

Sumándose a la acción del tutor/a, y para atender cuestiones no exclusivamente docentes de la incorporación del estudiante (información relativa a aplicaciones informáticas, material impreso...), la universidad pone a disposición de los estudiantes el Servicio de Atención que aglutina el Servicio

de atención de consultas y el Servicio de ayuda informática. El Servicio de atención a consultas es el responsable de resolver cualquier duda académica o administrativa.

El Servicio de ayuda informática asesora a los usuarios del campus virtual en relación a las posibles dudas o incidencias que puedan surgir en la utilización del campus virtual, los problemas de acceso a los materiales y el software facilitado por la universidad.

4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión

Perfil de ingreso recomendado

Tal como indica el Real decreto 1393/2007, modificado por el RD 861/2010, el perfil de ingreso recomendado para los futuros estudiantes de Grado, se corresponde con el establecido por la legislación vigente.

Preferiblemente es recomendable acceder al grado desde la modalidad de Ciencias sociales y Humanidades del bachillerato, sin perjuicio de otras modalidades. Se recomienda también, un nivel de competencia en lengua extranjera, equivalente al nivel B1 del marco común europeo de lenguas.

En este sentido y para facilitar al estudiante la comprobación del propio conocimiento de la lengua extranjera, la UOC pone a su disposición, por medio de los tutores y del plan docente de la asignatura, una prueba de nivel de conocimiento de la lengua extranjera escogida. La prueba permite al estudiante verificar si su nivel es el recomendado para iniciar sus estudios en este grado (nivel B1 o superior). Esta prueba no es excluyente ni requisito previo.

El estudiante puede optar a una evaluación de estudios previos a partir de titulaciones de escuelas oficiales que acrediten un nivel superior del idioma requerido para el reconocimiento de las competencias de la titulación.

Los estudiantes deberán acreditar, al acabar los estudios, el conocimiento de una lengua extranjera de entre las establecidas en las pruebas para el acceso a la universidad (PAU), con un nivel equivalente al B2 del Marco europeo común de referencia para las lenguas (MECR) del Consejo de Europa.

Las vías de acceso al Grado son las reguladas según el Real decreto 1393/2007 en su artículo 14, que describe el acceso a las enseñanzas oficiales de grado, y el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado. Sin más requisitos específicos, el acceso a esta titulación tiene un carácter abierto, coherente a las vías de acceso establecidas legalmente tal y como quedan recogidos en los artículos 4,5,6,7,8 y 9 del Capítulo II. Acceso a estudios universitarios de grado y máster universitario de la Normativa académica de la Universitat Oberta de Catalunya aplicable a los estudios universitarios EEES aprobada por el Comité de Dirección Ejecutivo de 18 de diciembre de 2012 y por la Comisión Permanente del Patronato de 9 de abril de 2013:

Capítulo II . Acceso a estudios universitarios de grado y máster universitario

Sección 1.ª Acceso a estudios de grado

Artículo 4. Requisitos de acceso a estudios de grado

Pueden acceder a estudios de grado los estudiantes que reúnan alguno de los siguientes requisitos:

a. Haber superado la prueba de acceso a la universidad, en el caso de los estudiantes que poseen el título de Bachiller al cual se refieren los artículos 37 y 50.2 de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.

b. Haber superado la prueba de acceso a la universidad, en el caso de los estudiantes de sistemas educativos extranjeros, previa solicitud de homologación de su título de origen con el título español de Bachillerato.

c. Sin necesidad de homologación, los estudiantes procedentes de sistemas educativos de estados miembros de la Unión Europea u otros estados con los cuales se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables en la materia, en régimen de reciprocidad, que cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a la universidad.

d. Estar en posesión del título de Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño o Técnico Deportivo a que se refieren los artículos 44, 53 y 65 de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.

e. Estudiantes mayores de 25 años que hayan superado la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años (disposición adicional 25 de la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades).

f. Estudiantes mayores de 45 años que hayan superado la prueba de acceso a la universidad para mayores de 45 años (artículo 42.4 de la Ley orgánica 6/2011, de 21 de diciembre, de universidades, modificada por la Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril).

g. Estudiantes mayores de 40 años que acrediten una determinada experiencia laboral y profesional en relación con el estudio universitario oficial de grado al que desean acceder (artículo 42.4 de la Ley orgánica 6/2011, de 21 de diciembre, de universidades, modificada por la Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril).

h. Estar en posesión de un título universitario oficial de grado.

i. Estar en posesión de un título universitario oficial de Diplomado, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto o Ingeniero, correspondiente a la anterior ordenación de las enseñanzas universitarias.

j. Los estudiantes que han obtenido la homologación de su título universitario extranjero con el título universitario oficial español que corresponda.

k. Los estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o, una vez finalizados, no hayan obtenido su homologación y deseen continuarlos en la UOC. En este supuesto,

será requisito indispensable que la UOC les reconozca, al menos, 30 créditos ECTS.

l. Los estudiantes que estén en condiciones de acceder a la universidad según las ordenaciones del sistema educativo anteriores a la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, de acuerdo con los requisitos que se establezcan en el anexo I de la presente normativa.

m. Estar en posesión de alguno de los títulos a los que hace referencia el anexo I de la presente normativa.

Artículo 5. Acceso para los mayores de 25 años

1. Las personas mayores de 25 años pueden acceder a los estudios universitarios oficiales de grado mediante la superación de una prueba de acceso.

2. Esta prueba es común para todas las universidades de Cataluña y se estructura en dos fases, general y específica, diseñadas de acuerdo con la legislación vigente. Todos los trámites se deben realizar en la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad de la Generalitat de Cataluña.

3. Para el acceso a programas del Campus Global, la prueba de acceso para mayores de 25 años es convocada por la Universidad, y hay que solicitarla por los canales y en los plazos establecidos, y acompañar la solicitud con la siguiente documentación:

a. Fotocopia del DNI, NIF o pasaporte.

b. Declaración jurada de que no se posee ninguna titulación académica que habilite para el acceso a la uni-versidad, y que no puede acreditarse experiencia laboral o profesional en relación con la enseñanza de grado solicitada.

c. El comprobante bancario de haber abonado la tasa asociada, cuyo importe es fijado por el Patronato de la FUOC.

Artículo 6. Acceso para los mayores de 45 años

1. Podrán realizar las pruebas de acceso a la universidad para mayores de 45 años aquellos estudiantes que cumplan los siguientes requisitos:

a. Tener 45 años antes del 1 de octubre del año en el que se realice la prueba.

b. No poseer ninguna titulación académica que habilite para acceder a la universidad por otras vías.

c. No poder acreditar experiencia laboral o profesional en relación con la enseñanza de grado solicitada.

2. Las pruebas de acceso a la universidad para mayores de 45 años se estructuran en dos fases:

a. Prueba, común para todas las universidades de Cataluña, consistente en un comentario de texto o desarrollo de un tema general de actualidad, un ejercicio de lengua castellana y, en el supuesto de que se realice la prueba en Cataluña, uno de lengua catalana.

b. *Entrevista personal.*

3. *La prueba de acceso para mayores de 45 años es común a todas las universidades catalanas. Todos los trámites se deben realizar en la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad de la Generalitat de Cataluña. La superación de la prueba de acceso común al sistema universitario catalán se acreditará mediante una fotocopia compulsada de la tarjeta de esta prueba de acceso.*

4. *Para el acceso a programas del Campus Global, la prueba de acceso para mayores de 45 años es convocada por la Universidad, y hay que solicitarla por los canales y en los plazos establecidos, y acompañarla con la siguiente documentación:*

a. *Fotocopia del DNI, NIF o pasaporte.*

b. *Declaración jurada de que no se posee ninguna titulación académica que habilite para el acceso a la universidad, y que no puede acreditarse experiencia laboral o profesional en relación con la enseñanza de grado solicitada.*

c. *El comprobante bancario de haber abonado de la tasa asociada, cuyo importe es fijado por el Patronato de la FUOC.*

5. *Los que superan la prueba de acceso pueden acceder a la fase de entrevista personal. La Universidad cita a los estudiantes para llevar a cabo las entrevistas. Como resultado, se emite una calificación de apto o no apto; la calificación de apto incluye la correspondiente calificación numérica (entre 5 y 10 puntos). Solo podrán ser admitidos, de acuerdo con los criterios generales de acceso y admisión de cada programa, los estudiantes que hayan obtenido una resolución de apto en la entrevista personal y una calificación mínima de 5 puntos.*

6. *La prueba de acceso, una vez superada, tiene validez indefinida, mientras que la entrevista personal, obligatoria y con resolución final de apto, solo tendrá validez durante el año en el que se ha realizado y para acceder a la enseñanza de grado solicitada. Transcurridos estos dos semestres inmediatamente posteriores a la realización de la entrevista sin haber formalizado la matrícula, el estudiante tiene que realizar de nuevo la entrevista y abonar las correspondientes tasas.*

7. *Los estudiantes que, habiendo accedido mediante las pruebas para mayores de 45 años, tengan aprobados 30 créditos ECTS de un estudio universitario, podrán solicitar un traslado de expediente a otro estudio (de acuerdo con el art. 56 RD 1892/2008), siempre y cuando cumplan con las normas académicas y de permanencia de cada universidad.*

Artículo 7. Acceso para los mayores de 40 años mediante la acreditación de la experiencia laboral o profesional

1. *Pueden solicitar el acceso a estudios de grado aquellos estudiantes que cumplen los siguientes requisitos:*

a. *Tener 40 años antes del 1 de octubre del año en el que se solicita el acceso.*

b. *No poseer ninguna titulación académica que habilite para acceder a la universidad por otras vías.*

c. *Acreditar una experiencia laboral o profesional en relación con la enseñanza de grado solicitada.*

2. La Universidad convoca anualmente el acceso a la universidad para los mayores de 40 años mediante la acreditación de la experiencia laboral y profesional. El acceso por esta vía consta de dos fases:

- a. Presentación y valoración de la documentación indicada en el apartado 3 de este artículo.
- b. Entrevista personal.

3. Los estudiantes que quieren acceder a la universidad por esta vía deben formalizar la solicitud por los canales y en los plazos establecidos por la Universidad y presentar la siguiente documentación:

- a. Fotocopia del DNI, NIF o pasaporte.
- b. Copia del comprobante bancario de haber abonado el importe de la tasa asociada, que, en las enseñanzas universitarias oficiales en lengua catalana, será la que establezca el decreto por el cual se fijan los precios de los servicios académicos en las universidades públicas de Cataluña y en la UOC, y en las enseñanzas universitarias oficiales en lengua española y otras lenguas que se establezcan, será la que fije el Patronato de la FUOC.
- c. Currículum detallado.
- d. Fotocopia compulsada del certificado de vida laboral, expedido por el organismo oficial competente.
- e. Declaración responsable de que no se posee ninguna titulación académica que habilite para el acceso a la universidad, y que no se solicita la admisión por esta vía en ninguna otra universidad.
- f. Carta de motivación, exponiendo el interés por la Universidad y por la enseñanza de grado a la cual se desea acceder.
- g. Cualquier otra documentación que el estudiante considere conveniente y que acredite la experiencia laboral y profesional descrita en el currículum.

4. Una vez verificada la documentación a la que hace referencia el apartado anterior, la Universidad valora la experiencia laboral o profesional, la formación reglada, la formación no reglada y los idiomas a partir de la documentación presentada por el solicitante, y emite la correspondiente puntuación de acuerdo con los criterios y baremos que se establezcan para cada convocatoria.

5. Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos de acceso y valorada la documentación aportada, la Universidad cita a los estudiantes para llevar a cabo las entrevistas y, como resultado, emite una calificación de apto o no apto. Solo podrán ser admitidos, de acuerdo con los criterios generales de acceso y admisión de cada programa y, en su caso, según la puntuación obtenida, los estudiantes que hayan obtenido una resolución de apto en la entrevista personal.

6. La superación del acceso para mayores de 40 años tiene validez indefinida para acceder a la enseñanza de grado solicitada.

7. Los estudiantes que, habiendo accedido mediante las pruebas para mayores de 40 años, tengan aprobados 30 créditos ECTS de un estudio universitario, podrán solicitar un traslado de expediente a otro estudio (de acuerdo con el art. 56 RD 1892/2008), siempre y cuando cumplan con las normas académicas y de permanencia de cada universidad.

Artículo 8. Acceso mediante el reconocimiento parcial de estudios universitarios extranjeros

1. Los estudiantes que han iniciado estudios universitarios extranjeros, o que una vez finalizados no han obtenido su homologación, ya sea porque no la han solicitado o porque les ha sido denegada

por el ministerio competente en la materia, pueden acceder a un grado si obtienen el reconocimiento, como mínimo, de 30 créditos ECTS.

2. Para evaluar la equivalencia entre los conocimientos y competencias alcanzados en los estudios universitarios extranjeros y los de las enseñanzas universitarias oficiales de grado a las que se desea acceder, los estudiantes deben realizar una solicitud de evaluación de estudios previos.

3. La solicitud de evaluación de estudios previos hay que realizarla por los canales y en los plazos establecidos por la Universidad, y acompañarla de la siguiente documentación:

- a. Original o fotocopia compulsada del certificado académico, donde consten las asignaturas cursadas y las calificaciones obtenidas. Cuando el sistema de calificaciones sea distinto al establecido en el Real decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, se deberá incluir la explicación correspondiente del sistema de calificaciones de la universidad de origen.
- b. Fotocopia de los programas de las asignaturas superadas, con el sello original de la universidad de procedencia.
- c. El comprobante bancario de haber abonado la tasa asociada a este trámite. El importe de esta tasa, en las enseñanzas universitarias oficiales en lengua catalana, es el que establece el decreto por el cual se fijan los precios de los servicios académicos en las universidades públicas de Cataluña y en la UOC, y en las enseñanzas universitarias oficiales en lengua española, se aplica el que fija el Patronato de la FUOC.

Salvo que la documentación haya sido expedida por un estado miembro de la Unión Europea, hay que entregarla correctamente legalizada por vía diplomática o, en su caso, mediante la apostilla del convenio de La Haya de 5 de octubre de 1961. Asimismo, si la documentación original no está en lengua catalana, española o inglesa, se debe entregar legalmente traducida por un traductor jurado, por cualquier representación diplomática o consular del Estado español en el extranjero, o por la representación diplomática o consular en España del país del cual es ciudadano el candidato o, en su caso, del de procedencia del documento.

4. Los estudiantes que obtienen, como mínimo, el reconocimiento de 30 créditos ECTS, pueden acceder a la Universidad por esta vía y formalizar la matrícula en el grado solicitado.

5. La admisión a grado por esta vía en ningún caso implica la homologación del título extranjero de educación superior, ni el acceso a otros estudios distintos a los solicitados.

Artículo 9. Acceso con estudios universitarios españoles iniciados

1. Los estudiantes que han iniciado estudios universitarios oficiales en otra universidad del Estado español y solicitan acceder a la UOC para cambiar de universidad y/o de estudios de grado, deben trasladar el expediente académico desde su universidad de procedencia hacia la UOC y acreditar que cumplen alguno de los requisitos de acceso previstos en el artículo 4.

2. Los estudiantes que han iniciado estudios universitarios oficiales en otra universidad del Estado español y, sin abandonar estos estudios, solicitan acceder a la UOC para cursar a la vez otras enseñanzas de grado, deben solicitar en su universidad de procedencia la simultaneidad de estudios y acreditar que cumplen alguno de los requisitos de acceso previstos en el artículo 4.

3. *La solicitud de traslado de expediente o de simultaneidad de estudios se realiza en la universidad de procedencia del estudiante y, en el supuesto de que tenga que acreditar su admisión en la UOC, lo puede hacer mediante la carta de admisión de la UOC.*

4. *El estudiante debe acreditar ante la UOC el abono de la tasa de solicitud del traslado de expediente o de simultaneidad de estudios con la fotocopia del resguardo del pago de las tasas de traslado realizado en la universidad de origen. Esta acreditación se debe formalizar durante el primer semestre del estudiante en la UOC.*

5. *El traslado de expediente o la simultaneidad de estudios se hace efectivo cuando la UOC recibe la certificación académica oficial de la universidad de procedencia del estudiante.*

El acceso a la universidad en el Sistema universitario catalán

Las acciones de orientación a las personas que quieran acceder a la Universidad, así como las acciones de promoción de los estudios universitarios del sistema universitario catalán en Catalunya y en el resto del Estado se diseñan, programan y se ejecutan desde la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad del Consell Interuniversitari de Catalunya.

Para lograr este objetivo están propuestas seis líneas de actuación que se ejecutan desde la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que pretenden, por un lado, implicar más las partes que intervienen en el proceso, y por otro, dar a conocer el sistema universitario a los estudiantes para que su elección se base en sus características personales y sus intereses. Las líneas de actuación que se proponen son las siguientes:

1. Creación de un marco de relaciones estable con otras instituciones implicadas en la orientación para el acceso a la universidad.
2. Potenciación de acciones de orientación dirigidas a los agentes y colectivos del mundo educativo, como conferencias, jornadas de orientación académica y profesional, mesas redondas, etc.
3. Servicios de información y orientación presencial, telefónica y telemática en la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad.
4. Participación en salones y jornadas de ámbito educativo.
5. Elaboración y difusión de materiales sobre el acceso a la universidad y el nuevo sistema universitario.
6. Promoción de la igualdad de oportunidades de los estudiantes con discapacidad. Ante la necesidad de promover líneas de atención comunes a los estudiantes con discapacidad, la Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles del CIC acordó en septiembre del 2006 la creación de la Comisión Técnica UNIDISCAT (Universidad y Discapacidad en Catalunya), en la que están representadas todas las universidades catalanas encargadas de elevar propuestas a la Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles del CIC.

En el caso de la UOC, se mantiene con la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad una alta coordinación que se plasma en la participación de las diferentes comisiones que la componen, la participación en los diferentes elementos de información y motivación, y la organización de la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años.

El acceso a la Universidad se realiza directamente desde la propia Universidad por motivo de la propia naturaleza virtual de los estudios, con un calendario propio de acceso que permite tener dos procesos de acceso al año, uno por semestre académico.

4.3. Apoyo a estudiantes

Una vez el estudiante de nuevo ingreso formaliza su matrícula en la universidad con las orientaciones de su tutor/a, tiene acceso a las aulas virtuales de las asignaturas que cursa durante el semestre.

La responsabilidad sobre las asignaturas del Grado recae en el **profesor/a responsable de asignatura (PRA)**. Cada PRA se responsabiliza de un grupo de asignaturas dentro de su área de conocimiento y es el responsable de garantizar la calidad de la docencia que recibe el estudiante, por lo que está presente en todo el proceso de enseñanza/aprendizaje, desde la elaboración, supervisión y revisión de los materiales docentes hasta la selección, coordinación y supervisión de los consultores, el diseño del plan docente, la planificación de todas las actividades del semestre y la evaluación de los procesos de aprendizaje de los estudiantes.

El **profesor/a colaborador/a**, bajo la dirección y coordinación del profesor responsable de asignatura, es para el estudiante la figura que le orientará en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y en su progreso académico. Es la guía y el referente académico del estudiante, al que estimula y evalúa durante el proceso de aprendizaje, y garantiza una formación personalizada. Su papel se centra en lo siguiente:

- Ayudar al estudiante a identificar sus necesidades de aprendizaje.
- Motivarle para mantener y reforzar su constancia y esfuerzo.
- Ofrecerle una guía y orientación del proceso que debe seguir.
- Resolver sus dudas y orientar su estudio.
- Evaluar sus actividades y reconocer el grado de consecución de los objetivos de aprendizaje y del nivel de competencias asumidas, proponiendo, cuando sea necesario, las medidas para mejorarlas.

Además del profesor/a colaborador/a, el **tutor/a** ofrece apoyo de carácter transversal a los estudiantes durante todo el desarrollo del programa.

En función del progreso académico del estudiante durante el grado, la acción tutorial se focaliza en diferentes aspectos de la actividad del estudiante. Así, en un primer momento, al inicio de su formación, el tutor o tutora se encarga de acoger e integrar al estudiante en la comunidad universitaria y de asesorarle respecto de las características académicas y docentes del programa al que quiere acceder; le acompaña en su adaptación al entorno de aprendizaje; le presenta las diferentes menciones e itinerarios del programa de formación, y le orienta en relación con la coherencia de los contenidos que tiene que alcanzar, remarcando su sentido global, asesorándole sobre los itinerarios académicos y profesionales más adecuados en función de los conocimientos y la experiencia profesional previa. El tutor/a desarrolla estas funciones teniendo en cuenta las especiales características de cada estudiante con respecto a sus intereses y motivaciones, y de acuerdo con su situación personal.

En un segundo momento le ayuda a adquirir autonomía y estrategias de aprendizaje mediante el modelo y la metodología de aprendizaje virtual de la UOC. Durante el desarrollo de la actividad le orienta en función de la elección de contenidos hasta la consecución de los objetivos propuestos dentro del programa. También participa en la definición y la valoración de los proyectos de aplicación que realicen los estudiantes promoviendo el pensamiento crítico en torno a la profesión.

Así mismo el estudiante tiene a su disposición, desde el inicio del semestre, todo el material y documentación de referencia de cada una de las asignaturas de las que se ha matriculado, es decir todos los recursos para el aprendizaje. Los estudiantes encuentran en los materiales y recursos didácticos los contenidos que contribuyen, juntamente con la realización de las actividades que han sido planificadas desde el inicio del semestre, a la obtención de los conocimientos, las competencias y las habilidades previstas en las asignaturas. Todos estos contenidos han sido elaborados por un equipo de profesores expertos en las diversas áreas de conocimiento y de la didáctica, y de acuerdo con los principios del modelo pedagógico de la UOC. Los materiales pueden presentarse en diferentes formatos: papel, web, vídeo, multimedia... en función de la metodología y del tipo de contenido que se plantee. Igualmente los estudiantes pueden disponer de otros recursos a través de la biblioteca virtual que ofrece los servicios de consulta, préstamo, servicio de documentos electrónicos servicio de información a medida. Además, ofrece formación a los usuarios para facilitar el uso de los servicios.

Estudiantes con discapacidad

La misión de la Universitat Oberta de Catalunya es facilitar la formación de las personas a lo largo de la vida. Con el objetivo primordial de satisfacer las necesidades de aprendizaje de cada persona con el máximo acceso al conocimiento, la UOC ofrece un modelo educativo basado en la personalización y el acompañamiento permanente al estudiante, con un uso de las tecnologías de la comunicación y la información que permite romper con las barreras del tiempo y el espacio. Se trata, pues, de un modelo que consigue intrínsecamente elevadas cotas de igualdad de oportunidades en el acceso a la formación, al que se suman los esfuerzos necesarios para responder a las necesidades de los estudiantes con discapacidad.

El catálogo de servicios que ofrece la universidad a los estudiantes con discapacidad es el siguiente:

Acogida y seguimiento: Todos los estudiantes, desde el momento en que solicitan el acceso a la universidad, de manera previa a la matrícula, hasta su graduación, tienen a su disposición un tutor que se encargará de orientarlos y asesorarlos de manera personalizada. De esta manera los estudiantes con discapacidad pueden tener incluso antes de matricularse por primera vez en la UOC información sobre el tipo de apoyo que para cada caso pueden obtener de la universidad.

Materiales didácticos de las asignaturas: Los materiales didácticos tiene como objetivo permitir que el estudiante pueda estudiar sean cuales sean las circunstancias en las que deba hacerlo, independientemente del contexto en el que se encuentre (biblioteca, transporte público, domicilio, etc.), del dispositivo que esté utilizando (PC, móvil, etc.), o de las propias características personales del estudiante. Por este motivo se ha trabajado en diversos proyectos que han permitido avanzar en la creación de materiales en formato XML a partir del cual se generan versiones de un mismo contenido en múltiples formatos, como pueden ser materiales en papel, PDF, HTML, karaoke, libro

hablado, libro electrónico. Cada uno de estos formatos está diseñado para ser utilizado en un determinado momento o situación, y se está trabajando para garantizar que este abanico de posibilidades se encuentra disponible para los materiales de todas las asignaturas. Por ejemplo, el libro hablado resulta muy interesante para responder a las necesidades de las personas con discapacidad visual, ya que el formato DAISY que utiliza les permite trabajar con el contenido en audio como si se tratará de un libro, pasando página o avanzando hasta el siguiente capítulo con facilidad. La versión HTML permite realizar búsquedas en el contenido del material y el formato PDF permite una lectura automática a partir de herramientas TTS (TextToSpeech). Se sigue investigando en cómo elaborar nuevos formatos que se adapten a las necesidades de los distintos estudiantes cada vez con una mayor precisión, con el objetivo de avanzar hacia una universidad cada vez más accesible e inclusiva.

Plataforma de aprendizaje Campus de la UOC: Desde sus inicios la UOC siempre ha dedicado un importante esfuerzo a adaptar su tecnología con el objetivo de facilitar el acceso de las personas con discapacidad a la universidad. Ya su propio sistema virtual permite la participación de personas con discapacidad auditiva o motriz de forma natural, al estar basado en la escritura y en la conexión remota asíncrona. Además, se han adaptado las distintas interfaces del campus virtual para cumplir con la estandarización WAI AA del consorcio w3c (www.w3c.org/WAI), recomendada para permitir una buena navegación por las interfaces web en el caso de personas con discapacidad visual.

Actos presenciales: La UOC es una universidad a distancia donde toda la formación se desarrolla a través de las herramientas de comunicación y trabajo que proporciona el campus virtual. Sin embargo, semestralmente se desarrollan determinadas actividades presenciales. Algunas son voluntarias, como la asistencia al acto de graduación, y otras son obligatorias, como la realización de las pruebas finales de evaluación.

- Acto de graduación. Los estudiantes con discapacidad pueden dirigirse al servicio de la UOC responsable de la organización de estos actos para hacerles llegar sus necesidades. A demanda del estudiante, se buscarán los medios necesarios para que su asistencia sea lo más fácil y satisfactoria posible. Toda solicitud es siempre aceptada. En la página web informativa de estos actos se haya toda la información sobre la posibilidad de atender este tipo de peticiones, así como el enlace que facilita a los estudiantes realizar su solicitud. Los servicios que pueden solicitarse son, entre otros:
 - Rampas y accesos adaptados
 - Aparcamiento reservado
 - Acompañamiento durante el acto
 - Intérprete de lenguaje de signos

- Pruebas presenciales de evaluación: En la secretaría del campus los estudiantes encuentran información sobre el procedimiento a seguir para solicitar adaptaciones para la realización de las pruebas presenciales. A través de la cumplimentación de un formulario. El estudiante puede solicitar cualquier tipo de adaptación, que se concederá siempre que sea justificada documentalmente. Las adaptaciones más solicitadas en el caso de las pruebas presenciales de evaluación son las siguientes:
 - Rampas y accesos adaptados
 - Programa Jaws o Zoomtext
 - Enunciados en Braille
 - Realizar las pruebas con ayuda de un PC

- Realización de pruebas orales
- Enunciados adaptados
- Más tiempo para realizar las pruebas

Por lo que se refiere a facilidades de tipo económico, la UOC aplica al colectivo de estudiantes con un grado de minusvalía como mínimo del 33% las mismas exenciones y descuentos que el resto de universidades públicas catalanas.

4.4. Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos

Reconocimiento de créditos cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarios	
Mínimo 0	Máximo 36
Reconocimiento de créditos cursados en Títulos propios (adjuntar plan de estudios del título propio, si es el caso)	
Mínimo 0	Máximo 0
Reconocimiento de créditos cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
Mínimo 0	Máximo* 36

4.4.1. Reconocimiento de créditos

El reconocimiento de asignaturas es la aceptación por parte de la UOC de los conocimientos y de las competencias obtenidas en enseñanzas universitarias, cursadas en la UOC o en otra Universidad, para que computen a los efectos de obtener una titulación universitaria de carácter oficial.

Asimismo, y de acuerdo con el artículo 6 del RD 1393/2007, de 29 octubre, según redacción otorgada por el RD 861/2010, de 2 de julio, la experiencia laboral y profesional acreditada, así como los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos no oficiales, también podrán ser reconocidos en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención del grado, siempre que dicha experiencia o títulos estén relacionados con las competencias inherentes al Grado.

Los créditos ECTS serán susceptibles de ser incorporados al expediente académico del estudiante y serán reflejadas en el Suplemento Europeo al Título, en virtud de lo establecido en el artículo 6.3 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Los estudios aportados serán susceptibles de reconocimiento en función del programa de Grado de destino. Por tanto, el reconocimiento de créditos ECTS podrá ser diferente si los mismos estudios de origen se aportan a otro programa de Grado de destino. Las asignaturas reconocidas, transferidas, convalidadas y adaptadas, en la medida que tienen la consideración de asignaturas superadas, también serán susceptibles de reconocimiento.

Ver normativa UOC:

https://seu-electronica.uoc.edu/portal/resources/ES/documents/seu-electronica/Normativa_academica_EEES_CAST_xvigentx.pdf

Los ciclos formativos de grado superior (CFGS) que permiten reconocer créditos son:

- Administración y finanzas
- Administración de sistemas informáticos
- Agencia de viajes
- Agencias de viajes y gestión de eventos
- Alojamiento turístico
- Animación turística
- Artes plásticas y diseño en gráfica publicitaria
- Artes plásticas y diseño en gráfica audiovisual
- Artes plásticas y diseño en animación
- Artes plásticas y diseño en fotografía artística
- Asesoría de imagen personal
- Comercio internacional
- Desarrollo de aplicaciones informáticas
- Diseño y producción editorial
- Documentación sanitaria
- Gestión comercial y marketing
- Gestión comercial y marketing enológico
- Gestión de alojamientos turísticos
- Gestión del transporte
- Gráfica publicitaria
- Imagen
- Información y comercialización turística
- Integración social
- Multimedia interactiva
- Producción de audiovisuales, radio y espectáculos
- Proyectos y dirección de obras de decoración
- Realización de audiovisuales y espectáculos
- Restauración
- Secretariado
- Servicios al consumidor
- Sonido
- Sonido para audiovisual y espectáculos

4.4.2. Transferencia de créditos

La UOC entiende por transferencia de créditos la **inclusión**, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas universitarias oficiales cursadas por un estudiante, de las asignaturas obtenidas, en la UOC o en otra universidad, en enseñanzas universitarias oficiales no finalizadas, que no hayan sido objeto de reconocimiento de créditos ECTS.

Las asignaturas transferidas no tendrán efecto para el cómputo total de créditos para la obtención del título, se verán reflejadas en el expediente académico del estudiante y en el Suplemento Europeo al Título, en virtud de lo establecido en el artículo 6.3 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

4.4.3. Sistema de gestión del reconocimiento y transferencia de créditos

El procedimiento para el reconocimiento y transferencia de créditos se define en la UOC como la Evaluación de Estudios Previos (EEP). Éste trámite permite a los estudiantes de la UOC valorar su experiencia universitaria anterior y obtener el reconocimiento -o en su caso la transferencia- de los

créditos cursados y superados en alguna titulación anterior, en la UOC o en cualquier otra universidad.

Las solicitudes de EEP son evaluadas y resueltas por la Comisión de Evaluación de Estudios Previos. La Comisión de Evaluación de Estudios Previos (EEP) es el órgano competente para emitir las resoluciones correspondientes a las solicitudes de evaluación de estudios previos realizadas por los estudiantes.

La Comisión de EEP está formada por los directores/as de programa y presidida por el Vicerrector en materia de Ordenación Académica en la Universidad. Actúa como secretario/a de la Comisión de EEP el responsable de este trámite de la Secretaría Académica.

Las funciones específicas de la Comisión de EEP son las siguientes:

1. Evaluar la equivalencia o adecuación entre las competencias y los conocimientos asociados a las asignaturas cursadas en los estudios aportados y los previstos en el plan de estudio de la titulación de destino.
2. Emitir las resoluciones de EEP a los estudiantes.
3. Resolver las alegaciones formuladas por los estudiantes a la resolución de la solicitud de evaluación de estudios previos emitida, valorando la correspondencia entre las asignaturas y competencias adquiridas en los estudios aportados y los previstos en el plan de estudio de destino.
4. Velar por el cumplimiento de los criterios de reconocimiento y transferencia de créditos aprobados por la Universidad, y por el correcto desarrollo del proceso de EEP.
5. Cualquier otra función que, en materia de reconocimiento de créditos se le pueda encomendar.

Para el reconocimiento y transferencia de créditos, los estudiantes deben formalizar una solicitud a través de los canales y plazos establecidos. Los estudiantes pueden realizar un número ilimitado de solicitudes de EEP, incluso aportando los mismos estudios previos.

Las solicitudes de EEP son válidas si el estudiante introduce sus datos en el repositorio de estudios previos, abona la tasa asociada al trámite y envía la documentación requerida dentro de los plazos establecidos.

Para poder realizar una solicitud de EEP es necesario haber introducido previamente los datos de los estudios aportados en el repositorio de estudios previos. El repositorio es un reflejo del estudio previo aportado por el estudiante, donde se indican las asignaturas superadas, el tipo de asignatura (troncal, obligatoria, optativa o de libre elección), los créditos, la calificación obtenida, el año de superación y si se trata de una asignatura semestral o anual.

Una vez introducidos los datos en el repositorio, el estudiante ya podrá realizar una solicitud de EEP en los plazos establecidos en el calendario académico de la Universidad.

Realizada la solicitud de EEP, el estudiante dispone de un plazo máximo de 7 días naturales para aportar la documentación correspondiente y abonar la tasa asociada a dicho trámite.

Emitida la resolución por parte de la Comisión de EEP, el estudiante recibe notificación de la misma a través de un correo electrónico a su buzón personal de la UOC. Una vez notificada la resolución de EEP, si el estudiante no está de acuerdo, dispone de un plazo de 15 días naturales para alegar contra el resultado de la resolución de EEP.

Las resoluciones de evaluación de estudios previos son válidas hasta la formalización de la matrícula en el mismo semestre o posteriores y se mantienen vigentes mientras se mantiene abierto el expediente académico del plan de estudios de destinación.

4.4.4. Reconocimiento de la experiencia profesional

La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la cual se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, abre la puerta al reconocimiento futuro de la experiencia laboral o profesional a efectos académicos. Concretamente, el artículo 36 de la Ley de Universidades -que regula la convalidación o adaptación de estudios, la validación de experiencia, la equivalencia de títulos y la homologación de títulos extranjeros- prevé en su nueva redacción que el Gobierno regule, previo informe del Consejo de Universidades, las condiciones para validar a efectos académicos la experiencia laboral o profesional.

El RD 1393/2007 de 29 de octubre modificado por el RD 861/2010 de 2 de julio, incorpora en el artículo 6 la regulación del reconocimiento de la experiencia profesional o laboral.

En la UOC, el reconocimiento la experiencia profesional se realiza a través de una evaluación que permite valorar las destrezas y los conocimientos adquiridos por el estudiante en su trayectoria profesional.

La UOC, que atiende preferentemente demandas de formación de personas que por motivos profesionales o familiares no pueden cursar aprendizaje universitario mediante metodologías presenciales, ha diseñado un protocolo de evaluación de estos conocimientos y experiencias previas, que ya ha sido aplicado en otros programas formativos y que se corresponde con el nuevo marco normativo.

El reconocimiento de la experiencia profesional se formaliza a través de una solicitud de dicho trámite a través de la Secretaría académica de la universidad, de acuerdo con los plazos establecidos.

Las solicitudes van acompañadas de las evidencias documentales que acreditan la experiencia profesional. La documentación aportada por el estudiante para acreditar la experiencia profesional es, de acuerdo con el proceso la siguiente:

1. Original o fotocopia del certificado de vida laboral de la Tesorería General de la Seguridad Social.

2. Fotocopia de los Contratos de trabajo o Nombramientos.
3. Original o fotocopia de los certificados de empresa en que se especifiquen las funciones y actividades desarrolladas, o fotocopia compulsada del título profesional.
4. En caso de trabajador autónomo o por cuenta propia, el original o fotocopia del certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y descripción de la actividad desarrollada.

Una vez resuelta la solicitud del trámite, en caso de denegación los estudiantes pueden presentar alegación a través de los canales establecidos por la universidad.

Los procedimientos relacionados con el Reconocimiento de la experiencia profesional se recogen en el capítulo IV de la Normativa académica de la universidad, en sus artículos 85, 86, 87 y 88.

Este programa de Grado podrá reconocer hasta un 15% del total de créditos de la titulación (36 ECTS) en función de la experiencia profesional certificada por el estudiante. Si el número total de créditos asociados a un perfil supera el 15% del total de la titulación, el estudiante deberá elegir las asignaturas que quiere convalidar, hasta un máximo de 36 ECTS.

Tabla de perfiles profesionales para el reconocimiento de la experiencia profesional

DOCUMENTACIÓN MÍNIMA REQUERIDA PARA TODOS LOS PERFILES		
<ul style="list-style-type: none"> • Autoinforme de la actividad profesional desarrollada en el ámbito del perfil solicitado. • Original o fotocopia del certificado oficial de vida laboral. En caso de trabajador autónomo o por cuenta propia, original o fotocopia del certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y facturas como proveedor de servicios profesionales en el ámbito del perfil solicitado. • Certificado firmado por la empresa que acredite la experiencia profesional desarrollada. En caso de trabajador autónomo el certificado puede ser emitido por el principal cliente. • 5 ejemplos de trabajos realizados por el solicitante en el perfil solicitado (formato PDF, <i>showreel</i> o web). Si la autoría no consta en los ejemplos, ésta deberá estar certificada por la empresa / cliente. 		
ROL PROFESIONAL	ASIGNATURAS CONVALIDABLES	REQUISITOS
Redactor periodístico / editor periodístico / jefe de sección en un medio de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua y comunicación • Expresión oral y escrita • Introducción al periodismo • Ejercicio de la profesión periodística • Técnicas de redacción periodística • Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Guionista / presentador / productor de programas periodísticos audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua y comunicación • Expresión oral y escrita • Introducción al periodismo • Ejercicio de la profesión periodística • Guión audiovisual • Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.

Fotoperiodista	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción al periodismo ● Ejercicio de la profesión periodística ● Taller de fotografía ● Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Grafista / infografista en un medio de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción al periodismo (6 créditos) ● Ejercicio de la profesión periodística (6 créditos) ● Infografía y visualización (6 créditos) ● Diseño visual y expresión gráfica (6 créditos) ● Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Director de cuentas / responsable de tareas estratégicas o de producción en proyectos publicitarios.	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la publicidad ● Sistemas y procesos de la publicidad ● Dirección de cuentas y planificación estratégica ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Director de arte / responsable de tareas creativas en proyectos publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la publicidad ● Sistemas y procesos de la publicidad ● Creatividad publicitaria ● Diseño visual y expresión gráfica ● Dirección de arte ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Redactor publicitario / responsable de tareas creativas en proyectos publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la publicidad ● Sistemas y procesos de la publicidad ● Creatividad publicitaria ● Taller de redacción publicitaria ● Comunicación persuasiva en medios digitales ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Planificador de medios publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la publicidad ● Sistemas y procesos de la publicidad ● Dirección de cuentas y planificación estratégica ● Comunicación persuasiva en medios digitales ● Planificación de medios publicitarios ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Realizador audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Introducción al sector audiovisual ● Realización audiovisual ● Teoría y práctica de montaje audiovisual ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.

Guionista audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Introducción al sector audiovisual ● Guión audiovisual ● Storytelling y recursos narrativos ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Diseñador visual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Diseño visual y expresión gráfica ● Infografía y visualización ● Prácticum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Técnico / editor de video y sonido	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseño y creación sonora ● Montaje audiovisual ● Guión audiovisual ● Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Director / responsable de de contenidos audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Audiencias y consumos ● Introducción al sector audiovisual ● Guión audiovisual ● Producción y distribución multiplataforma ● Prácticum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Productor audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Introducción al sector audiovisual ● Proyectos audiovisuales ● Montaje audiovisual ● Producción y distribución multiplataforma ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Executive / director / de comunicación integral corporativa	<ul style="list-style-type: none"> ● Empresa y marketing ● Lengua y comunicación ● Introducción a las relaciones públicas ● Sistemas y procesos de las relaciones públicas ● Técnicas de relaciones públicas 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.

	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de cuentas y planificación estratégica • Practicum 	
Responsable de comunicación corporativa especializado en organización de eventos	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua y comunicación • Introducción a las relaciones públicas • Sistemas y procesos de las relaciones públicas • Técnicas de relaciones públicas • Organización de eventos y protocolo • Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Responsable de comunicación corporativa con el título de técnico en Relaciones Públicas para la Escuela Superior de Relaciones Públicas de Barcelona (ESRP)	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua y comunicación • Introducción a las relaciones públicas • Sistemas y procesos de las relaciones públicas • Técnicas de relaciones públicas • Organización de eventos y protocolo • Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial. En este perfil la presentación del título de técnico en Relaciones Públicas por la Escuela Superior de Relaciones Públicas de Barcelona (ESRP) exime al candidato de presentar ejemplos de trabajos realizados por el solicitante. La demás documentación sigue siendo requerida.
Responsable de comunicación / asesor en el ámbito de la comunicación política e institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua y comunicación • Expresión oral y escrita • Introducción a las relaciones públicas • Sistemas y procesos de las relaciones públicas • Comunicación política e institucional • Lobbismo y grupos de influencia • Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.

4.5. Curso de adaptación para titulados

Este programa no incluye un curso de adaptación para titulados.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Objetivos generales del título

El Grado en Comunicación por la UOC capacita para el ejercicio profesional en las principales vertientes de la actividad comunicativa, atendiendo tanto a la diversidad de medios y soportes (digitales, audiovisuales, escritos) como a la diversidad de objetivos estratégicos (expresivos, persuasivos, informativos). Este programa académico aporta al alumnado las competencias requeridas para idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos. Los medios de comunicación, las empresas consultoras de relaciones públicas, las productoras audiovisuales, las agencias de publicidad, las centrales de medios, las industrias culturales y los gabinetes de comunicación de las organizaciones son los entornos en los que el/la graduado/a desarrollará prioritariamente su labor.

Dado que, en la sociedad del conocimiento, el sector de la comunicación está experimentando transformaciones vertiginosas, la capacidad de interpretar el entorno y de adaptarse a realidades cambiantes con flexibilidad y polivalencia constituye un componente esencial de la formación que proporciona el grado. El espíritu emprendedor y la capacitación para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) contribuyen también a configurar el perfil de la titulación.

El perfil académico/profesional de la titulación

El grado en Comunicación se orienta a una formación general sólida en el ámbito de la comunicación para la cual se prevén 186 créditos comunes obligatorios para todos los estudiantes - 60 ECTS formación básica, 114 ECTS formación obligatoria, 12 ECTS de la materia Trabajo Final de Grado y 54 créditos de formación optativa.

El enfoque generalista que aportan los créditos obligatorios de la titulación se combina con la posibilidad de intensificar la adquisición de determinadas competencias en algún ámbito de actuación profesional mediante las menciones del título, conformadas por asignaturas optativas.

Las menciones permiten al estudiante orientarse de forma preferente en el ejercicio profesional de alguno(s) de los siguientes ámbitos:

Publicidad

- Comunicación corporativa y relaciones públicas
- Comunicación audiovisual
- Periodismo

1. Publicidad

La mención Publicidad capacita para la creación y la gestión estratégica publicitaria. Se enfoca, por un lado, en la creación de piezas publicitarias destinadas a todo tipo de medios (convencionales y no convencionales), tanto en el ámbito de la redacción publicitaria como en el de la dirección de arte (gráfica y audiovisual). Asimismo prepara el estudiante para el ejercicio profesional como ejecutivo/a o director/a de cuentas publicitarias, como planificador/a de medios y como planificador/a estratégico/a (planner). Esta mención aporta las competencias necesarias para la conceptualización

y verbalización / visualización del mensaje persuasivo, así como para gestionar, liderar, planificar, ejecutar, evaluar y liderar proyectos de comunicación publicitaria.

Para obtener la mención en Publicidad se requiere superar las siguientes asignaturas optativas:

- Dirección de cuentas y planificación estratégica
- Planificación de medios publicitarios
- Taller de fotografía
- Dirección de arte
- Comunicación persuasiva en medios digitales
- Taller de redacción publicitaria

2. Comunicación audiovisual

La mención Comunicación Audiovisual capacita al graduado en comunicación para desarrollar prioritariamente su trabajo en los ámbitos de la conceptualización, el guionaje, la realización y la postproducción de productos audiovisuales en diferentes formatos y soportes, y en los campos de la televisión, el cine, el vídeo, Internet y otros medios emergentes. También permite al graduado en comunicación desarrollar su carrera profesional en los ámbitos de la producción o la explotación comercial de proyectos audiovisuales, en la medida que lo capacita para planificar y organizar los recursos humanos, medios técnicos y presupuestarios para la producción de obras audiovisuales en sus diversos formatos, así como para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de la distribución multiplataforma.

Para obtener la mención en Comunicación audiovisual se requiere superar las siguientes asignaturas optativas:

- Diseño y creación sonora
- Realización audiovisual
- Montaje audiovisual
- Taller de audiovisual experimental
- Animación
- Producción y distribución multiplataforma

3. Comunicación corporativa y relaciones públicas

La mención en Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas del Grado en Comunicación de la UOC capacita para la gestión estratégica de la comunicación de una organización, y para establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas con sus públicos más relevantes, ya sean internos o externos. Su labor puede desarrollarse desde la propia organización (en gabinetes de comunicación, departamentos de relaciones públicas y similares) o en régimen de la consultoría (tanto en agencias de relaciones públicas como autónomamente).

Para obtener la mención en Comunicación corporativa y relaciones públicas se requiere superar las siguientes asignaturas optativas:

- Organización de eventos y protocolo
- Comunicación de crisis y RSC
- Lobbismo y grupos de influencia
- Comunicación política e institucional
- Comunicación persuasiva en medios digitales
- Taller de proyectos de relaciones públicas

4. Periodismo

La mención en Periodismo permitirá a los graduados orientarse profesionalmente en las actividades vinculadas con la obtención, selección, elaboración y difusión de la información periodística escrita, gráfica y audiovisual de acuerdo con criterios de interés público y en base a una deontología y ética profesional y los principios de servicio público y responsabilidad social. Tareas que podrá desarrollar tanto en medios de comunicación como en gabinetes de prensa y departamentos de comunicación de empresas o instituciones.

Para obtener la mención en Periodismo se requiere superar las siguientes asignaturas optativas:

- Periodismo especializado
- Periodismo de investigación y datos
- Infografía y visualización
- Taller de fotografía
- Taller de periodismo transmedia
- Producción y distribución multiplataforma

En relación a la trayectoria formativa en el marco del grado de Comunicación, los estudiantes realizarán una primera etapa de 60 ECTS donde cursarán las materias básicas de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas y créditos transversales y básicos de la titulación. A continuación se ofrece el conjunto de materias obligatorias de 114 ECTS, que se recomienda realizar entre el primer y tercer año de estudios. La siguiente etapa formada por las asignaturas optativas (54 ECTS) es la que permite la consecución de las menciones. Cada mención está constituido por 36 ECTS. El estudiante podrá completar el resto de los 54 créditos ECTS optativos cursando asignaturas de cualquier otra mención, mediante la realización de la asignatura optativa Practicum (de 12 ECTS), de los *minors* ofrecidos, o de las actividades externas cuyo reconocimiento contempla el Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre.

La realización de una mención no es obligatoria. Los estudiantes podrán acogerse a la opción de seguir aquellas asignaturas que les permitan el reconocimiento de de una mención u optar por una selección variada de asignaturas del total de la oferta de optativas.

En la etapa final de la formación en el Grado de Comunicación, los estudiantes realizan la asignatura obligatoria Diseño del Trabajo Final de Grado, de 6 ECTS, y el Trabajo Final de Grado, también de 6 ECTS.

Cabe destacar que este plan de estudios se ha diseñado teniendo en cuenta los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad

de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos, y los principios de sostenibilidad, conforme a lo dispuesto en la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, la Ley 27/2005, de 30 de noviembre, de fomento de la educación y la cultura de la paz, y las directrices para la introducción de la sostenibilidad en el curriculum elaboradas por la CRUE.

5.1. Descripción del plan de estudios

El Grado en Comunicación ofrece los siguientes módulos:

Id	Denominación módulo	Materia
1	Relaciones	Incluye las materias: 1.1. Fundamentos psicosociales de la comunicación 1.2. Fundamentos jurídicos de la comunicación 1.3. Comunicación corporativa
2	Media	Incluye las materias: 2.1. Fundamentos y procesos de la comunicación 2.2. Estructura y organización de la comunicación
3	Información	Incluye las materias: 3.1. Organización y producción informativa
4	Creatividad	Incluye las materias: 4.1. Ideación creativa 4.2. Creación publicitaria
5	Expresión	Incluye las materias: 5.1. Idioma moderno 5.2. Expresión audiovisual 5.3. Expresión oral y escrita
6	Organizaciones	Incluye las materias: 6.1. Empresa
7	Tecnología	Incluye las materias: 7.1. Tecnologías de la comunicación 7.2. Tecnologías de los medios audiovisuales
8	Prácticum	Incluye la materia: 8.1. Prácticum
9	TFG	Incluye la materia: 9.1. TFG

El plan de estudios del grado en Comunicación se organiza de la siguiente manera:

Carácter	ECTS	Período	Semestre
Formación básica Lengua y comunicación (6 ECTS) Fuentes de información y documentación digital (6 ECTS) Empresa y Marketing (6 ECTS) Comunicación y sociedad (6 ECTS) Pensamiento creativo (6 ECTS) Audiencias y consumos (6 ECTS) Régimen jurídico de la comunicación (6 ECTS) Competencias TIC en Comunicación (6 ECTS) Iniciativa emprendedora (6 ECTS) Inglés B2.1. (6 ECTS)	60	Semestral	1º/2 / 3º/4º
Formación obligatoria Diseño visual y expresión gráfica (6 ECTS) Técnicas de redacción periodística (6 ECTS) Cultura de la imagen (6 ECTS) Expresión oral y escrita (6 ECTS) Creatividad publicitaria (6 ECTS) Comunicación y contenidos en social media (6 ECTS) Guión audiovisual (6 ECTS) Inglés B2.2 (6 ECTS) Introducción al periodismo (6 ECTS) Introducción al sector audiovisual (6 ECTS) Introducción a las relaciones públicas (6 ECTS) Introducción a la publicidad (6 ECTS) Storytelling y recursos narrativos (6 ECTS) Proyectos audiovisuales (6 ECTS) Sistemas y procesos de la publicidad (6 ECTS) Sistemas y procesos de las relaciones públicas (6 ECTS) Técnicas de relaciones públicas (6 ECTS) Ejercicio de la profesión periodística (6 ECTS) Teorías de la comunicación (6 ECTS)	114	Semestral	1º/ 2º/ 3º / 4º / 5º/ 6º
Formación optativa Comunicación de crisis y RSC (6 ECTS) Comunicación política e institucional (6 ECTS) Comunicación persuasiva en medios digitales (6 ECTS) Dirección de arte (6 ECTS) Dirección de cuentas y planificación estratégica (6 ECTS) Diseño y creación sonora (6 ECTS) Taller de redacción publicitaria (6 ECTS) Taller de proyectos de relaciones públicas (6 ECTS) Lobbismo y grupos de influencia (6 ECTS) Organización de eventos y protocolo (6 ECTS) Periodismo de investigación y datos (6 ECTS) Periodismo especializado (6 ECTS) Planificación de medios publicitarios (6 ECTS) Producción y distribución multiplataforma (6 ECTS) Realización audiovisual (6 ECTS) Montaje audiovisual (6 ECTS) Taller de audiovisual experimental (6 ECTS) Infografía y visualización (6 ECTS)	54	Semestral	5º / 6º / 7º/ 8º

Taller de fotografía (6 ECTS) Taller de periodismo transmedia (6 ECTS) Animación (6 ECTS) Prácticum (12 ECTS)			
Diseño del Trabajo de Fin de Grado	6	Semestral	7º
Trabajo de Fin de Grado	6	Semestral	8º
TOTAL	240		

5.2. Actividades formativas

1	Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.
2	Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.
3	Estudios de casos
4	Actividades de búsqueda y gestión de información
5	Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.
6	Exposiciones y debates
7	Simulación / Juegos de rol
8	Desarrollo de memorias / informes de investigación o profesionalizadores
9	Prácticas profesionales

5.3. Metodologías docentes

1	Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
2	Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
3	Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el análisis de casos reales.
4	Aprendizaje cooperativo
5	Aprendizaje experiencial
6	Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes.
7	Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva

Modelo pedagógico de la UOC

La Universitat Oberta de Catalunya es pionera en un nuevo concepto de universidad que tiene como base un modelo educativo a distancia centrado en el estudiante. Este modelo utiliza las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para poner a disposición del estudiante un conjunto de espacios, herramientas y recursos que le faciliten la comunicación y la actividad, tanto en lo referente a su proceso de aprendizaje como al desarrollo de su vida académica.

La UOC fue creada con el impulso del Gobierno de la Generalitat de Catalunya, con la expresa finalidad de ofrecer enseñanza universitaria no presencial, inició su actividad académica en el curso 1995/1996 y desde entonces ha obtenido, entre otros, los siguientes premios y reconocimientos:

- Premio Bangemann Challenge 1997, de la Unión Europea a la mejor iniciativa europea en educación a distancia.
- Premio WITSA 2000, de la World Information Technology and Services Alliance (WITSA), a la mejor iniciativa digital (premio Digital Opportunity) .
- Premio ICDE 2001 a la excelencia, de la International Council for Open and Distance Education (ICDE), que reconoce a la UOC como la mejor universidad virtual y a distancia del mundo.
- Distinción como Centro de excelencia Sun – 2003 (y 2006), entre una selección de instituciones educativas de todo el mundo, por la utilización e integración de las TIC en los procesos formativos.
- 2005 – Premio Nacional de Telecomunicaciones de la Generalitat de Catalunya, por haber sido capaz de poner las telecomunicaciones al servicio de la enseñanza superior, haciendo posible, más que nunca, el acceso universal a la universidad.
- 2009 – Center of Excellence del New Media Consortium, reconoció el liderazgo de la UOC en áreas de la tecnología educativa y los recursos formativos abiertos.
- 2011 – Learning Impact Award for the Best Learning Portal (Bronce), con el proyecto iUOC cuyo objetivo es llevar el Campus Virtual de la Universidad a nuevos escenarios portátiles e interactivos.

El modelo educativo de la UOC se fundamenta en cuatro principios básicos: la flexibilidad, factor que contribuye a la formación a lo largo de la vida, la cooperación y la interacción para la construcción del conocimiento, que aportan un aprendizaje más transversal, y la personalización, que concilia las características y circunstancias de los estudiantes con la formación académica.

- Flexibilidad. Es la respuesta que la Universidad da a las necesidades del estudiante para adaptarse al máximo a su realidad personal y profesional, fomentando la formación a lo largo de la vida. En la UOC, la flexibilidad la encontramos, por ejemplo, en el hecho de que la docencia sea asíncrona (es decir, que no es necesario coincidir en el espacio ni en el tiempo para seguir unos estudios), en las facilidades para seguir el propio ritmo de aprendizaje, en la evaluación, en la permanencia o en el sistema de titulaciones.
- Cooperación. Es la generación de conocimiento de forma cooperativa entre los diversos agentes. A través del Campus Virtual, estudiantes y profesores de diferentes realidades geográficas y sociales tienen la posibilidad de dialogar, discutir, resolver problemas y consultar con otros compañeros y profesores. De esta manera, el aprendizaje se enriquece y adopta una dimensión cooperativa.

- Interacción. Uno de los elementos que da más valor al modelo de educación a distancia de la UOC es el peso que tiene la comunicación en todos los agentes (estudiantes, profesores, gestores, etc.). Esta facilidad de comunicación permite que la interacción multidireccional y multifuncional entre las personas (y entre éstas y los recursos) sea una de las bases para aprender y para crear “comunidad”.
- Personalización. Es el trato individualizado que recibe el estudiante, en el que se tienen en cuenta sus características, necesidades e intereses personales. Implica considerar los conocimientos previos de cada uno de los estudiantes en la acción formativa, disponer de mecanismos para reconocer su experiencia, facilitar itinerarios adaptados y ofrecer un trato individualizado en la comunicación, tanto dentro como fuera del proceso de aprendizaje.

Por lo tanto, este modelo está orientado, precisamente, hacia la participación y la construcción colectiva de conocimiento desde un planteamiento interdisciplinario y abierto a la experiencia formativa, social y laboral de los estudiantes. En este sentido, apuesta por un aprendizaje colaborativo a través de metodologías que impliquen la resolución de problemas, la participación en el desarrollo de proyectos, la creación conjunta de productos, la discusión y la indagación.

La **metodología de enseñanza-aprendizaje** utilizada en el presente Grado se basa en este modelo caracterizado por la asincronía en espacio y tiempo canalizada a través de un campus virtual.

La metodología de enseñanza-aprendizaje de la UOC sitúa al estudiante como impulsor de su propio proceso de aprendizaje. Se caracteriza por el hecho que la UOC proporciona al estudiante unos recursos adaptados a sus necesidades. Estos recursos deben garantizar que el estudiante pueda alcanzar los objetivos docentes y trabajar las competencias marcadas en cada una de las materias que realiza.

Entre los recursos que la Universidad pone a disposición de los estudiantes en el marco del Campus Virtual es preciso destacar los siguientes.

- El espacio donde desarrollamos la docencia: el aula virtual.
- Los elementos de planificación de la docencia: plan docente o plan de aprendizaje.
- Los elementos de evaluación de la enseñanza: pruebas de evaluación continua (PEC), pruebas de evaluación final.
- Los recursos disponibles: módulos didácticos, guías de estudio, casos prácticos, biblioteca, lecturas, artículos...
- Las personas que facilitan el aprendizaje: profesores y docentes colaboradores.

El entorno donde todos estos elementos confluyen y entran en relación es el Campus Virtual de la UOC. En efecto, en el Campus tiene lugar la vida de toda la comunidad universitaria, formada por los estudiantes, profesores, investigadores, colaboradores, y administradores. Es a través del Campus que el estudiante tiene acceso a las aulas virtuales, que son los espacios de aprendizaje donde concurren los profesores, los compañeros, los contenidos, las actividades y las herramientas comunicativas e interactivas necesarias para enseñar y aprender.

Esto hace que los recursos, los métodos y las dinámicas que se precisan para la realización de las actividades de aprendizaje y evaluación deban ser también muy diversos, heterogéneos y adaptables a un gran abanico de situaciones y necesidades de aprendizaje. Por todo ello, la UOC apuesta por poner al servicio de la actividad formativa del estudiante los elementos tecnológicos y comunicativos más avanzados, como por ejemplo:

- Herramientas sociales que faciliten el trabajo colaborativo (blogs, wikis, marcadores sociales, etc.),
- Contenidos multimedia que permitan ofrecer el contenido de forma multidimensional, sistemas de comunicación avanzados tanto sincrónicos como asíncronos que faciliten una comunicación ágil, clara y adaptada a cada situación (videochats, sistemas de inteligencia colectiva en los foros, etc.),
- Entornos virtuales 3D basados en los videojuegos que permitan interactuar con personas y objetos simulando situaciones reales, el acceso a la formación a través de dispositivos móviles para favorecer la flexibilidad.

Así mismo, en las aulas virtuales siempre se dispone de espacios habituales de interacción más o menos formal (a decisión del docente) y a los que llamamos espacios de foro y de debate, los cuales no sólo permiten la comunicación asíncrona entre los integrantes del grupo o aula, sino también un mejor y más pormenorizado seguimiento de las aportaciones de cada estudiante por parte del profesor.

5.4. Sistemas de evaluación

1	Evaluación continua
2	Prueba de síntesis
3	Examen final
4	Memoria / trabajo final
5	Exposición de resultados

Descripción del sistema de evaluación y sistema de calificaciones

La **metodología de enseñanza-aprendizaje** utilizada en el presente grado se basa en el modelo educativo de la UOC, caracterizado por la asincronía en espacio y tiempo canalizada a través de un campus virtual.

La metodología de enseñanza-aprendizaje de la UOC sitúa al estudiante como impulsor de su propio proceso de aprendizaje. Esta metodología se caracteriza por el hecho que la UOC proporciona al estudiante unos recursos adaptados a sus necesidades. Estos recursos deben garantizar que el estudiante pueda alcanzar los objetivos docentes y trabajar las competencias marcadas en cada una de las materias que realiza.

Entre los recursos que la Universidad pone a disposición de los estudiantes en el marco del Campus Virtual es preciso destacar los siguientes.

- El espacio donde desarrollamos la docencia: el aula virtual.
- Los elementos de planificación de la docencia: plan docente o plan de aprendizaje.
- Los elementos de evaluación de la enseñanza: pruebas de evaluación continua (PEC), pruebas de evaluación final.
- Los recursos disponibles: módulos didácticos, guías de estudio, casos prácticos, biblioteca, lecturas, artículos...
- Las personas que facilitan el aprendizaje: profesores y docentes colaboradores.

En el marco de este modelo pedagógico, el **modelo de evaluación** de la UOC persigue adaptarse a los ritmos individuales de los estudiantes facilitando la constante comprobación de los avances que muestra el estudiante en su proceso de aprendizaje. Es por ello que la evaluación en la UOC se estructura en torno a la **evaluación continua** y la **evaluación final**. La evaluación continua se lleva a cabo a través de las pruebas de evaluación continua (PEC), y la evaluación final, con pruebas de evaluación final (PEF). También se prevén modelos de evaluación específicos para las prácticas externas y los trabajos de fin de grado.

El modelo concreto de evaluación de cada asignatura se establece semestralmente en el plan docente / de aprendizaje.

El plan docente / de aprendizaje de cada asignatura define:

1. El modelo concreto de evaluación
2. Los criterios generales de evaluación de la asignatura relacionados con los objetivos a alcanzar y las competencias que deben adquirir.
3. En su caso, la tipología concreta de la prueba de evaluación final (PEF), los criterios y fórmulas de evaluación, corrección y nota, y las tablas de cruce o fórmulas ponderadas aplicables.

La normativa aplicable se encuentra en la normativa académica de la UOC:

https://seu-electronica.uoc.edu/portal/_resources/ES/documents/seu-electronica/Normativa_academica_EEES_CAST_xvigentx.pdf

La evaluación continúa

La evaluación continua (EC) se realiza durante el semestre. Es el eje fundamental del modelo educativo de la UOC y es aplicable a todas las asignaturas de los programas formativos que la UOC ofrece. El seguimiento de la EC es el modelo de evaluación recomendado por la UOC y el que mejor se ajusta al perfil de sus estudiantes.

La EC consiste en la realización y superación de una serie de pruebas de evaluación continua (PEC) establecidas en el plan docente, de acuerdo con el número y el calendario que se concreta. La EC de cada asignatura se ajusta a los objetivos, competencias, contenidos y carga docente de cada asignatura.

El plan docente establece los criterios mínimos y el calendario de entrega para seguir y superar la EC. En todo caso, para considerar que se ha seguido la EC debe haber hecho y entregado como mínimo el 50% de las PEC. El no seguimiento de la EC se califica con una N (equivalente al no presentado).

La nota final de EC es conocida por el estudiante antes de la prueba de evaluación final y en muchos casos determina el tipo de prueba final que el estudiante puede hacer o debe hacer.

La evaluación final. Tipología de pruebas de evaluación final (PEF)

Para las asignaturas con prueba de evaluación final, la UOC ofrece diferentes formatos que responden a las necesidades, los planteamientos y la metodología de las diferentes asignaturas. El plan docente / de aprendizaje de cada asignatura establece el tipo de prueba de evaluación final (PEF) aplicable para ese semestre.

La tipología de pruebas de evaluación finales (PEF) de asignatura disponibles en la UOC son las siguientes:

Prueba de validación (PV): La PV es una prueba de evaluación final presencial con el objetivo de validar o no validar la nota obtenida por el estudiante en la EC.

Prueba de síntesis (PS): La PS tiene por objetivo evaluar el logro de los objetivos y la adquisición de las competencias y los contenidos de la asignatura y completar el proceso de evaluación.

Para hacer la PS, es necesario haber superado la EC de acuerdo con los criterios establecidos en el plan de aprendizaje del semestre correspondiente. La PS se puede diseñar en modalidad presencial o virtual. El diseño virtual o presencial de la PS se determina semestralmente en el plan de aprendizaje y es aplicable a todos los estudiantes que han superado la EC.

Examen (EX): El examen es una prueba de evaluación final que tiene por objetivo evaluar el logro de los objetivos y la adquisición de las competencias y los contenidos de la asignatura, de una manera global y completa, independientemente de si el estudiante ha seguido y superado la EC.

El EX se puede diseñar en modalidad presencial o virtual. El diseño virtual o presencial del EX se determina semestralmente en el plan docente. La modalidad virtual del EX se puede establecer para todos los estudiantes o sólo para quienes han seguido o superado la EC. El tiempo previsto para la realización del EX presencial es de 120 minutos (2 horas).

El EX virtual consiste en una prueba final de evaluación que el estudiante hace en un tiempo determinado y no necesariamente coincidente con los turnos y horarios de las PEF presenciales (siempre, pero, respetando el calendario de calificaciones previsto para cada curso académico). Salvo que se indique lo contrario en el plan docente / de aprendizaje, los exámenes se hacen y son corregidos y calificados de una manera anónima.

Prácticas

La práctica es una actividad de evaluación no presencial que forma parte del sistema de evaluación de la asignatura. Las prácticas pueden ser obligatorias o no, según lo establecido en el plan docente / de aprendizaje correspondiente.

Las prácticas pueden ser diseñadas como parte de la evaluación continua (EC) o de la evaluación final (PEF) de la asignatura, y se pueden combinar con todos los modelos de EC y de PEF. La nota de prácticas se combina con la nota de la EC y / o la nota de la PEF para obtener la calificación final de la asignatura, de acuerdo con la tabla de cruce o fórmula ponderada que se establezca en el plan docente / de aprendizaje.

Trabajo Final de Grado: Los trabajos de fin de Grado (TFG) son objeto de defensa pública de acuerdo con lo establecido en el plan docente / de aprendizaje de la asignatura.

La calificación final de la asignatura. Los modelos de evaluación.

1. La calificación final de la asignatura resulta de las notas obtenidas EC y / o en la PEF, según el modelo de evaluación establecido para cada asignatura y de acuerdo con la tabla de cruce o fórmula ponderada que sea aplicable. El modelo de evaluación y la tabla de cruce o fórmula ponderada aplicable se establecerán semestralmente en el plan docente / de aprendizaje de la asignatura.
2. Las calificaciones finales y las notas de las PEF se hacen públicas dentro de los plazos establecidos en el calendario académico. El expediente académico del estudiante recoge las calificaciones finales, así como las notas de las PEF y de la EC realizadas.
3. Las fórmulas de ponderación que se aplicarán según el modelo de evaluación.

La revisión de las calificaciones

1. Revisión de la nota de PEF: Los estudiantes tienen derecho a solicitar la revisión de la corrección y calificación de la PEF si no están de acuerdo. Esta solicitud debe hacerse en el plazo indicado en el calendario académico y por medio de las herramientas establecidas al efecto. En la medida que es posible, se dan a conocer criterios o indicaciones generales de respuesta de las PEF para que el estudiante pueda contrastar con ellos sus respuestas y valorarlas. En el caso de no validación de la PV, la notificación de la calificación incluye la justificación correspondiente.

Contra la resolución de la revisión, los estudiantes pueden presentar, de acuerdo con el procedimiento y el plazo establecido en el calendario académico, alegaciones ante el profesor responsable de la asignatura, el cual debe dar respuesta en los plazos establecidos en el calendario académico. Esta resolución pone fin al proceso de evaluación del estudiante.

2. Revisión de la nota de EC: Cuando la EC se establece como único modelo de evaluación de la asignatura, el estudiante que no esté de acuerdo con la nota de EC obtenida puede pedir la revisión, de acuerdo con las herramientas y los plazos establecidos. Salvo este supuesto, las calificaciones de las PEC y la nota final de EC no pueden ser objeto de revisión. Corresponde al estudiante, como parte de su proceso de aprendizaje, contrastar su ejercicio con las soluciones y las correcciones hechas por el consultor.

Turnos y horarios de pruebas de evaluación final (PEF)

Las PEF se llevan a cabo al final de cada semestre durante un plazo temporal de ocho días como mínimo. Todas las asignaturas cuentan con un mínimo de dos turnos de PEF por semestre. Las PV y PS se distribuyen en ocho franjas horarias en cada turno, los EX se distribuyen en cuatro franjas horarias en cada turno. Los estudiantes pueden elegir día, hora y sede para hacer las pruebas finales presenciales de las asignaturas de las que se han matriculado, entre las diferentes posibilidades que la UOC ofrece a tal efecto.

La evaluación final en circunstancias especiales

1. Realización no presencial de la evaluación final.- Las PV y PS se pueden hacer excepcionalmente de manera no presencial, en los supuestos siguientes:

- a. Estudiantes residentes en el extranjero: Los estudiantes residentes en el extranjero de forma estable deben hacer la solicitud y enviar la documentación una sola vez para obtener este derecho para todos los semestres que cursen en la UOC. La UOC puede exigir a estos estudiantes un mínimo de evaluación final presencial o, como mínimo, síncrona durante sus estudios universitarios. Esta exigencia se puede satisfacer, por ejemplo, con la defensa síncrona del TFG y con el establecimiento en el programa formativo de asignaturas que obligatoriamente requieran hacer examen presencial.
- b. Estudiantes temporalmente desplazados en el extranjero por motivos laborales, por adopción internacional o con motivo de una beca de estudios, durante los turnos de pruebas finales de evaluación: Los estudiantes desplazados en el extranjero deberán justificar esta situación cada semestre que se produzca. Estos estudiantes no pueden solicitar hacer las PEF de forma virtual durante más de dos semestres seguidos.
- c. Estudiantes con discapacidad o con necesidades especiales que no les permitan desplazarse a la sede de exámenes y que lo acrediten documentalmente: La prueba final no presencial es autorizada siguiendo los criterios establecidos por el Comité de Adaptación Curricular de la UOC.

La falta de veracidad sobre la residencia o desplazamiento al extranjero, la discapacidad o necesidad especial declarada por el estudiante, así como la no autenticidad de la documentación acreditativa de estos hechos, constituye una falta muy grave que es sancionada por el régimen disciplinario previsto en la Carta de derechos y deberes de la UOC.

2. Posibilidad de hacer examen en el siguiente semestre.- Excepcionalmente, los estudiantes que no puedan hacer las PEF en el último turno, por hospitalización (propia, del cónyuge o pareja de hecho, o de un familiar de primer grado) o por fallecimiento de un familiar (cónyuge o pareja de hecho o de un familiar de primero o segundo grado), pueden hacer el examen (EX) el semestre inmediatamente siguiente sin necesidad de formalizar la matrícula de estas asignaturas. En estos casos se guarda la nota final de EC obtenida (si la hay) para que se pueda cruzar con la nota que se obtenga en el examen final.

3. Excepciones justificadas.- En casos debidamente justificados, y a propuesta de la dirección de programa correspondiente, el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado puede

resolver ofrecer al estudiante la posibilidad de obtener la calificación final de la asignatura por algún otro medio.

Derechos y deberes de los estudiantes

1. Información: Toda la información relativa a los modelos de evaluación de las asignaturas / programas, el calendario de pruebas finales, la elección de las sedes de exámenes, los periodos necesarios para la publicación de las calificaciones finales y para las revisiones debe ser accesible desde Secretaría.

2. Derecho a ser evaluado: Todo estudiante de la UOC tiene derecho a ser evaluado de las asignaturas de las que se ha matriculado, siempre que no se trate de una asignatura que haya sido reconocida o adaptada, a no ser que haya renunciado a presentarse a las pruebas de evaluación previstas. El estudiante debe estar al corriente de sus deberes económicos con la Universidad para tener derecho a ser evaluado.

3. Convocatorias: La matrícula de una asignatura da derecho a una sola convocatoria de evaluación por semestre. El estudiante dispone de cuatro convocatorias para superar cada asignatura. Corre convocatoria cada vez que el estudiante se presenta a una PEF o sigue la EC (cuando se establece como único modelo de evaluación) y no la supera. Por no presentarse a la PEF o no seguir la EC (cuando se establece como único modelo de evaluación y de acuerdo con lo establecido en el plan docente correspondiente) el estudiante consta en el expediente como no presentado, pero no agota convocatoria. El estudiante que se presenta a la PEF pero abandona la prueba dentro de los primeros treinta minutos, se considera no presentado. Por otra parte, en el caso de asignaturas con prácticas obligatorias o de EC como único modelo de superación de la asignatura, prevalece lo indicado en el plan docente / de aprendizaje de la asignatura y, por tanto, sólo se consideran no presentados (y no corre convocatoria) si no entregan el número de PEC o prácticas obligatorias que se especifican en el plan docente / de aprendizaje.

Agotadas las cuatro convocatorias ordinarias para poder superar una asignatura, el estudiante puede pedir una autorización de permanencia dentro del plazo establecido en el calendario académico de la UOC. Aceptada la autorización de permanencia, el estudiante dispone de una única convocatoria extraordinaria para poder superar la asignatura.

4. Reserva de nota de EC. Si el estudiante no puede hacer la prueba final en el último turno de las pruebas de evaluación final por motivos excepcionales como la hospitalización (propia, del cónyuge o pareja de hecho o de un familiar de primer grado) o el fallecimiento (del cónyuge o pareja de hecho o de un familiar de primer o segundo grado), el estudiante podrá ser autorizado a realizar el examen (sólo examen) en el semestre inmediatamente posterior sin tener que volver a matricular la asignatura. Estas solicitudes serán valoradas y resueltas, a la vista de las justificaciones aportadas por el estudiante, por el Vicerrector de Ordenación Académica y Profesorado.

5. Custodia de expedientes. La UOC custodia las PEF durante un curso académico.

6. Certificado de PEF. Los estudiantes pueden solicitar, al finalizar las PEF presenciales, un justificante documental que acredite que han asistido. La solicitud se hará al examinador del aula.

7. Cuando un estudiante no respeta las instrucciones dadas o su comportamiento no responde a las

normas básicas de comportamiento social, puede ser advertido y, si no corrige su conducta, el examinador le puede expulsar de la prueba (haciendo constar la incidencia en el acta y la PEF). El examinador debe hacer constar en la PEF del estudiante todos los elementos y la información relativos al proceso de realización de esta prueba que sean relevantes para corregirla.

El seguimiento y realización de la evaluación en la UOC queda sujeto a los criterios disciplinarios y sancionadores previstos en la Normativa de Evaluación y en la Normativa de derechos y deberes de la UOC.

Identidad y autoría

La Universidad debe establecer los mecanismos adecuados para garantizar la identidad de los estudiantes, así como la autoría y originalidad de cualquiera de las PEC, prácticas, PEF o TF realizados.

La UOC puede solicitar a los estudiantes que se identifiquen pidiendo la presentación del DNI o pasaporte, o haciendo los controles previos o posteriores que se consideren oportunos.

Los supuestos de infracción quedan sujetos a los criterios disciplinarios y sancionadores previstos en la Normativa de Evaluación y en la Normativa de derechos y deberes de la UOC.

Infracción de la normativa

1. Las infracciones de los criterios recogidos en la normativa de evaluación o en el plan docente / de aprendizaje son valoradas y debidamente sancionadas académicamente y, en su caso, disciplinariamente, de acuerdo con lo establecido a continuación.

2. El profesor responsable de la asignatura (cuando se produzcan dentro del ámbito estricto de una asignatura) o el director de programa correspondiente (cuando se produzcan en el ámbito de diversas asignaturas) está facultado para valorar y, a la vista toda la información recopilada, resolver la sanción académica correspondiente a las conductas siguientes:

- La utilización literal de fuentes de información sin ningún tipo de citación;
- la suplantación de personalidad en la realización de PEC;
- la copia o el intento fraudulento de obtener un resultado académico mejor en la realización de las PEC y las PEF;
- la colaboración, encubrimiento o favorecimiento de la copia en las PEC y las PEF;
- la utilización de material o dispositivos no autorizados durante la realización de las PEF. Estas conductas pueden dar lugar a las sanciones académicas siguientes:
- nota de suspenso (D o 0) de la PEC o de la nota final de EC
- imposibilidad de superar la asignatura mediante PS o PV (y tener que ir a examen si los hay) para superar la asignatura
- o nota de suspenso (D o 0) de la PEF-cuando la conducta se ha producido mientras se hace.

Además de la sanción académica correspondiente, el estudiante recibirá una amonestación por escrito del responsable académico recordándole la impropiedad de su actuación y la apertura de un procedimiento disciplinario en caso de reincidencia.

La dirección de programa, a la hora de resolver solicitudes de matrícula excepcional u otras

peticiones académicas por parte del estudiante, puede tener en cuenta la información relativa a este tipo de conductas.

3. La infracción de la normativa de evaluación puede dar lugar a la incoación de un procedimiento disciplinario, de acuerdo con la Normativa de derechos y deberes de la UOC. Las siguientes conductas pueden ser constitutivas de falta y quedan sujetas al procedimiento disciplinario allí previsto:

- la reincidencia (más de una vez) en las conductas expuestas anteriormente;
- la suplantación de personalidad en la realización de la PEF;
- la falsificación, sustracción o destrucción de pruebas finales de evaluación;
- la utilización de documentos identificativos falsos ante la Universidad (también en la realización de la PEF);
- la falta de veracidad o de autenticidad (incluyendo el fraude documental o de cualquier otro tipo) sobre la residencia, el desplazamiento en el extranjero o las necesidades especiales declaradas por el estudiante para acogerse a la evaluación final excepcional.

De acuerdo con la Normativa de derechos y deberes, la Dirección de Programa es competente para iniciar e instruir el procedimiento disciplinario, y el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado es competente para resolver en caso de faltas leves y graves y el Rectorado, en caso de faltas muy graves. La sanción resultante del expediente disciplinario constará en todos los expedientes que el estudiante tenga abiertos en la UOC.

Planificación temporal de la titulación

Se prevé que un estudiante pueda realizar todo el plan de estudios en cuatro cursos (ocho semestres), siguiendo la planificación propuesta:

a) **Planificación en un cuatro años lectivos (a tiempo completo)**

Primer curso	Segundo curso	Tercer curso	Cuarto curso
Competencias TIC en Comunicación	Comunicación y contenidos en social media	Técnicas de relaciones públicas	Optativa II
Lengua y comunicación	Comunicación y Sociedad	Proyectos audiovisuales	Optativa III
Régimen jurídico de la comunicación	Introducción a las relaciones públicas	Creatividad Publicitaria	Optativa IV
Teorías de la comunicación	Introducción a la publicidad	Storytelling y recursos narrativos	Optativa V
Técnicas de redacción periodística	Expresión oral y escrita	Diseño visual y expresión gráfica	Optativa VI
Inglés B2.1	Empresa y marketing	Inglés B2.2	Optativa VII
Iniciativa emprendedora	Audiencias y consumos	Guión Audiovisual	Optativa VII
Fuentes de información y documentación digital	Introducción al periodismo	Ejercicio de la profesión periodística	Optativa VIII
Introducción al sector audiovisual	Cultura de la Imagen	Sistemas y procesos de la publicidad	Diseño del Trabajo Final de Grado
Pensamiento creativo	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	Optativa I	Trabajo Final de Grado
TOTAL Créditos 60	TOTAL Créditos 60	TOTAL Créditos 60	TOTAL Créditos 60

b) Planificación en ocho años lectivos (a tiempo parcial)

Primer curso	Segundo curso	Tercer curso	Cuarto curso
Competencias TIC en Comunicación	Inglés B2.1	Comunicación y contenidos en social media	Empresa y marketing
Lengua y comunicación	Iniciativa emprendedora	Comunicación y Sociedad	Audiencias y consumos
Régimen jurídico de la comunicación	Fuentes de información y documentación digital	Introducción a las relaciones públicas	Introducción al periodismo
Teorías de la comunicación	Introducción al sector audiovisual	Introducción a la publicidad	Cultura de la Imagen
Técnicas de redacción periodística	Pensamiento creativo	Expresión oral y escrita	Sistemas y procesos de las relaciones públicas
TOTAL Créditos 30	TOTAL Créditos 30	TOTAL Créditos 30	TOTAL Créditos 30

Quinto curso	Sexto curso	Séptimo curso	Octavo curso
Técnicas de relaciones públicas	Inglés B2.2	Optativa II	Optativa VII
Proyectos audiovisuales	Guión Audiovisual	Optativa III	Optativa VII
Creatividad Publicitaria	Ejercicio de la profesión periodística	Optativa IV	Optativa VIII
Storytelling y recursos narrativos	Sistemas y procesos de la publicidad	Optativa V	Diseño del Trabajo Final de Grado
Diseño visual y expresión gráfica	Optativa I	Optativa VI	Trabajo Final de Grado
TOTAL Créditos 30	TOTAL Créditos 30	TOTAL Créditos 30	TOTAL Créditos 30

Por otro lado, para facilitar la transversalidad de conocimientos, estimular la interdisciplinariedad científica y dar respuesta a un conjunto de competencias complementarias de demanda creciente en el mercado laboral, los estudiantes del Grado podrán matricularse de un Minor. Cada *minor* estará integrado por un conjunto de materias de otras disciplinas que permiten al estudiante desarrollar competencias distintas de las competencias generales y específicas de su titulación. Dichas materias procederán de asignaturas que forman parte de otros grados y su aprendizaje garantiza al estudiante una formación complementaria en otras disciplinas.

La universidad desarrolla periódicamente la oferta de Minors. En el caso concreto del presente grado, la optatividad reservada para cursar dentro de esta oferta de minors será de un mínimo de 12 créditos ECTS y un máximo de 24 créditos ECTS.

La interdisciplinariedad y la transversalidad expresan competencias necesarias en el mundo actual, dado que en la mayor parte de entornos sociales y profesionales las personas deben poner en juego competencias y conocimientos que no se limitan a una sola área de conocimiento. En muchos casos, se trata de competencias y conocimientos que cada persona debe desarrollar por sí misma en función de las necesidades surgidas en cada momento y adaptadas a cada contexto.

La matrícula de Minors se realiza en los períodos y canales establecidos por la universidad. No es obligatorio por parte de los estudiantes matricularse de la totalidad de las asignaturas que conforman un minor, estas asignaturas pueden matricularse en distintos semestres y no se procederá a su incorporación en el expediente del Grado hasta la total superación de las asignaturas que los configuran.

Asimismo, la Universidad, de acuerdo con lo que establece el Real decreto en su artículo 12.8, ofrecerá la posibilidad de reconocer hasta un máximo de 6 créditos ECTS a los estudiantes de la titulación por su participación en actividades universitarias.

Cada curso, la Universidad ofrecerá un conjunto de actividades cuyo reconocimiento podrá ser solicitado por los estudiantes, así como la limitación de dichas actividades en créditos que se valorarán entre un mínimo y un máximo de 1 y 2, y se agruparán en las siguientes categorías:

- Calidad y mejora de la Universidad, que podrá incluir participación en procesos de evaluación, participación en grupos de innovación o encuestas.
- Cooperación y solidaridad, que podrá incluir las actividades que se desarrollan en el marco del Campus por la Paz de la UOC.
- Participación y representación, que podrá incluir la representación en órganos de la Universidad o en órganos externos a la Universidad propios del sistema universitario.
- Actividades deportivas.
- Cultura.
- Dinamización de la comunidad universitaria.
- Apoyo a los nuevos estudiantes.

El tutor/a, a la vista de la trayectoria del estudiante, así como de la orientación profesional que este quiera dar a sus estudios, atendiendo a su perfil personal y profesional, orientará al estudiante hacia la matriculación de determinadas asignaturas optativas que le permitan consolidar un nivel superior de aquellas competencias que se adecuen a sus necesidades y expectativas.

Esto se garantiza mediante el proceso establecido para la matriculación semestral de créditos en la titulación. El proceso se inicia con una propuesta de matrícula por parte del estudiante que debe ser valorada y aprobada por su tutor antes de que sea administrativamente formalizada. Es en este momento del proceso, durante la validación tutorial, cuando se realizan las orientaciones oportunas con la finalidad de asegurar la eficacia de la adquisición por parte del estudiante de todas las competencias de la titulación.

Mecanismos de coordinación docente

La responsabilidad última sobre la calidad que recibe el estudiante en cada asignatura corresponde al profesor responsable de asignatura (PRA). El profesor responsable de asignatura es quien vela

por la calidad y la actualización del contenido y de los recursos de la asignatura, con especial atención a su diseño e innovando para garantizar el desarrollo adecuado de la actividad docente y su adecuación a los estándares de calidad definidos por la UOC. Se encarga del diseño del plan docente o plan de aprendizaje, planifica la actividad que debe desarrollarse a lo largo del semestre y revisa y evalúa la ejecución.

Para garantizar la coordinación docente dentro del programa, el director de programa y los profesores responsables de las asignaturas del Grado se reúnen periódicamente con el objetivo de analizar los elementos de transversalidad que pueden presentar las asignaturas encadenadas y las asignaturas complementarias. Estas asignaturas comparten, en la mayoría de los casos, las competencias que trabajan, por lo que actividades y sistemas de evaluación pueden ser comunes y compartidos.

Asimismo, el profesor responsable de asignatura es el responsable de coordinar a los distintos docentes colaboradores que interactúan en una misma asignatura, siendo su competencia evaluar de manera conjunta el funcionamiento, los resultados y el grado de alcance de los objetivos de la asignatura.

Finalmente, para poder garantizar la efectiva coordinación entre todos los actores implicados en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, estos se reúnen periódicamente con objeto de tratar los temas y las problemáticas de interés común, establecer criterios y evaluar el desarrollo del programa.

Paralelamente, al inicio y al final de cada semestre, se llevan a cabo reuniones de cada profesor responsable de asignatura con el equipo de docentes colaboradores que coordina, y del director académico del programa con el equipo de tutores, donde se comparten los resultados de las evaluaciones, encuestas e indicadores de calidad, y se toman las decisiones pertinentes para cada una de las materias.

Además, una vez al año (como mínimo) se realiza un encuentro de todos los docentes colaboradores y tutores con el profesorado, el director académico de programa y el director de estudios, con el objetivo de tratar los temas de profundización necesarios para el buen funcionamiento del Grado.

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

La movilidad de los estudiantes y titulados es uno de los elementos centrales del proceso de Bolonia. El Comunicado de Londres de mayo de 2007 dejó constancia del compromiso en el ámbito nacional de avanzar en dos direcciones: por un lado, los procedimientos y las herramientas de reconocimiento, y, por otro, estudiar mecanismos para incentivar la movilidad. Estos mecanismos hacían referencia a la creación de planes de estudios flexibles, así como a la voluntad de alentar el incremento de programas conjuntos.

Programa Erasmus

La UOC solicitó en febrero de 2007 la Carta universitaria Erasmus, que le fue concedida en julio de 2007. A principios del 2009 la UOC entró a formar parte del programa de movilidad docente, al año siguiente se añadió para el personal de gestión.

Desde el curso 2011/12 se han concedido un total de 29 becas Erasmus, en concreto:

	2011/12	2012/13	2013/14
Formación	7	8	7
Prácticas		6	1

Así mismo, la universidad también ha recibido estudiantes de movilidad, concretamente 1 de prácticas en 2010/11 y 3 de formación en el curso 2013/14.

A nivel general de la UOC existe una Comisión de Movilidad que reúne a los responsables de la oficina de Relaciones Internacionales de la universidad y a los coordinadores Erasmus de los diferentes departamentos académicos. Dicha comisión ejerce funciones de coordinación y unifica los criterios de selección de estudiantes y de gestión de los acuerdos académicos entre los estudiantes y las universidades destinatarias. El departamento de Artes y Humanidades dispone de un coordinador Erasmus para todos los programas de los estudios que lleva a cabo los contactos para establecer nuevos convenios, participa en el proceso de selección de candidatos a las becas Erasmus, asesora a los estudiantes seleccionados en la elección de asignaturas en la universidad destinataria, firma en nombre del departamento el “learning agreement” de cada estudiante, y mantiene contacto periódico con los estudiantes que se hallen ya realizando su movilidad.

Otros proyectos de movilidad de la UOC

La movilidad que se efectúa en la UOC se centra en el intercambio de estudiantes con otras universidades mediante acuerdos articulados en convenios interuniversitarios, contemplando el posterior reconocimiento de créditos en la universidad origen del estudiante. Los acuerdos de movilidad pueden efectuarse en ambos sentidos; la UOC es emisora o receptora de estudiantes. Los acuerdos de movilidad pueden afectar tanto a la docencia virtual como a la presencial:

- En los casos en los que la UOC actúa como emisora de estudiantes, los acuerdos pueden afectar tanto a asignaturas presenciales como a asignaturas virtuales de la universidad receptora.
- En los casos en los que la UOC actúa como receptora de estudiantes, lo habitual es que la movilidad sea virtual, aunque podría considerarse algún caso excepcional que afectase a actividades presenciales organizadas desde la UOC.

Convenios bilaterales:

- Estudios Virtuales de Andorra en todos los programas oficiales, que permite a sus estudiantes realizar sus estudios en la UOC y obtener al finalizar el título oficial vigente en ambos países.

Por último debe considerarse la participación en el proyecto piloto europeo e-Move sobre movilidad virtual (MV) y también se han iniciado conversaciones con la Open University, y también la oferta de Minors que permite fomentar:

- La movilidad de los estudiantes entre distintas titulaciones de la propia universidad.
- La movilidad de estudiantes procedentes de otras universidades.
- La movilidad de los estudiantes que cursan las titulaciones actuales hacia las nuevas titulaciones de grado adaptadas a los requerimientos del EEES.

Con el apoyo de la Oficina de Relaciones Internacionales, se promueve la participación activa de la Universitat Oberta de Catalunya en redes de excelencia y alianzas internacionales que permiten facilitar la relación con instituciones universitarias a nivel internacional para el fomento de los convenios de colaboración. Actualmente la UOC es miembro de las siguientes redes europeas e internacionales:

- European Association of Distance Teaching Universities (EADTU)
- European Distance and E-learning Network (EDEN)
- European University Association (EUA)
- European Foundation for Quality in eLearning (EFQUEL)
- European Association for International Education (EAIE)
- Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA)
- EDUCAUSE
- EuroMed Permanent University Forum (EPUF)
- International Council for Distance Education (ICDE)
- Hispanic Association of Colleges & Universities (HACU)
- Global University network for Innovation (GUNI)
- Institutional Management in Higher Education OECD (IMHE)
- New Media Consortium (NMC)
- IMS Global Learning Consortium (IMS GLC)
- OpenCourseWare Consortium (OCW Consortium)
- Consorcio Red de Educación a Distancia (CREAD)
- Red de Innovación Universitaria (RIU)
- Institutional Management in Higher Education (IMHE-OECD)

Mecanismos para el aseguramiento de la movilidad

El criterio de elección de las universidades con las que se formalizan acuerdos de movilidad es académico, previo análisis de los planes de estudio y de los calendarios académicos, teniendo en cuenta los objetivos y las competencias descritos en cada programa.

Las acciones de movilidad se articulan mediante acuerdos específicos. Estos acuerdos regulan (total o parcialmente) los siguientes aspectos.

- Aspectos generales: marco de colaboración, objetivos del acuerdo, duración del acuerdo...
- Pactos académicos: asignaturas afectadas por el acuerdo de movilidad, pactos académicos, tablas de equivalencias o de reconocimiento de créditos, pactos de calendarios académicos, comisión de seguimiento del acuerdo...
- Pactos administrativos: circuitos para el posterior reconocimiento de los créditos mediante intercambio de información entre secretarías...
- Pactos económicos: acuerdos entre universidades, condiciones especiales para alumnos, condiciones de facturación, plazos de tiempo estipulados...
- Pactos legales: cláusulas para la protección de datos personales, tiempo de vigencia y condiciones de renovación, causas de rescisión y circuitos para la resolución de los conflictos.

En función de cada acuerdo pueden existir cláusulas adicionales a las descritas (propiedad de los contenidos, intercambio de profesorado...).

Una vez firmados los acuerdos, se dan a conocer a los estudiantes susceptibles de poder acogerse al programa de movilidad, especificando las condiciones de matrícula, los trámites y el posterior reconocimiento en el programa de origen. Esta puesta en conocimiento se articula por medio del tutor del programa, quien puede asesorar al alumno sobre las dudas que les surjan en lo relativo al programa de movilidad en el marco de los estudios que cursa.

Movilidad del Grado

El grado no ofrece en el momento de la verificación ninguna propuesta específica de movilidad.

Nivel 1: Módulos

5.5. Nivel 1: Módulo 1: Relaciones

5.5.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 1.1 Fundamentos psicosociales de la comunicación

Materia 1.1: Fundamentos psicosociales de la comunicación	
ECTS materia: 12	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 3º / 4º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demostrar el manejo de los principales conceptos empleados en la investigación de la comunicación y sus fundamentos teóricos. - Describir y diferenciar las principales aportaciones que se han hecho desde la sociología y la psicología social al análisis de la comunicación. - Analizar el contexto y los paradigmas comunicativos propios de la sociedad de la información y la sociedad red y en particular los procesos de cambio que la irrupción de Internet ha supuesto en las formas de informar y comunicar. - Identificar y debatir conceptos básicos del estudio sociológico (acción humana, estructura social, control social, consenso, conflicto, cambio social, norma, identidad, estratificación social, institución, poder, ideología). - Examinar y debatir, desde una perspectiva crítica, la construcción de la opinión pública, la cultura participativa y convergencia cultural. - Argumentar la relación que se establece ante los medios de comunicación y las instituciones. - Explicar cómo las prácticas sociales construyen los conceptos y elementos que conforman nuestra realidad. - Comparar diferentes perspectivas teóricas sobre la incidencia de las nuevas tecnologías en la realidad social. 	
<p>Contenidos:</p> <p>Comunicación y sociedad (6 ECTS- B) Audiencias y consumos (6 ECTS - B)</p>	
Observaciones:	

Competencias básicas y generales:			
<p>CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;</p> <p>CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;</p> <p>CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;</p> <p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;</p> <p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p> <p>CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno CG3 - Capacidad de creatividad e innovación CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente</p>			
Competencias transversales:			
CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional			
Competencias específicas:			
<p>CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información CE2 - Conocimiento del mercado y del entorno profesional CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación) CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación CE7 - Capacidad para traducir el mensaje a comunicar en un mensaje persuasivo CE10 - Capacidad de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información</p>			
Actividades formativas			
Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad

Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	60%	180	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	20%	60	0%
Estudio de casos	20%	60	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva.

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.5.1.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.1. Asignatura: Sociología de la comunicación

Denominación de la asignatura: Comunicación y Sociedad	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 3	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.5.1.2 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.1. Asignatura: Psicología de la comunicación

Denominación de la asignatura: Audiencias y consumos

ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 4	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.5.2. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 1.2 Fundamentos jurídicos de la comunicación

Materia 1.2: Fundamentos jurídicos de la comunicación	
ECTS materia: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 1r semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir y analizar el régimen jurídico general que regula las actividades de los diferentes profesionales de la comunicación e identificar sus principales normativas. - Reconocer los derechos a la libertad de expresión e información en el ejercicio de la actividad periodística. - Reconocer y emplear las normas que regulan la actividad publicitaria, los supuestos de publicidad ilícita y las consecuencias jurídicas que de ella se derivan. - Examinar los principios básicos en materia de protección de datos de carácter personal y su incidencia en las acciones de publicidad directa que impliquen la recogida de y tratamiento de datos personales de terceros. - Reconocer los principios básicos del régimen de protección de los datos de carácter personal y del régimen de protección de la propiedad intelectual. - Interpretar contratos y otros documentos relacionados con la propiedad intelectual. 	
Contenidos: Régimen jurídico de la comunicación (6 ECTS-B)	
Observaciones:	
<p>Competencias básicas y generales:</p> <p>CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;</p> <p>CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;</p>	

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;
 CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;
 CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía.**

CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno
 CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente

Competencias transversales:

Competencias específicas:

CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas
 CE14 - Capacidad de aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación
 CE17 - Capacidad de ejercer la profesión de acuerdo con los principios éticos y el código deontológico

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	30%	45	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	10%	15	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	5%	7,5	0%
Estudios de caso	45%	67,5	0%
Exposiciones y debates	10%	15	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.5.2.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.2. Asignatura: Régimen jurídico de la comunicación

Denominación de la asignatura: Régimen jurídico de la comunicación	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 1	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.5.3. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 1.3 Comunicación corporativa

Materia 1.3: Comunicación corporativa	
ECTS materia: 42	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 3º/5º/7º/8º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar el valor estratégico de las relaciones públicas como elemento esencial para establecer relaciones con los diversos públicos de una organización. - Aplicar los procedimientos y habilidades para elaborar y ejecutar un proyecto de relaciones públicas. - Emplear estratégicamente las técnicas de relaciones públicas para planificar e implementar proyectos comunicativos en general y la organización de eventos en particular. - Describir y analizar la profunda transformación funcional y conceptual que Internet, en general, y los medios sociales, en particular, han provocado en el ecosistema de las relaciones públicas. - Discriminar las líneas de investigación en ceremonial y protocolo como disciplinas vinculadas a la comunicación verbal y no verbal y a las relaciones públicas corporativas. - Describir y analizar los fundamentos y la evolución de la comunicación política e institucional y sus funciones técnicas. - Describir y analizar el concepto de crisis - Emplear el valor profiláctico que aporta la responsabilidad social corporativa como instrumento de relaciones públicas. - Planificar el abordaje de una situación de crisis desde su vertiente comunicativa y plasmar esta capacidad a través de un manual de crisis. - Organizar y coordinar un programa de formación en gestión de crisis basado en técnicas de simulación. - Describir y analizar la función de los grupos de influencia en la construcción europea, así como las diferentes formas de acceso a los poderes públicos de la Unión Europea. - Reconocer el fenómeno del lobbismo como una estrategia de las relaciones institucionales, así como su legitimidad y dimensión ética. - Dominar y aplicar las diferentes técnicas del lobbismo. - Diseñar, ejecutar y coordinar proyectos de relaciones públicas en todas sus etapas de desarrollo. 	
<p>Contenidos</p> <p>Introducción a las relaciones públicas(6 ECTS - O) Técnicas de relaciones públicas (6 ECTS -O) Organización de eventos y protocolo (6 ECTS - OP) Comunicación política e institucional (6 ECTS - OP) Comunicación de crisis (6 ECTS - OP) Lobbismo y grupos de influencia (6 ECTS - OP) Taller de proyectos de relaciones públicas (6 ECTS - OP)</p>	

Observaciones:

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;
 CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;
 CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;
 CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;
 CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo
 CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno
 CG3 - Capacidad de creatividad e innovación
 CG4 - Capacidad de liderazgo
 CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
 CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente
 CG7 - Capacidad de comunicación interpersonal

Competencias transversales:

Competencias específicas:

CE3 - Conocimiento del mundo empresarial e institucional (procesos y funciones de las organizaciones)
 CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas
 CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)
 CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación
 CE7 - Capacidad para traducir el mensaje a comunicar en un mensaje persuasivo
 CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.
 CE11 - Capacidad de identificar los recursos materiales y humanos necesarios para un proyecto
 CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información
 CE14 - Capacidad de aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación
 CE15 - Capacidad de interpretar planes de marketing y comunicación
 CE16 - Capacidad de ejecutar presupuestos

CE17 - Capacidad de ejercer la profesión de acuerdo con los principios éticos y los código deontológicos de referencia.

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	20%	210	0%
Estudios de caso	25%	262	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	10%	105	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	25%	262	0%
Exposiciones y debates	5%	53	0%
Simulación / Juegos de rol	15%	158	0%

Metodologías docentes

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes.
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.5.3.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.3. Asignatura: Introducción a las relaciones públicas

Denominación de la asignatura: Introducción a las relaciones públicas	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter:

	Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 3	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

**5.5.3.2 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.3. Asignatura:
Técnicas de relaciones públicas**

Denominación de la asignatura: Técnicas de relaciones públicas	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 5	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

**5.5.3.3 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.3. Asignatura:
Comunicación del patrimonio cultural**

Denominación de la asignatura: Taller de proyectos de relaciones públicas	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación corporativa y relaciones públicas	

5.5.3.4 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.3. Asignatura: Organización de eventos y protocolo

Denominación de la asignatura: Organización de eventos y protocolo	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán / Español	
Mención: Comunicación corporativa y relaciones públicas	

5.5.3.5 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.3. Asignatura: Comunicación política e institucional

Denominación de la asignatura: Comunicación política e institucional	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación corporativa y relaciones públicas	

5.5.3.6 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.3. Asignatura: Comunicación de crisis

Denominación de la asignatura: Comunicación de crisis y RSC	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter:

	Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación corporativa y relaciones públicas	

5.5.3.7 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 1.3. Asignatura: Lobbismo y grupos de influencia

Denominación de la asignatura: Lobbismo y grupos de influencia	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación corporativa y relaciones públicas	

5.6. Nivel 1: Módulo 2: Media

5.6.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 2. 1 Fundamentos y procesos de la comunicación

Materia 2.1: Fundamentos y procesos de la comunicación	
ECTS materia: 30	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 1r / 2º/3º/4º/6º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Resultados de aprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> - Analizar desde una visión crítica de las principales teorías de la comunicación. - Aplicar la terminología y los conocimientos básicos de las teorías de la comunicación. - Analizar obras audiovisuales relevantes. - Interpretar el proceso de comunicación publicitaria y comprender la importancia de la publicidad en los diferentes períodos de su historia. - Diferenciar la publicidad convencional de la no convencional a partir de las características de cada una de ellas. - Describir y analizar la organización y el funcionamiento del sector audiovisual. - Describir y analizar la organización y el funcionamiento del sector de la publicidad. - Describir y analizar la organización y el funcionamiento del sector de las relaciones públicas. - Reconocer las actividades que llevan a cabo los y las profesionales de las relaciones públicas. - Recopilar información actualizada sobre el sector de las relaciones públicas y de la publicidad. 	
Contenidos Teorías de la comunicación (6 ECTS -O) Introducción al sector audiovisual(6 ECTS -O) Introducción a la publicidad (6 ECTS-O) Sistemas y procesos de la publicidad(6 ECTS-O) Sistemas y procesos de las relaciones públicas(6 ECTS-O)	
Observaciones:	

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo

CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno

CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente

CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente

Competencias transversales:

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información

CE2 - Conocimiento del mercado y del entorno profesional

CE3 - Conocimiento del mundo empresarial e institucional (procesos y funciones de las organizaciones)

CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas

CE9 - Conocimiento de todas las fases de producción y de explotación del producto audiovisual así como de los medios técnicos implicados

CE10 - Capacidad de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación

CE11 - Capacidad de identificar los recursos materiales y humanos necesarios para un proyecto

CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información

CE14 - Capacidad de aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación

CE15 - Capacidad de interpretar planes de marketing y comunicación

CE16 - Capacidad de ejecutar presupuestos

CE17 - Capacidad de ejercer la profesión de acuerdo con los principios éticos y el código deontológico

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
------------------------	---	-------	----------------

Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	35%	262,5	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	35%	262,5	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	10%	75	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	10%	75	0%
Exposiciones y debates	5%	37,5	0%
Simulación / Juegos de rol	5%	37,5	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje experiencial
- Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes.
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.6.1.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.1. Asignatura: Teorías de la comunicación

Denominación de la asignatura: Teorías de la comunicación	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	

ECTS en el periodo formativo: Semestre 1
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español

5.6.1.2 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.1. Asignatura: Introducción a la comunicación audiovisual

Denominación de la asignatura: Introducción al sector audiovisual	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 2	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.6.1.3 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.1. Asignatura: Introducción a la publicidad

Denominación de la asignatura: Introducción a la publicidad	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 3	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.6.1.4 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.1. Asignatura: Sistemas y procesos de la publicidad

Denominación de la asignatura: Sistemas y procesos de la publicidad	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 6	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

**5.6.1.5 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.1. Asignatura:
Sistemas y procesos de las relaciones públicas**

Denominación de la asignatura: Sistemas y procesos de las relaciones públicas	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 4	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.6.2. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 2.2 Estructura y organización de la comunicación

Materia 2.2: Estructura y organización de la comunicación	
ECTS materia: 18	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 5º/7º/8º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir y analizar los procesos de producción de audiovisuales y multimedia, en sus diferentes aspectos técnicos, expresivos, organizativos, económicos y humanos. - Planificar la producción de proyectos y producciones audiovisuales y multimedia. - Realizar presupuestos de proyectos y producciones audiovisuales y multimedia. - Evaluar las diferentes formas de organizar y supervisar las fases de la producción audiovisual y multimedia. - Definir el modelo de negocio y opciones de financiación de un proyecto o producción audiovisual. - Valorar y comparar diferentes medios y soportes de comunicación en función de los resultados que aportan en una acción comunicativa. - Identificar todas las áreas claves en el diseño y la implementación de un plan de medios. - Desarrollar, interpretar, gestionar y valorar un plan de medios. - Seleccionar los datos obtenidos a través de las adecuadas fuentes de información para su correcta aplicación dentro de la estrategia de medios. - Identificar las diferentes fases del proceso de creación, producción y distribución de un producto audiovisual multiplataforma y cross-media. - Reconocer las posibilidades ofrecidas por los soportes basados en Internet o las comunicaciones móviles, tanto a nivel de creación como de financiación y comercialización. - Describir el papel que juega la programación, el estudio de los públicos objetivos y la valoración de las audiencias en la industria televisiva en el contexto de la sociedad red. - Aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación. 	
<p>Contenidos</p> <p>Proyectos audiovisuales (6 ECTS – O) Planificación de medios publicitarios (6 ECTS – OP) Producción y distribución multiplataforma (6 ECTS – OP)</p>	
Observaciones:	
Competencias básicas y generales:	

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo
CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno
CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente

Competencias transversales:

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información
CE2 - Conocimiento del mercado y del entorno profesional
CE3 - Conocimiento del mundo empresarial e institucional (procesos y funciones de las organizaciones)
CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas
CE9 - Conocimiento de todas las fases de producción y de explotación del producto audiovisual así como de los medios técnicos implicados
CE11 - Capacidad de identificar los recursos materiales y humanos necesarios para un proyecto
CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información
CE14 - Capacidad de aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	20%	90	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	25%	112,5	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	15%	67,5	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	25%	112,5	0%

Exposiciones y debates	15%	67,5	0%
Metodologías docentes:			
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia. - Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo. - Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales. - Aprendizaje cooperativo - Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes. - Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva 			
Sistemas de evaluación			
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	
Evaluación continua	0%	100%	
Prueba de síntesis	0%	70%	
Examen final	0%	100%	

5.6.2.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.2. Asignatura: Producción audiovisual

Denominación de la asignatura: Proyectos audiovisuales	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 5	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.6.2.2 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.2. Asignatura: Planificación de medios

Denominación de la asignatura: Planificación de medios publicitarios

ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Publicidad	

5.6.2.3 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 2.2. Asignatura: Producción y distribución multiplataforma

Denominación de la asignatura: Producción y distribución multiplataforma	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación Audiovisual Mención: Periodismo	

5.7. Nivel 1: Módulo 3: Información

5.7.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 3.1 Organización y producción informativa

Materia 3.1: Organización y producción informativa	
ECTS materia: 42	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 2º/4º/7º/8º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Resultados de aprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> - Aplicar conceptos fundamentales de la recuperación de información orientada a los sistemas de información. - Reconocer las principales tipologías de fuentes de información haciendo un énfasis especial en el uso de datos de carácter masivo. - Identificar los componentes y las funciones de un sistema de gestión de base de datos y de un sistema de gestión documental. - Identificar los diferentes roles profesionales implicados en el proceso periodístico, así como sus funciones y técnicas. - Analizar el papel del periodismo y de los medios de comunicación como generadores de agenda mediática, política y pública. - Analizar cómo los nuevos formatos transmedia rompen con las barreras tradicionales de los géneros periodísticos. - Analizar el peso de la ética en el periodismo, en la generación de opinión pública. - Redactar contenidos para la prensa, la radio, la televisión e internet. - Crear contenidos informativos transmedia - Crear y editar contenidos periodísticos textuales y audiovisuales. - Reconocer y diferenciar diferentes ámbitos de especialización del periodismo, sus particularidades, fuentes y públicos. - Reconocer las rutinas periodísticas y las fases de producción informativa. - Analizar el papel que tiene la audiencia en el proceso productivo y las distintas formas de participación. - Utilizar herramientas técnicas y tecnológicas propias del sector (buscadores generales, especializados y semánticos; bancos de imágenes y contenidos audiovisuales; recursos de edición de audio y video; herramientas de visualización de información, social media, narrativa multimedia, etc.). 	
Contenidos	

Fuentes de información y documentación digital (6 ECTS –B)
 Introducción al periodismo (6 ECTS – O)
 Técnicas de redacción periodística (6 ECTS – O)
 Periodismo de investigación y datos (6 ECTS – OP)
 Ejercicio de la profesión periodística (6 ECTS – O)
 Periodismo especializado (6 ECTS - OP)
 Taller de periodismo transmedia (6 ECTS - OP)

Observaciones:

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;
 CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;
 CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;
 CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;
 CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno
 CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información
 CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas
 CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)
 CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación
 CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos
 CE10 - Capacidad de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación
 CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información
 CE13 - Capacidad de editar contenidos multimedia
 CE17 - Capacidad de ejercer la profesión de acuerdo con los principios éticos y el código deontológico

Actividades formativas:			
Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	15%	157,5	0%
Estudio de casos	20%	210	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	20%	210	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos y/o audiovisuales.	35%	367,5	0%
Exposiciones y debates	5%	52,5	0%
Simulación / Juegos de rol	5%	52,5	0%
Metodologías docentes:			
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia. - Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo. - Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales. - Aprendizaje cooperativo - Aprendizaje experiencial - Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva 			
Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):			
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	
Evaluación continua	0%	100%	
Prueba de síntesis	0%	70%	
Examen final	0%	100%	

5.7.1.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 3.1. Asignatura: Búsqueda y recuperación de la información

Denominación de la asignatura: Fuentes de información y documentación digital	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica

Organización temporal: Semestral
ECTS en el periodo formativo: Semestre 2
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español

**5.7.1.2 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 3.1. Asignatura:
Introducción al periodismo**

Denominación de la asignatura: Introducción al periodismo	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 4	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

**5.7.1.3 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 3.1. Asignatura:
Redacción periodística**

Denominación de la asignatura: Técnicas de redacción periodística	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 2	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

**5.7.1.4 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 3.1. Asignatura:
Periodismo digital**

Denominación de la asignatura: Periodismo de investigación y datos	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Periodismo	

5.7.1.5 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 3.1. Asignatura: Organización y procesos periodísticos

Denominación de la asignatura: Ejercicio de la profesión periodística	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 6	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.7.1.6 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 3.1. Asignatura: Periodismo de especialidad

Denominación de la asignatura: Periodismo especializado	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Periodismo	

5.7.1.7 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 3.1. Asignatura: Taller de periodismo transmedia

Denominación de la asignatura: Taller de periodismo transmedia	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa

Organización temporal:

Semestral

ECTS en el periodo formativo:

Semestre 7

Lenguas en las que se imparte:

Catalán/Español

Mención:

Periodismo

5.8. Nivel 1: Módulo 4: Creatividad

5.8.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 4.1 Ideación creativa

Materia 4.1: Ideación creativa	
ECTS materia: 12	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 5º/6º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Resultados de aprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> - Distinguir los diferentes enfoques conceptuales del estudio de la narración en general y de la narración audiovisual en particular. - Identificar las oportunidades que ofrecen los nuevos medios en el campo de la narración. - Reconocer y aplicar las bases teóricas y conceptuales sobre las que se desarrolla el trabajo de producción de guiones audiovisuales. - Identificar los elementos dramáticos necesarios para la redacción de guiones audiovisuales. - Aplicar los recursos básicos que estructuran el planteamiento de una historia y sus fórmulas dramáticas. - Aplicar las bases metodológicas para la creación de personajes. - Exponer y valorar las diferentes tipologías y modelos existentes de guión audiovisual. - Aplicar habilidades narrativas en el diseño de experiencias en diferentes ámbitos de la comunicación. 	
Contenidos Storytelling y recursos narrativos (6 ECTS – O) Guión audiovisual (6 ECTS – O)	
Observaciones:	
Competencias básicas y generales: CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio ; CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;	

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;
 CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;
 CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía.**

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo
 CG3 - Capacidad de creatividad e innovación

Competencias transversales:

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información.
 CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación.
 CE7 - Capacidad para traducir el mensaje a comunicar en un mensaje persuasivo.
 CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.
 CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información.

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	25%	75	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	30%	90	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	30%	90	0%
Exposiciones y debates	15%	45	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Aprendizaje experiencial

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.8.1.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 4.1. Asignatura: Narrativa audiovisual

Denominación de la asignatura: Storytelling y recursos narrativos	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 5	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.8.1.2 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 4.1. Asignatura: Guión audiovisual

Denominación de la asignatura: Guión audiovisual	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 6	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.8.2. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 4.2 Creación publicitaria

Materia 4.2: Creación publicitaria

ECTS materia: 24	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 2º/4º/7º/8º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar y aplicar las claves del pensamiento divergente y lateral. - Aplicar deliberada y sistemáticamente, diferentes técnicas creativas. - Aplicar el pensamiento creativo en diferentes ámbitos de la comunicación. - Dominar los fundamentos teóricos y las técnicas imprescindibles para la creación, desarrollo y producción de ideas publicitarias creativas y eficaces. - Abordar con soltura el ejercicio profesional de las tareas creativas en el entorno publicitario actual. - Valorar el momento de cambio en la profesión, provocado por una gran saturación publicitaria en los medios tradicionales y el nacimiento de nuevas herramientas publicitarias alternativas. - Reconocer la figura y funciones del planificador estratégico en el actual escenario de la comunicación persuasiva. - Aplicar conceptos básicos de la planificación estratégica y su argot específico. - Comunicar el pensamiento estratégico a través de las herramientas habituales profesionales, como es el documento del briefing creativo (en sus diferentes versiones). - Identificar y analizar los elementos fundamentales de los lenguajes publicitarios, sus funciones y la relación con la creatividad - Manipular herramientas publicitarias profesionales tanto en el aspecto verbal como en el visual. - Dominar los recursos técnicos y tecnológicos propios de la dirección de arte en publicidad, como son la retórica visual, el diseño, la ilustración, la fotografía y el lenguaje audiovisual y multimedia. - Producir contenidos creativos, en distintos formatos y formas narrativas, que se adecuen a las singularidades de los medios, canales o plataformas de comunicación, y conecten con sus públicos y audiencias. 	
<p>Contenidos</p> <p>Pensamiento creativo (6 ECTS – B) Creatividad Publicitaria (6 ECTS - O) Dirección de arte (6 ECTS – OP) Taller de redacción publicitaria (6 ECTS – OP)</p>	
Observaciones:	
<p>Competencias básicas y generales:</p> <p>CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;</p> <p>CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la</p>	

elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo

CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno

CG4 - Capacidad de liderazgo

CG3 - Capacidad de creatividad e innovación

CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente

CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente

CG7 - Capacidad de comunicación interpersonal

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información

CE2 - Conocimiento del mercado y del entorno profesional

CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación

CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)

CE7 - Capacidad para traducir el mensaje a comunicar en un mensaje persuasivo

CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos

CE11 - Capacidad de identificar los recursos materiales y humanos necesarios para un proyecto

CE13 - Capacidad de editar contenidos multimedia

CE14 - Capacidad de aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación

CE15 - Capacidad de interpretar planes de marketing y comunicación

CE17 - Capacidad de ejercer la profesión de acuerdo con los principios éticos y el código deontológico

Actividades formativas:

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	30%	180	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	25%	150	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	5%	30	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	35%	210	0%

Exposiciones y debates	5%	30	0%
Metodologías docentes:			
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia. - Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales. - Aprendizaje experiencial - Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva 			
Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):			
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	
Evaluación continua	0%	100%	
Prueba de síntesis	0%	70%	
Examen final	0%	100%	

5.8.3. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 4.2. Asignatura: Pensamiento creativo

Denominación de la asignatura: Pensamiento creativo	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 2	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.8.4. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 4.2. Asignatura: Creatividad publicitaria I

Denominación de la asignatura: Creatividad publicitaria	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	

ECTS en el periodo formativo: Semestre 5
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español

5.8.5. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 4.2. Asignatura: Planificación estratégica y creativa

Denominación de la asignatura: Dirección de arte	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Publicidad	

5.8.6. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 4.2. Asignatura: Lenguajes publicitarios

Denominación de la asignatura: Taller de redacción publicitaria	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Publicidad	

5.9. Nivel 1: Módulo 5: Expresión

5.9.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 5.1 Idioma moderno

Materia 5.1: Idioma moderno	
ECTS materia: 12	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 2º/6º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Resultados de aprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> - Lograr un nivel general de competencia en inglés equivalente al nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL) - Comunicarse en inglés escrito y hablado sobre aspectos cotidianos. - comprender textos en inglés escrito y hablado sobre temas de interés general y personal y sobre aspectos de la vida académica y profesional. - Utilizar los recursos disponibles en Internet de una manera autónoma para mejorar y desarrollar las destrezas en lengua inglesa. 	
Contenidos Inglés B2.1 (6 ECTS –B) Inglés B2.2 (6 ECTS –O)	
Observaciones:	
Competencias básicas y generales: CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio ; CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio; CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética; CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado; CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía . CG7 - Capacidad de comunicación interpersonal	

Competencias transversales:

CT2 - Capacidad de comunicación en lengua extranjera (inglés)

Competencias específicas:

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	30	90	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	30	90	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	10	30	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	20	60	0%
Exposiciones y debates	10	30	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Aprendizaje cooperativo.
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva.

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.9.2. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.1. Asignatura: Idioma moderno I

Denominación de la asignatura: Inglés B2.1

ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 2	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.9.3. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.1. Asignatura: Idioma moderno II

Denominación de la asignatura: Inglés B2.2	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 6	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.9.4. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 5.2 Expresión audiovisual

Materia 5.2: Expresión audiovisual	
ECTS materia: 30	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 4º/5º/7º/8º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

Resultados de aprendizaje:

- Aplicar fundamentos conceptuales y teóricos de la cultura, el lenguaje y la sintaxis visual como recurso para el desarrollo de trabajos y proyectos gráficos.
- Utilizar la composición y la experimentación de las diferentes tipologías y métodos de composición gráfica.
- Identificar los principales sistemas y modelos que fundamentan los sistemas digitales de creación de gráficos.
- Reconocer las características y recursos propios de la imagen digital.
- Elaborar programas de identidad gráfica.
- Establecer relaciones entre imagen y sonido, así como delimitar las características del fenómeno audiovisual.
- Aplicar de forma básica las principales metodologías de lectura de la imagen.
-
- Contrastar diversas manifestaciones de la comunicación audiovisual a lo largo de la historia.
- Descodificar los fenómenos contemporáneos de la comunicación audiovisual en el contexto de la historia de la cultura.
- Definir las tareas de la realización en el contexto de un proyecto audiovisual durante las diferentes fases de su producción.
- Identificar las variables principales de las tareas del realizador en relación al medio y las características del producto audiovisual.
- Planificar adecuadamente la utilización de los medios técnicos y creativos en un programa de producción multicámara, grabado o en directo.
- Aplicar, desde la perspectiva de la realización, todos los recursos necesarios, técnicos y expresivos, del montaje de imagen y sonido, durante el proceso de la postproducción audiovisual.
- Aplicar fundamentos conceptuales y técnicos en la construcción de un discurso comunicativo mediante el uso de la fotografía.

Contenidos

Diseño visual y expresión gráfica (6 ECTS –O)
Cultura de la imagen (6 ECTS – O)
Taller de fotografía (6 ECTS - OP)
Infografía y visualización (6 ECTS - OP)

Observaciones:

Competencias básicas y generales:

CG3 - Capacidad de creatividad e innovación
CG7 - Capacidad de comunicación interpersonal

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional

Competencias específicas:

CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas
CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)
CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación
CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.

CE13 - Capacidad de editar contenidos multimedia.			
Actividades formativas:			
Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	20%	150	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	50%	375	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	20%	150	0%
Exposiciones y debates	10%	75	0%
Metodologías docentes:			
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia. - Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo. - Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes. - Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva 			
Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):			
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	
<i>Evaluación continua</i>	0%	100%	
<i>Prueba de síntesis</i>	0%	70%	
<i>Examen final</i>	0%	100%	

5.9.4.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.2. Asignatura: Diseño visual y expresión gráfica

Denominación de la asignatura: Diseño visual y expresión gráfica	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal:	

Semestral
ECTS en el periodo formativo: Semestre 5
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español

5.9.5. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.2. Asignatura: Expresión audiovisual

Denominación de la asignatura: Cultura de la Imagen	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 4	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.9.6. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.2. Asignatura: Estética digital y *media art*

Denominación de la asignatura: Taller de fotografía	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Publicidad Mención: Periodismo	

5.9.7. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.2. Asignatura: Realización audiovisual

Denominación de la asignatura: Realización audiovisual	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación Audiovisual	

5.9.8. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.2. Asignatura: Realización audiovisual

Denominación de la asignatura: Infografía y visualización	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Periodismo	

5.9.9. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 5.3 Expresión oral y escrita

Materia 5.3: Expresión oral y escrita	
ECTS materia: 12	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 1r /3º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Resultados de aprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> - Usar con corrección la lengua con la que vehiculan su trabajo comunicativo. - Aplicar las claves básicas de la comunicación en el uso de la lengua. - Aplicar técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación. - Adaptar los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivo 	
Contenidos Lengua y comunicación (6 ECTS – B) Expresión oral y escrita (6 ECTS – O)	
Observaciones:	
Competencias básicas y generales: <p>CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;</p> <p>CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;</p> <p>CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;</p> <p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;</p> <p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p> <p>CG7 - Capacidad de comunicación interpersonal</p>	
Competencias transversales:	

Competencias específicas:

CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)
 CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación
 CE7 - Capacidad para traducir el mensaje a comunicar en un mensaje persuasivo
 CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.

Actividades formativas:

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	30%	90	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	30%	90	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	10%	30	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	20%	60	0%
Exposiciones y debates	10%	30	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes.
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.9.10. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.3. Asignatura: Lengua y comunicación

Denominación de la asignatura: Lengua y comunicación	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 1	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.9.11. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 5.3. Asignatura: Expresión oral y escrita

Denominación de la asignatura: Expresión oral y escrita	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 3	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.10. Nivel 1: Módulo 6: Organizaciones

5.10.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 6.1 Empresa

Materia 6.1: Empresa	
ECTS materia: 18	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 2º/4º/7º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar y aplicar los conceptos, teorías y modelos existentes para analizar la ética y la responsabilidad en la actividad profesional. - Reconocer los puntos fuertes y/o áreas de mejora de los actuales procesos y métodos de trabajo, así como las oportunidades de negocio. - Evaluar los riesgos y las oportunidades vinculados a los procesos de emprendimiento e innovación y seleccionar las áreas de mejora dónde actuar. - Definir y diseñar nuevos proyectos, tanto de creación como de mejora e innovación. - Diferenciar y evaluar una idea de una oportunidad de negocio. - Presentar una idea de forma breve, concisa y convincente. - Conocer los recursos clave para crear una empresa/proyecto emprendedor - Reconocer la utilidad de un plan de empresa, su estructura y contenidos - Conocer la función profesional de la dirección de cuentas publicitario y los métodos de trabajo propios del departamento de cuentas de una agencia de publicidad - Evidenciar las relaciones entre el departamento de cuentas y el resto de departamentos de una agencia de publicidad - Establecer la tipología de anunciantes y cuentas - Analizar la importancia de la planificación de cuentas publicitario dentro de la estrategia de marketing del anunciante - Analizar estratégicamente una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. - Valorar críticamente situaciones empresariales concretas y establecer posibles evoluciones de empresas y mercados. - Analizar las etapas que se llevan a cabo en cualquier proceso de investigación de marketing, detallando el contenido y analizando las interacciones que se producen. 	
<p>Contenidos</p> <p>Empresa y marketing (6 ECTS – B)</p> <p>Iniciativa emprendedora (6 ECTS – B)</p> <p>Dirección de cuentas y planificación estratégica (6 ECTS – OP)</p>	
Observaciones:	

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno

CG4 - Capacidad de liderazgo

CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente

Competencias transversales:

CT3 - Capacidad emprendedora

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información

CE2 - Conocimiento del mercado y del entorno profesional

CE3 - Conocimiento del mundo empresarial e institucional (procesos y funciones de las organizaciones)

CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas

CE11 - Capacidad de identificar los recursos materiales y humanos necesarios para un proyecto

CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información

CE15 - Capacidad de interpretar planes de marketing y comunicación

CE16 - Capacidad de ejecutar presupuestos

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	40%	180	0%
Actividades de búsqueda i gestión de información	10%	45	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	25%	112,5	0%
Exposiciones y debates	10%	45	0%
Estudios de caso	15%	67,5	0%

<p>Metodologías docentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia. - Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo. - Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales. - Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva 												
<p>Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Sistema de evaluación</th> <th style="text-align: center;">Ponderación mínima</th> <th style="text-align: center;">Ponderación máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evaluación continua</td> <td style="text-align: center;">0%</td> <td style="text-align: center;">100%</td> </tr> <tr> <td>Prueba de síntesis</td> <td style="text-align: center;">0%</td> <td style="text-align: center;">70%</td> </tr> <tr> <td>Examen final</td> <td style="text-align: center;">0%</td> <td style="text-align: center;">100%</td> </tr> </tbody> </table>	Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	Evaluación continua	0%	100%	Prueba de síntesis	0%	70%	Examen final	0%	100%
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima										
Evaluación continua	0%	100%										
Prueba de síntesis	0%	70%										
Examen final	0%	100%										

5.10.2. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 6.1. Asignatura: Introducción a la empresa

Denominación de la asignatura: Empresa y marketing	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 4	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.10.3. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 6.1. Asignatura: Iniciativa emprendedora

Denominación de la asignatura: Iniciativa emprendedora	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica

Organización temporal: Semestral
ECTS en el periodo formativo: Semestre 2
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español

5.10.4. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 6.1. Asignatura: Dirección de cuentas

Denominación de la asignatura: Dirección de cuentas y planificación estratégica	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Publicidad	

5.11. Nivel 1: Módulo 7: Tecnología

5.11.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 7.1 Tecnologías de la comunicación

Materia 7.1: Tecnologías de la comunicación	
ECTS materia: 12	Carácter: Mixta
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 1r /3º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

Resultados de aprendizaje:

- Buscar y seleccionar información en la red
- Tratar, elaborar, presentar y difundir la información digital
- Aplicar estrategias de comunicación en social media
- Planificar el trabajo en un entorno virtual
- Gestionar un proyecto digital en grupo
- Identificar posibilidades de aplicación de los social media en productos, servicios y proyectos de comunicación

Contenidos

Competencias en TIC en Comunicación (6 ECTS – B)
Comunicación y contenidos en social media (6 ECTS – O)

Observaciones:

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo

CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional

Competencias específicas:

CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación

CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.

CE9 - Conocimiento de todas las fases de producción y de explotación del producto audiovisual así como de los medios técnicos implicados

CE10 - Capacidad de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación

CE13 - Capacidad de editar contenidos multimedia.

Actividades formativas:

Actividades formativas	%	Horas	Preseccialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	25%	75	0%
Estudio de casos	10%	30	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	30%	90	0%
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	30%	90	0%
Exposiciones y debates	5%	15	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Aprendizaje cooperativo
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva.

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%
Prueba de síntesis	0%	70%
Examen final	0%	100%

5.11.1.1 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 7.1. Asignatura: Competencias en TIC en comunicación

Denominación de la asignatura: Competencias en TIC en comunicación	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Básica
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 1:	

Lenguas en las que se imparte:
Catalán/Español

5.11.1.2 Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 7.1. Asignatura: Gestión de contenidos

Denominación de la asignatura: Comunicación y contenidos en Social Media	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Obligatoria
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 3	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.11.2. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 7.2 Tecnologías de los medios audiovisuales

Materia 7.2: Tecnologías de los medios audiovisuales	
ECTS materia: 30	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 7º/8º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar los principales fundamentos de la tecnología de captación, tratamiento y reproducción de imagen y sonido. - Reconocer y explicar todas las fases de la sonorización audiovisual (captación, edición, procesado, mezcla, reproducción) y conocer todos los profesionales que intervienen. - Identificar los dispositivos que pueden formar parte de la cadena de sonido digital, sus interfaces y conexiones. - Aplicar y experimentar con las posibilidades de creación y edición de sonido digital. - Aplicar el montaje como recurso técnico, expresivo y narrativo en la producción audiovisual - Situar los hitos, autores y obras claves de la historia del montaje cinematográfico 	

- Conocer los diferentes contextos de la videocreación (arte contemporáneo, cultura visual digital)
- Analizar críticamente el conjunto de manifestaciones del videoarte o videocreación.
- Desarrollar un discurso audiovisual creativo y experimental propio
- Analizar el el amplio espectro de los medios digitales formatos y estrategias de comunicación interactiva y persuasiva que adoptan las empresas y organizaciones.
- Planificar, realizar, ejecutar, seguir y controlar en su totalidad una campaña de comunicación persuasiva en medios digitales.
- Conocer y aplicar en un proyecto audiovisual los fundamentos conceptuales y técnicos de la animación.

Contenidos

Diseño y creación sonora (6 ECTS – OP)
 Montaje audiovisual (6 ECTS – OP)
 Taller de audiovisual experimental (6 ECTS – OP)
 Comunicación persuasiva en medios digitales (6 ECTS – OP)
 Animación (6 ECTS - OP)

Observaciones:

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo
 CG3 - Capacidad de creatividad e innovación

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información
 CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)
 CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación

CE8 - Capacidad de adaptación a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.
 CE9 - Conocimiento de todas las fases de producción y de explotación del producto audiovisual así como de los medios técnicos implicados
 CE10 - Capacidad de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación
 CE13 - Capacidad de editar contenidos multimedia.

Actividades formativas:

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	20%	150	0%
Análisis y comentario de material escrito, audiovisual o gráfico.	20%	150	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	5%	37,5	0%
Estudios de casos	10%	75	
Producción individual y/o colectiva de contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales.	40%	300	0%
Exposiciones y debates	5%	37,5	0%

Metodologías docentes:

- Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia.
- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Aprendizaje cooperativo
- Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva

Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Evaluación continua</i>	0%	100%
<i>Prueba de síntesis</i>	0%	70%
<i>Examen final</i>	0%	100%

5.11.3. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 7.2. Asignatura: Tecnologías de los medios audiovisuales

Denominación de la asignatura: Animación	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación Audiovisual	

5.11.4. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 7.2. Asignatura: Diseño y creación sonora

Denominación de la asignatura: Diseño y creación sonora	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación Audiovisual	

5.11.5. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 7.2. Asignatura: Teoría y práctica del montaje audiovisual

Denominación de la asignatura: Montaje audiovisual	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación Audiovisual	

5.11.6. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 7.2. Asignatura: Vídeo de creación

Denominación de la asignatura: Taller de audiovisual experimental	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Comunicación Audiovisual	

5.11.7. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 7.2. Asignatura: Comunicación persuasiva en medios digitales

Denominación de la asignatura: Comunicación persuasiva en medios digitales	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter:

	Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Mención: Publicidad Mención: Comunicación corporativa y relaciones públicas	

5.12. Nivel 1: Módulo 8: Prácticum

5.12.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 8.1 Practicum

Materia 8.1: Prácticum	
ECTS materia: 12	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 7º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Resultados de aprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> - Identificar protocolos, procesos y normativas propias del mundo profesional de la comunicación. - Conectar los intereses académicos con el mundo profesional. - Aplicar conceptos, procedimientos y principios éticos profesionales para idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos y productos comunicativos reales. - Tomar decisiones y negociar soluciones en el marco de un equipo de trabajo. - Analizar la propia práctica profesional desde una perspectiva crítica buscando la mejora profesional continua. 	
Contenidos Asignatura: Practicum (12 ECTS - OP) El Practicum es una asignatura optativa del plan de estudios del grado de Comunicación que está fundamentalmente orientada a la integración de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. En el Prácticum el estudiante podrá aplicar, con criterio profesional, creativo e	

innovador, las competencias adquiridas a lo largo de su formación en el Grado de Comunicación en el desarrollo de una actividad o proyecto profesional real.

Con el fin de dar respuesta a las diferentes situaciones personales y profesionales de nuestros estudiantes, se ofrecen diferentes modalidades de Practicum:

Modalidad 1: prácticas en empresas externas: Los estudiantes que opten por la modalidad de prácticas en empresas externas realizarán un periodo de actividad profesional (presencial o virtual) en una empresa que haya firmado un convenio de prácticas curriculares con la universidad. Este convenio incluirá en todos los casos un plan formativo en el que se especifican los objetivos y condiciones de las prácticas. Las prácticas en empresas externas se llevan a cabo dentro del marco temporal docente de la asignatura. Durante toda su estancia de prácticas el estudiante contará con el apoyo y la orientación de un tutor externo (que es la persona de referencia formalmente vinculada a la empresa o institución donde tienen lugar las prácticas) y con el apoyo y la orientación personalizada de un docente experto en el área de conocimiento concreta donde se inscriben las prácticas.

Modalidad 2: prácticas en entornos virtuales colaborativos: Los estudiantes que hayan optado por esta modalidad de prácticas la realizarán en el marco de un entorno virtual de trabajo colaborativo. Las prácticas virtuales se llevan a cabo dentro del marco temporal docente de la asignatura. Al iniciar la asignatura, el estudiante se incorpora a un equipo de trabajo con el que interactúa de manera remota en el diseño, desarrollo e implementación de proyectos comunicativos reales (actualmente la UOC cuenta con un entorno virtual propio especialmente diseñado para la realización de prácticas virtuales en el ámbito de la comunicación: la agencia virtual de comunicación corporativa UOCom). Durante todo el desarrollo de las prácticas el estudiante contará con el apoyo y la orientación personalizada de un docente experto en el área de conocimiento concreta en la que se inscriben las prácticas.

Modalidad 3: implementación de un proyecto práctico / emprendedor: Una parte importante de nuestros estudiantes actualmente está activa en el mercado de trabajo. Para atender las necesidades formativas de este colectivo, entendemos que es conveniente fomentar un programa de prácticas externas que se desarrolle en su lugar de trabajo. Esta tercera modalidad de prácticas tiene como finalidad fomentar aptitudes innovadoras e impulsar el crecimiento profesional de los estudiantes a partir de la implementación de un proyecto de innovación, emprendeduría o mejora de su entorno profesional. Durante toda el desarrollo de las prácticas el estudiante contará con el apoyo y la orientación de un tutor externo (que es la persona de referencia formalmente vinculada a la empresa o institución donde tienen lugar las prácticas) con el apoyo y la orientación personalizada de un docente experto en el área de conocimiento concreta en la que se inscribe el proyecto práctico que propone implementar.

Observaciones:

Requisitos previos: Para matricular la asignatura Practicum el estudiante debe haber superado 60 créditos básicos y 78 créditos obligatorios de la titulación.

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;
 CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;
 CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía.**

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo
 CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno
 CG5 - Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
 CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente
 CG7 - Capacidad de comunicación interpersonal

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional
 CT3 - Capacidad emprendedora

Competencias específicas:

CE2 - Conocimiento del mercado y del entorno profesional
 CE3 - Conocimiento del mundo empresarial e institucional (procesos y funciones de las organizaciones)
 CE6 - Uso y aplicación de técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación
 CE10 - Capacidad de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación
 CE11 - Capacidad de identificar los recursos materiales y humanos necesarios para un proyecto
 CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información
 CE17 - Capacidad de ejercer la profesión de acuerdo con los principios éticos y el código deontológico

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Desarrollo de memorias / informes de investigación o profesionalizadores	15%	45	0%
Prácticas profesionales	85%	255	0%

Metodologías docentes

- Metodologías participativas que promuevan capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
- Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales.
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje experiencial
- Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes.

<p>Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima): La asignatura sólo se puede superar con el seguimiento y superación de la EC. La calificación final de la asignatura será la nota obtenida EC.</p>		
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	0%	100%

5.12.2. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 8.1. Asignatura: Prácticum

Denominación de la asignatura: Prácticum	
ECTS Nivel 3: 12	Carácter: Optativa
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.13. Nivel 1: Módulo 9: TFG

5.13.1. Nivel 2: Datos básicos de la Materia 9.1 Trabajo Final de Grado

Materia 9.1: Trabajo Final de Grado	
ECTS materia: 12	Carácter: Trabajo final de Grado
Organización temporal: Semestral	Secuencia dentro del plan de estudios: 7º / 8º semestre
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	
Resultados de aprendizaje:	

- Aplicar conocimientos de búsqueda, selección y gestión de información en la elaboración de un proyecto profesional.
- Analizar y extraer conocimiento de la literatura especializada en el ámbito de la comunicación.
- Proponer y elaborar un proyecto de comunicación, fundamentado en evidencias teóricas y/o empíricas.
- Presentar, argumentar y defender los resultados de un proyecto de investigación o de carácter profesionalizador de autoría propia.

Contenidos

Asignatura: Diseño del Trabajo Final de Grado (6 ECTS)

La asignatura Diseño del Trabajo Final de Grado proporciona las orientaciones y herramientas necesarias para que el estudiante fundamente y diseñe una propuesta sólida de Trabajo Final de Grado. Se trata de un curso de naturaleza eminentemente práctica, orientado a adquirir las competencias necesarias para poder elaborar un trabajo final de calidad.

El curso presenta de forma detallada las características más importantes del TFG y sus diferentes formatos y tipologías. Se hace un repaso a la estructura y metodologías más adecuadas para cada temática o enfoque y se dan indicaciones para distinguir, evaluar y utilizar datos o fuentes de información, tanto primarias como secundarias. Se tratan también las cuestiones formales del trabajo, poniendo especial énfasis en los aspectos relacionados con la bibliografía, las citas y las referencias, así como la presentación del texto.

El objetivo general de esta asignatura es que el estudiante elabore y comience a desarrollar una propuesta temática propia que incluya, entre otros aspectos, la estructura general de su trabajo, objetivos claros y bien justificados, el diseño de un marco conceptual, además de una propuesta de plan de trabajo a la que pueda dar continuidad en la asignatura Trabajo Final de Grado.

Asignatura: Trabajo Final de Grado (6 ECTS - TFG)

En el Trabajo Final de Grado (TFG) el estudiante ha de demostrar las competencias adquiridas a lo largo del Grado en Comunicación a partir del desarrollo de un trabajo teórico-conceptual o analítico-aplicado en cualquiera de los ámbitos y contextos abordados por el plan de estudios.

El resultado final del TFG puede tener diferentes tipologías formales: estado de la cuestión sobre un tema concreto, proyecto de investigación, fundamentación de un proyecto de innovación o emprendeduría, elaboración de un proyecto vinculado a la mejora del entorno profesional del estudiante, etc. Independientemente de su tipología se considera como requisito indispensable de un Trabajo Final de Grado de Comunicación que tenga un enfoque integrador y que evidencie claramente el nivel y variedad de competencias exigido por la titulación.

Durante todo el proceso de desarrollo del TFG el estudiante contará con el soporte y orientación de un docente experto en el área de conocimiento del trabajo. Como punto culminante en el desarrollo del Trabajo Final de Grado el estudiante realizará una exposición pública (virtual) de los resultados de su TFG.

Observaciones:

Requisitos previos: Para matricular la asignatura **Diseño del Trabajo Final de Grado** el estudiante debe haber superado 60 créditos básicos y 114 créditos obligatorios de la titulación. Para matricular la asignatura **Trabajo Final de Grado** el estudiante debe haber superado 60 créditos básicos, 114 créditos obligatorios de la titulación y la asignatura Diseño del Trabajo Final de Grado.

Competencias básicas y generales:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican **conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**;

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y **defensa de argumentos** y la **resolución de problemas** dentro de su área de estudio;

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de **reunir e interpretar datos relevantes** (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;

CB4 - Que los estudiantes puedan **transmitir información, ideas, problemas** y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender **estudios posteriores con un alto grado de autonomía**.

CG2 - Capacidad de análisis crítica e interpretación del entorno

CG3 - Capacidad de creatividad e innovación

CG6 - Capacidad de pensar estratégicamente

Competencias transversales:

CT1 - Capacidad de uso y aplicación de las TIC en el ámbito académico y profesional

Competencias específicas:

CE1 - Búsqueda, gestión y uso de la información

CE4 - Capacidad de análisis crítica del contexto social y de las estructuras de las industrias culturales y comunicativas

CE5 - Capacidad de comunicar de forma oral, escrita y audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)

CE12 - Capacidad de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos a partir de una tarea previa de búsqueda de información

Actividades formativas

Actividades formativas	%	Horas	Presencialidad
Lectura, interpretación y análisis de materiales docentes, textos y artículos técnicos, científicos o divulgativos sobre la materia.	30%	90	0%
Actividades de búsqueda y gestión de información	20%	60	0%
Desarrollo de memorias / informes de investigación o profesionalizadores	40%	120	0%
Exposiciones y debates	10%	30	0%

<p>Metodologías docentes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje de contenidos basado en la lectura y el análisis de textos y artículos técnicos o científicos sobre la materia. - Aprendizaje basado en la resolución de problemas o el estudio y análisis de casos reales. - Planificación, elaboración y presentación de proyectos, memorias e informes. - Actividades de exposición de opiniones, posicionamientos, hipótesis, planteamientos, etc., que faciliten el desarrollo de la capacidad de comunicación efectiva 									
<p>Sistemas de evaluación (indicar Ponderación Máxima y Mínima):</p> <p>La asignatura sólo se puede superar con el seguimiento y superación de la EC. La calificación final de la asignatura resultará de la ponderación entre la nota obtenida EC y la nota de la presentación pública del TFG.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Sistema de evaluación</th> <th style="text-align: center;">Ponderación mínima</th> <th style="text-align: center;">Ponderación máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Evaluación continua</td> <td style="text-align: center;">30%</td> <td style="text-align: center;">100%</td> </tr> <tr> <td>Presentación resultados</td> <td style="text-align: center;">0%</td> <td style="text-align: center;">70%</td> </tr> </tbody> </table>	Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	Evaluación continua	30%	100%	Presentación resultados	0%	70%
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima							
Evaluación continua	30%	100%							
Presentación resultados	0%	70%							

5.13.2. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 9.1. Asignatura: Trabajo Final de Grado

Denominación de la asignatura: Diseño del Trabajo Final de Grado	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter: Trabajo final de Grado
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 7	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

5.13.3. Nivel 3. Datos básicos de la Asignatura. Materia 9.2. Asignatura: Trabajo Final de Grado

Denominación de la asignatura: Trabajo Final de Grado	
ECTS Nivel 3: 6	Carácter:

	Trabajo final de Grado
Organización temporal: Semestral	
ECTS en el periodo formativo: Semestre 8	
Lenguas en las que se imparte: Catalán/Español	

Mapa de competencias del Grado

	Módulo	CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CT1	CT2	CT3	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12	CE13	CE14	CE15	CE16	CE17	CE18
Comunicación y sociedad	1.1		2	1		1									3	1													
Fuentes de información y documentación digital	3					2			2			3																	
Pensamiento creativo	4.2	1		3		3	2					2				2	1	2	1										
Lengua y comunicación	5.3																1	1	1										
Audiencias y consumos	1.1		1	2		1	1		2			1	2		1	3	2	2			3								
Empresa y marketing	6.1		3		1		3							3															
Inglés B2.1	5.1							1		1																			
Competencias TIC en comunicación	7.1	2							3			2																	
Régimen jurídico de la comunicación	1.2		2			2									2										3			2	
Iniciativa emprendedora	6.1				2						3	1															2		
Inglés B2.2	5.1							2		2																			
Teorías de la comunicación	2.1	1	3			3						3	1	1	3					1			1						
Proyectos audiovisuales	2.2	1					1						2	1	2					2	2	2	1		1		1		
Storytelling y recursos narrativos	4.1			1								1				2	1	1	1										
Comunicación y contenidos en Social Media	7.1					2			2			1				1		2	1	2			1						
Introducción a la publicidad	2.1	1	1			2	1					2	1	1	1						1		1				1		
Introducción a las relaciones públicas	1.3	1	1	1	1	2	1	2						1	1	1	1	1	1			1				1		1	

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1. Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto

La Universitat Oberta de Catalunya dispone de una estructura académica y de una estructura de gestión fija que garantizan el buen funcionamiento de la Universidad.

- La estructura académica está formada por el personal docente e investigador, integrado por profesorado responsable de la dirección académica de los programas y las asignaturas y de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje y cumplimiento de los objetivos de formación. Asimismo, para el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes en el aula virtual, la Universidad cuenta con una red de más de dos mil colaboradores docentes y tutores, coordinados por los profesores de la Universidad. El profesorado de la Universidad es el responsable único de la planificación académica, de la definición de los contenidos y recursos y del proceso de evaluación y de la nota final del estudiante.
- La estructura de gestión integra la llamada Área de Gestión, que cuenta en la actualidad con más de cuatrocientos profesionales contratados, de perfiles diversos y divididos funcionalmente en áreas de especialización, que se configuran como ámbitos de apoyo a la actividad docente: Área de Servicios académicos, Área de Servicios al Estudiante, Área de Planificación y calidad, Área de Personas y responsabilidad social.

6.1.1. Personal académico disponible

El personal académico de la Universidad está agrupado por estudios y, tal como queda previsto en la Ley 3/1995 de reconocimiento de la Universitat Oberta de Catalunya, de 6 de abril de 1995, se compone de profesorado propio y de docentes colaboradores.

Profesorado

La Política de profesorado contempla las siguientes categorías y sus funciones asociadas:

- Profesor asociado: Se trata de una posición inicial de profesorado, en la que se empiezan a desarrollar tareas docentes a tiempo parcial
- Profesor ayudante: se trata de una posición inicial de profesorado, en la que se empiezan a desarrollar tareas docentes combinadas con la formación doctoral.
- Profesor: es la posición que ocupa el profesorado doctor que está en proceso de desarrollo de sus capacidades docentes y de investigación, con especial énfasis en el modelo educativo de la UOC y en las líneas de investigación prioritarias establecidas por la Universidad.
- Profesor agregado: es la posición que ocupa el profesorado con unas capacidades docentes y de investigación evidenciado y acreditado (con especial énfasis en el modelo educativo de la UOC y sus objetivos de innovación e investigación). Los profesores agregados cuentan con la

evaluación positiva emitida por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario Catalán (AQU) como profesores de la UOC.

- Catedrático: únicamente puede acceder a esta categoría el profesorado agregado de la UOC con una carrera docente e investigadora plenamente consolidada o bien los profesores procedentes de otras universidades que dispongan de unos requisitos equivalentes.

Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación están dirigidos por el directora de estudios, que es el responsable de toda la oferta de los estudios y es miembro de la Comisión Académica. Un mínimo de 6 profesores conforman la Comisión de Titulación responsable principal del diseño del grado, del seguimiento de su implementación y de la evaluación del programa. La Comisión de la Titulación está presidida por el/la directora/a del grado.

A este grado en concreto se dedicarán un total de 26 profesores, un 76,92% de los cuales son doctores. De éstos últimos, un 55% ha obtenido la evaluación positiva de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU), o de ANECA. Por categorías, encontramos un 46,15% de profesores agregados, 34,61% profesores y 19,23% profesores ayudantes.

El equipo de profesorado del grado de Comunicación está formado por 22 profesores propios de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación y 6 professors d'altres estudis UOC. Cabe señalar que en el momento de presentación de esta memoria está en proceso de selección por parte de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación un profesor doctor del ámbito de diseño que permitirá ampliar la plantilla de profesorado propio en 29 profesores, de los cuales 28 serán doctores. Destacamos que el 96% es doctor y de ellos el 64,29% está acreditado.

Tabla resumen:

Universidad	Categoría *	Total %	Doctores %	Horas %
UOC	Profesor agregado	67,86%	100%	49.1%
UOC	Profesor	28,57%	100%	30.7%
UOC	Ayudante	3,58%	0%	20.2%

Además se aporta la siguiente información agregada del profesorado vinculado a la titulación:

Experiencia docente:

	Menos de 5 años	Entre 5 y 10 años	10 años o más
Años experiencia docente	2	1	25
Tramos docentes acumulados	42		
Profesores con tramos docentes	23		

Experiencia investigadora:

Tramos investigación acumulados	20
Profesores con tramos investigación	15

En relación a la experiencia del profesorado, cabe destacar que un 89,29% cuenta con más de 10 años de experiencia docente, mientras que un 3,57 % lleva entre 5 y 10 años realizando dichas funciones.

En lo referente a su experiencia investigadora, 15 profesores disponen de un tramo o más de investigación. Asimismo, es importante destacar que todos los profesores implicados son activos en investigación y que la mayoría forma parte de redes profesionales o científicas de su ámbito de conocimiento, tanto a nivel nacional como internacional.

Finalmente, hay que mencionar que un 88,88% posee experiencia profesional diferente a la académica o investigadora, sea en el ámbito empresarial o en el de la administración pública.

A continuación se presenta una relación del profesorado del grado durante el curso 2018-2019.

Dirección del programa:

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Amalia Creus	Doctora	Sexenio Investigación AQU (2015) Profesor Contratado Doctor ANECA (2015) Profesor Lector AQU (2015) Profesor Ayudante Doctor ANECA (2014)	Profesora	Tiempo completo	Comunicación y Educación. Innovación en e-learning Sociedad de la información, Diseño y cultura visual	Treball Final de Grau (6 ECTS) Diseño del Trabajo Final de Grado (6 ECTS)
<p>La Dr. Amalia Creus es profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación y directora del Grado de Comunicación, en el que actualmente imparte las asignaturas <i>Prácticum</i> y <i>Trabajo final de Grado</i>. Licenciada en Comunicación por la <i>Universidade Federal do Rio Grande don Sul</i>, master en Comunicación y Cultura por la <i>Universidade Federal do Río de Janeiro</i> y Doctora en Educación y Artes Visuales por la <i>Universitat de Barcelona</i>. Ha sido <i>Predocctoral Visiting Scholar</i> al departamento de Sociología de la <i>University College Dublin</i>, a la <i>Faculty of Civil Law</i> de la Universidad de Malta y al <i>Departament of History of Arte and Screen Media del Birkbeck College</i>, Londres.</p> <p>Sus principales intereses de investigación son las visualidades contemporáneas y la cultura visual, las identidades y carreras profesionales en la sociedad red, y la interacción entre comunicación y educación. Es miembro del grupo de investigación consolidado KIMO (<i>Knowledge and management information in organizations</i>) y desde el año 2017 es subdirectora de docencia de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación.</p> <p>Experiencia académica, profesional e investigadora:</p> <p>Licenciada en Comunicación por la <i>Universidade Federal do Rio Grande do Sul</i>, máster en Comunicación y Cultura por la <i>Universidade Federal do Río de Janeiro</i> y Doctora en Educación y Artes Visuales por la <i>Universitat de Barcelona</i>. Fue <i>Predocctoral Visiting Scholar</i> en el departamento de Sociología de la <i>University College Dublin</i>, en la <i>Faculty of Civil Law</i> de la Universidad de Malta y en el <i>Departament of History of Art and Screen Media del Birkbeck College</i>, Londres. Integrante del grupo de investigación KIMO de la <i>Universitat Oberta de Catalunya (UOC)</i>.</p> <p>Publicaciones destacadas:</p> <p>Padilla-Petry, P.; Hernández, F.; Creus, A. (2014). <i>Let's begin with ourselves: attempting</i></p>						

resonance responses in the exchange of researchers' professional autobiographies. Journal of Curriculum Studies, DOI: 10.1080/00220272.2014.895047.

Lalueza, F.; Creus, A. (2014) "Más allá de la simulación: prácticas profesionales en entornos virtuales de aprendizaje". En: Terceño (2014). Nuevas perspectivas para la enseñanza superior. Madrid: Visión.

Aranda, D.; Creus, A.; Sánchez-Navarro, J. (Ed.). (2013). Educación, medios digitales y cultura de la participación. Barcelona: UOC Press.

Creus, A.; Domingo, L. Miradas sobre la Infancia. Cuadernos de Pedagogía, Julio-Agosto, 2013. Núm. 436.

Lalueza, F.; Creus, A. (2013). Prácticas reales en entornos no presenciales: La agencia virtual de comunicación como herramienta de aprendizaje profesionalizador. Historia y Comunicación Social, 18. Núm. Especial Dic. Pág. 199- 2011.

Creus, A. ; Lalueza F. (2012) Learning trough professional enviroments: The ComCity project. e-Learn Research Paper Series. Nov 2012 - 5, pp. 26 - 31. e-Learn Center UOC.

Profesorado

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Abellán Fabrés, Gemma	Llicenciada en Comunicació Audiovisual (UAB) Màster d'Educació i TIC UOC)		Professora associada	Parcial	Competències digitals Comunicació i TIC	Competències TIC en Comunicació (6 ECTS)

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Christine Appel	Licenciada en Filología inglesa por la Universidad de Aarhus (Dinamarca),	Acreditación de lector (AQU), 1 sexenio de investigación,	Profesora Agregada	Completa	Didáctica de las lenguas, e-learning, adquisición de segundas lenguas.	Inglés B2.1 6 ECTS

	Máster en Lingüística Aplicada y Doctorado en Lingüística Aplicada por la Universidad de Dublin, Trinity College (Irlanda)	1 tramo docente				
<p>Experiencia académica y/ o profesional y/o investigadora:</p> <p>Más de 20 años de experiencia docente en la Universidad de Dublin, Trinity College, Dublin City University, Universitat Ramon Llull, Universitat Rovira i Virgili, y Universitat Oberta de Catalunya en materias de Lingüística Computacional, La enseñanza de segundas lenguas y TIC, y didáctica de la lengua, lengua inglesa y española como lenguas extranjeras. Coordinación de proyectos de investigación, innovación y desarrollo (SpeakApps, SpeakApps 2, eQTel, tandemOOC). Actualmente miembro del grupo de investigación consolidado realTIC. Dirección del centro de investigación e-learn center en la UOC (2014-2015).</p>						

Tabla resumen CV

Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Daniel Aranda	Doctor en Comunicación Audiovisual Universitat Ramon Llull (2006) Licenciado en Comunicación Audiovisual Universitat Ramon Llull (1998) Máster en Educación y Comunicación (1999, UAB) Postgrado en Audiencias (1999, Universitat Ramon Llull)	Acreditación Lector (AQU) Acreditación Investigación (AGU) 1 sexenio de investigación reconocido Tramo docente reconocido (2011)	Agregado	Completa	Sociología de la Comunicación, Teorías de la comunicación y Estudios Culturales Consumo cultural digital de jóvenes y adolescentes: videojuegos, redes sociales Guion cinematográfico y audiovisual	Comunicación y Sociedad (6 ECTS) Guion audiovisual (6 ECTS) Diseño y creación sonora (6 ECTS)

Daniel Aranda es doctor en Comunicación Audiovisual, profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya) e investigador del grupo GAME (Grupo de investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento) de la misma universidad. Su línea investigación actual se centra en el estudio de las formas de consumo, prácticas culturales y dinámicas sociales relacionadas con el ocio y el entretenimiento digital (televisión, cine y juego digital). Ha publicado diferentes artículos sobre consumo cultural y recepción televisiva y numerosos trabajos sobre ocio digital, televisivo y cinematográfico. Entre sus publicaciones destacan, *Puntos de vista. Una mirada poliédrica a la historia del cine*, 2009 o *La cultura fan. Tres miradas sobre la cultura fan*, 2017.

Su experiencia docente se centra en la Sociología de la comunicación, el guión televisivo y cinematográfico y los usos sociales del entretenimiento digital. Entre sus publicaciones destacan tres manuales docentes sobre guion: *Guion audiovisual*, 2006, *Cómo construir un buen guión audiovisual*, 2016; *¿Cómo se estructura la trama de un guión audiovisual?*, 2015. También ha publicado *Game and Play, Diseño y análisis del juego digital, el jugador y el sistema lúdico*, 2015 y *Aprovecha el tiempo y juega. Algunas claves para entender los videojuegos*, 2009.

Experiencia académica, profesional e investigadora

Profesor de la Universidad Ramon Llull, facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna desde el año 2001 al 2007.

Desde el año 2007 profesor responsable de las asignaturas relacionadas con la Teoría y Sociología de la comunicación en la UOC.

Investigador del grupo GAME Su línea de investigación actual se centra en el estudio de las formas de consumo, prácticas culturales y dinámicas sociales relacionadas con el ocio y el entretenimiento digital de los jóvenes. Ha publicado diferentes artículos sobre consumo cultural y recepción televisiva y numerosos trabajos sobre ocio digital.

Proyectos

(2015-2017) Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes (LUDOLITERACY). Convocatorias 2014 Proyectos de I+D "EXCELENCIA" y Proyectos de I+D+I "RETOS INVESTIGACIÓN" Dirección General de Investigación Científica y Técnica Subdirección General de Proyectos de Investigación. PROGRAMA ESTATAL DE FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA DE EXCELENCIA, SUBPROGRAMA ESTATAL DE GENERACIÓN DEL CONOCIMIENTO. Referencia CSO2014-57305-P. Investigadores responsables: Jordi Sánchez-Navarro y Daniel Aranda

(2012- 2015) ExperienciART: Plataforma socio-tecnológica para enriquecer la visita a los museos a través de realidad aumentada y gamification. Proyecto Innpacto: Referencia proyecto: SIPT1200C0005594XV0 - Ministerio de Economía y Competitividad. Investigador responsable: Pablo Lara.

(2013-2016) World Internet Project Spain es un proyecto internacional (Red internacional World Internet Project) que en España lidera el grupo de investigación Comunicación y Nuevos Medios del IN3 y que tiene como objetivo el estudio del impacto social, político y económico de Internet y otras tecnologías digitales como los videojuegos o el teléfonos móviles. El World Internet Project Spain trabaja con los datos de una encuesta propia y bianual representativa de la población española y catalana. Actualmente disponemos de los datos de 2011 y 2013.

Transformemos el ocio digital: un proyecto de socialización en el tiempo libre. TSI-040400-2008-42 - Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. IP: Ester García Adrados.

Lost in a Mancha: Videojuego inmersivo online para el aprendizaje del español como lengua extranjera TSI-070100-2009-63 - Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Investigador responsable: Pablo Lara.

Publicaciones (últimos 5 años)

Daniel Aranda Juarez; Fernando de Felipe; Pau Icart; Cristina Pujol, 2016, Cómo construir un buen Guión audiovisual, 1- 254, Editorial UOC, 9788491166160.

Daniel Aranda Juarez; Jordi Sánchez Navarro; Martínez-Martínez, S.; Víctor Navarro Remesal; Ferran Lalueza Bosch; Elisenda Estanyol Casals; Mireia Montaña Blasco; Sandra Sanz-Martos; Judith Clares-Gavilán, 2016, El videojuego en el punto de mira: la producción científica sobre el juego digital, 1- 59, Editorial UOC , 978-84-606-6456-7.

Aranda, D.; Gómez, S.; Navarro, V. ; Planells, A.J.(2015) Game & Play. Diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico. Barcelona: UOCPress.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Martínez Martínez, S. (2015). Ludoliteracy: Informe sobre la alfabetización mediática en el juego digital. Experiencias en Europa. Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; Martínez Martínez, S. (2014) "El juego digital e internet como ecosistema lúdico. Jerarquía de medios para el entretenimiento y alfabetizaciones emergentes" Ilana Eleá (Ed.) Agentes e Vozes. Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha, pp. 219-227 The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Roig, T. (Eds) (2013). Fanáticos. La cultura Fan. Barcelona: UOCPress.

Sánchez, J., Aranda, D. (2012). "Messenger and social network sites as tools for sociability, leisure and informal learning for Spanish young people". European Journal of Communication, 1, pp. 67-75.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.(2011). "How digital gaming enhances nonformal and informal learning". A: FELICIA, P.. Handbook of Research on Improving Learning and Motivation Through Educational Games: Multidisciplinary Approaches. Information Science Publishing, pp.395 -412.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D. (2011) "Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles" El Profesional de la Información, 20(1), 2011, pp. 32-37.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D (2010). "Un enfoque emergente en la investigación sobre comunicación: Los videojuegos como espacios para lo social", Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 40 (2010), pp. 129-141.

Taberero, C. Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J (2010). "Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje" Revista de estudios de juventud, 88 (2010), pp. 77-96.

Tabla resumen CV						
Profesora do	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Judith Clares Gavilán	Doctora en Comunicació Universitat Ramon Llull (2014) Postgrau en Govern i Gestió Pública a la Societat de la Informació: e-govern. Universitat Pompeu Fabra (2005) Màster en Aplicacions Multimèdia. Universitat Oberta de Catalunya (2003)	Dos tramos docentes (2011, 2017)	Profesora	Completa	Estructura, gestión y políticas del audiovisual Proyectos de comunicación digital	Introducción al sector audiovisual (6 ECTS) Proyectos audiovisuales (6 ECTS)
<p>Experiencia académica, profesional e investigadora</p> <p>Desde el año 2007 profesora responsable de las asignaturas relacionadas con la Estructura y la Gestión del audiovisual y con el Periodismo digital en la UOC. Directora Académica del Posgrado en Distribución Audiovisual VOD y Nuevos Modelos de Negocio. UOC-filmin (2012-2016) Adjunta a Dirección del Programa de Comunicación Audiovisual (2007) Profesora del Máster en Comunicación y Producción Audiovisual Digital. Universidad de Ingeniería y Arquitectura La Salle, contenido: Estructura del Sistema Audiovisual y Distribución y marketing audiovisual (2002 – 2009) Directora Académica del Máster Universitario en Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas (2017-2018) Co-Directora Académica del Máster en Periodismo Digital y Dirección de Proyectos de Comunicación Digital UOC-El Periódico-Lavinia.(2011-2016) Directora Académica del Postgrado en Periodismo digital UOC-El Periódico (2007 – 2011)</p> <p>Experiencia investigadora:</p> <p>Investigadora del grupo GAME. Su línea de investigación actual se centra en el estudio de las nuevas formas de consumo y distribución audiovisual bajo demanda: análisis de mercado y líneas de fomento. Ha publicado diferentes libros y artículos sobre distribución audiovisual en internet: vídeo bajo demanda (VoD) y televisión conectada.</p> <p>Proyectos</p>						

(2017-2019) "EU-VOS Patrimonio cultural inmaterial. Para un programa europeo de subtítulo en lenguas no hegemónicas". Ministerio de Economía y Competitividad. Referencia CSO2016-76014-R. Investigadores responsables: Margarita Ledo Andión e Enrique Castelló Mayo. Grupo Estudios Audiovisuales de la Universidad de Santiago de Compostela.

(2015-2017) Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes (Ludoliteracy). Convocatorias 2014 Proyectos de I+D "Excelencia" y Proyectos de I+D+I "Retos Investigación" Dirección General de Investigación Científica y Técnica Subdirección General de Proyectos de Investigación. Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación del Conocimiento. Referencia CSO2014-57305-P. Investigadores responsables: Jordi Sánchez-Navarro y Daniel Aranda

Publicaciones (últimos 5 años)

Clares-Gavilán, Judith (Coord.); Neira, Elena; Merino, Cristina (2019): *La revolución over the top (OTT): Del Vídeo bajo Demanda (VOD) a la televisión por Internet*. Editorial UOC.

Clares-Gavilán, Judith; Medina-Cambrón, Alfons (2018). "Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: el caso de *Filmin*". *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 909-920. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.19>

Clares Gavilán, Judith (2017). "Estrenos simultáneos: nuevas estrategias de distribución en cine y televisión". Lalueza, F. (Coord.) *Profesionales de la Información y de la Comunicación*, pp. 113-118. Barcelona: Editorial UOC

Clares Gavilán, Judith (2017). "La televisión conectada: hacia un cambio de paradigma en la industria audiovisual". Lalueza, F. (Coord.) *Profesionales de la Información y de la Comunicación*, pp. 133-136. Barcelona: Editorial UOC

Clares Gavilán, Judith (2017). "Big data: la importancia del análisis de datos en plataformas de vídeo bajo demanda y en televisión conectada". Lalueza, F. (Coord.) *Profesionales de la Información y de la Comunicación*, pp. 227-230. Barcelona: Editorial UOC

Daniel Aranda Juarez; Jordi Sánchez Navarro; Martínez-Martínez, S.; Víctor Navarro Remesal; Ferran Lalueza Bosch; Elisenda Estanyol Casals; Mireia Montaña Blasco; Sandra Sanz-Martos; Judith Clares-Gavilán, 2016, *El videojuego en el punto de mira: la producción científica sobre el juego digital*, 1- 59, Editorial UOC, 978-84-606-6456-7.

Fernández-Manzano, Eva-Patricia; Neira, Elena; Clares-Gavilán, Judith (2016). "Data management in audiovisual business: Netflix as a case study". *El profesional de la información*, v. 25, n. 4, pp. 568-576. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.jul.06>

Clares-Gavilán, Judith (2016). La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social. *Palabra Clave* 19(3), 938-941. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.3.11

Clares-Gavilán, Judith (Coord.); Casado, M.A.; Fernández-Quijada, D.; Guimerà, J.A. (2013): *Políticas culturales y de comunicación. La intervención pública en cine, televisión y prensa*. Barcelona: Editorial UOC.

Clares-Gavilán, Judith; Ripoll-Vaquer, Jaume; Tognazzi Drake, Alberto (2013). Distribución audiovisual en internet. VoD y nuevos modelos de negocio. Barcelona: Editorial UOC. ISBN: 978 84 9029 911 1

Clares-Gavilán, Judith (2014). Estructura y políticas públicas ante los nuevos retos de la distribución y consumo digital de contenido audiovisual. Los proyectos de vídeo bajo demanda de cine Filmin y Universciné como estudio de caso. Universitat Ramon Llull. Tesis doctoral.
<http://www.tesisenred.net/handle/10803/247706>

Clares-Gavilán, Judith (desde 2011 hasta la actualidad). Colaboraciones habituales en la revista COMeIN.

Clares-Gavilán, Judith (2010): Polítiques públiques davant els nous reptes de la distribució i el consum digital de contingut audiovisual. 2º premio de los XXII Premios CAC a la investigación sobre comunicación audiovisual. (Barcelona, Junio de 2010). Disponible en: [<http://www.cac.cat>]

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Ana Maria Clua Infante	Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona (1993) Doctora en Ciencias de la Información por la UAB (2001)	Acreditación de lectora reconocida por la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya en 2005 Un sexenio de investigación reconocido por la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya el 25 de noviembre de 2013 Un tramo de docencia (2012)		Completa	Periodismo Teorías de la comunicación Métodos de investigación en Comunicación y sociedad civil Geografía cultural y urbana Comunicación y ciudad Estudios de género	Periodismo especializado (6 ECTS)
Proyectos de investigación						
Marco Giugni (i.p.) "Reinventing Democracy in Europe: Youth Doing Politics in Times of Increasing Inequalities" H2020-SC6-REV-INEQUAL-EURYKA. Desde febrero 2017 a 2019.						

Núria Benach (i.p.) "En las fronteras de lo urbano: Desposesión, resiliencia y resistencia en espacios urbanos extremos" Retos Investigación: Proyectos I+D+i Convocatoria 2015 (Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016). Ministerio de Economía y Competitividad. Referencia: CSO2015-65066-R. Barcelona (Universitat de Barcelona), duración: 1 de enero de 2016 a 31 de diciembre de 2019. Importe solicitado: 126.747 €, Importe concedido: 20.500 €

Luis Álvarez Pousa (i.p.) "Prostitución y medios de comunicación: construcción de la realidad y recepción de los contenidos mediáticos" Proyecto i+d financiado por el Ministerio de Sanidad, Servicios sociales e Igualdad, ref. 196/12. Desde el 1 de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2015 (41.050 €).

Jordi López Sintas (i.p.) "Cultura, Ocio y Tecnologías digitales: Interpretación de la interdependencia de sus prácticas sociales" Proyecto i+d financiado por el Ministerio de Economía y Conocimiento, ref. ECO2011-29558-C02-01. Desde el 1 de diciembre de 2011 al 31 de diciembre de 2014 (48.750 €).

Cecilia Castaño Collado (i.p.) "Sociedad de la información en igualdad y para la igualdad. Desajuste entre participación y posición de las mujeres en la investigación y el empleo TIC" Proyecto i+d financiado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, ref. PAV-010000-2007-106. Desde el 1 de enero de 2007 al 31 de diciembre de 2008.

Contratos

Bart Cammaerts (i.p.) "Youth Participation in Democratic Life / EACEA/2010/03" Administración financiadora: Comisión Europea. Desde el 15 de mayo de 2011 al 15 de agosto de 2012.

Ana María Clua y Mercè Díez Jiménez "Accés i ús de les TIC per part de les dones a Catalunya". Administración financiadora: Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya. Realizado en convenio con el Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Desde el 1 de enero de 2005 al 31 de diciembre de 2005 (10.344,83 €).

Participación en grupos de investigación consolidados

Grup de Recerca Espais Crítics. Reconocido como Grup de Recerca Consolidat (Generalitat de Catalunya: 2014-SGR387) entre 1 enero de 2014 y 31 diciembre 2016.

Asociaciones científicas y académicas de las que se es miembro:

Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) www.ae-ic.org/

Publicaciones

Anna Clua (2015). "La batalla simbólica de las prostitutas: El papel de la comunicación", *Revista Internacional de Comunicació i Desenvolupament*, vol. 1 núm. 1; ISSN-e 2386-3730

Ana María Clua Infante (2010). "La investigación sobre ciudad y comunicación: un campo abierto" en Marcelo Martínez (ed.) *Ciudad y comunicación*. Madrid: Fragua, pp. 11-25 ISBN: 978-84-7074-343-6

Anna Clua; Abel Albet (2008). "22@bcn Plan: Bringing Barcelona Forward in the Information Era" en Tan Yigitcanlar; Koray Velibeyoglu; Scott Baum (eds.) *Knowledge-Based Urban Development: Planning and Applications in the Information Era*. Hershey: Information Science Reference (IGI Global); pp. 132-147; ISBN 978-1-59904-720-1.

Abel Albet; Anna Clua; Fabià Díaz (2006). "Resistencias urbanas y conflicto creativo: lo público como espacio de reconocimiento" en Joan Nogué & Joan Romero (eds.). *Las otras geografías*. Valencia: Tirant lo Blanch; pp. 405-423; ISBN 84-8456-663-3.

Ana María Clua Infante (2006). "Ciudades en el dial: Regeneración urbana y radios comunitarias en Manchester y Barcelona" en Joan Nogué; Joan Romero (eds.). *Las otras geografías*. Valencia: Tirant lo Blanch; pp. 447-462; ISBN 84-8456-663-3.

Abel Albet; Núria Benach; Anna Clua (2006). "Conocimientos situados: reflexión sobre las geografías de la Geografía", *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 45; pp. 131-138. ISSN: 0212-1573

Ana María Clua Infante (2005). "Apropament i distinció entre la geografia cultural i els estudis culturals. Per una major pràctica de la teoria crítica", *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 59; pp. 89-103. ISSN: 1133-2190.

Ana María Clua Infante (2003). "Where is audience ethnography's fieldwork?", en Patrick D. Murphy; Marwan M. Kraidy (eds.) *Global Media Studies. Ethnographic Perspectives*. Nueva York: Routledge, pp. 57-71. ISBN: 0-415-31441-0

Ana María Clua Infante; Perla Zusman (2002). "Más que palabras: otros mundos. Por una geografía cultural crítica", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 34; pp. 105-118. ISSN: 0212-9426.

Ana María Clua Infante (2002). "The notion of space in the definition of contexts of media reception", *Social and Cultural Geography*, 3(4); p. 475. ISSN: 1464-9365.

Tabla resumen CV

Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Elisenda Estanyol Casals	Doctora per la Universitat Autònoma de Barcelona (2014)	Lector 1 tramo docente 1 tramo investigación	Profesora agregada	Tiempo completo	Comunicación corporativa.	Introducción a las relaciones públicas (6 ECTS) Sistemas y procesos de las relaciones públicas (6 ECTS) Organización de eventos y protocolo (6 ECTS)

Publicaciones:

Salas, J.; Estanyol, E. (2018) "Cobertura mediática del término 'Protocolo' en la prensa escrita española. Análisis de las ediciones digitales de La Vanguardia y ABC durante 2016". En José Luis Zurita, Javier Serrano, Marta Gil (Coords.) *Comunicación periodística ante los nuevos retos*. Editorial GEDISA. ISBN 978-84-17690-00-7

Willis, P.; Estanyol, E. (2018) "Collaborative creativity, leadership and Public Relations: Identifying and addressing research limitations". En Sarah Bowman, Adrian Crookes, Stefania Romenti, Øyvind Ihlen (Coord.) *Public Relations and the Power of Creativity: Strategic Opportunities, Innovation and Critical Challenges. Advances in Public Relations and Communication Management*. Emerald Publishing Limited. Volume 3, 135-148. ISSN:2398-3914/ ISBN: 978-1-78769-292-3 eISBN: 978-1-78769-291-6

Estanyol, E.; Montaña, M. (2018). "Jóvenes y videojuegos. Percepciones sobre su tratamiento informativo en los medios de comunicación". En Daniel Aranda, Jordi Sánchez-Navarro, Antonio José Planells (Coord.). *Game & Play. La cultura del juego digital*. Egregius Ediciones. Colección Comunicación e Información Digital. ISBN 978-84-17270-47-6 (pp. 69-86).

Salas, J.; Estanyol, E. (2017). Tratamiento informativo sobre protocolo en la prensa escrita española. Análisis de las ediciones digitales de los diarios El País y El Mundo durante 2016. En Mut, M.; Camarero, E. (Coord.) *Nuevos tratamientos informativos y persuasivos*, Ediciones Universitarias, Editorial TECNOS (Grupo ANAYA) ISBN 978-84-309-7376-7.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Martínez-Martínez, S. (Coord.) (2016) Víctor Navarro, Ferran Lalueza, Elisenda Estanyol, Mireia Montaña, Sandra Sanz y Judith Clares. *El videojuego en el punto de mira: La producción científica sobre el juego digital*. Oberta Publishing. ISBN: 978-84-606-6456-7.

Estanyol & Roca (2015) Creativity in PR consultancies: Perception and Management. *Public Relations Review*. Volume 41. Issue 5. 589-597. December 2015. DOI: 10.1016/j.pubrev.2014.08.004. ISSN: 0363-8111

Montaña, M.; Estanyol, E.; Lalueza, F. (2015). "Internet y nuevos medios: estudio sobre usos y opiniones de los seniors en España/ Our seniors' challenge to the new media: uses and opinions". *El profesional de la información*, v. 24, n. 6, pp. 759-765. Diciembre 2015. ISSN: 1386-6710

Estanyol, E.; Montaña, M. & Lalueza, F. (2015) "Engagement is the Name of the Game. Gamification as a Communication Strategy in Advertising and Public Relations". *Breaking the media value chain*. Peter Lang Publishing, Inc. Editors: Joan Cuenca & Klaus Zilles. Chapter 8

Estanyol & Lalueza (2014) ¿Tamaño o flexibilidad? Estructura organizativa de las consultoras de relaciones públicas en España. *Sphera Publica*

Lalueza & Estanyol (2013) The dark side? Analysis of journalists' perception of PR practitioners. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*

Estanyol (2012) Marketing, public relations, and how Web 2.0 is changing their relationship: A qualitative assessment of PR consultancies operating in Spain. *Public Relations Review*. Diciembre 2012.

Estanyol (2011) Nuevos tiempos, nuevos medios: ¿hace falta más creatividad en relaciones públicas?. *Trípodos*

Estanyol, E. (2015) *Percepció i gestió de la creativitat en les empreses consultores de comunicació i relacions públiques. IV Premi Prat Gaballí de foment de la investigació en publicitat i relacions públiques*. Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya. ISBN: 978-84-606-6337-6

Lalueza, F.; Estanyol, E. & Montaña, M. (2013) "Madrid Arena, anatomía de una tragedia. Estudio de caso de comunicación de crisis". *Trípodos*. VII International Conference on Communication and Reality. Breaking the Media Value Chain. Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull. Juny 2013. pp. 463-470. ISBN: 978-84-936959-9-6

Tabla resumen CV

Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Ferran Ferrer, Núria	<p>Doctora en Documentación por la Universidad de Barcelona (2010)</p> <p>Master en Information Society (2005)</p> <p>Licenciada e Documentación por la Universitat Oberta de Catalunya (2003)</p> <p>Licenciada en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona (1998)</p>	<p>Acreditación de Investigación (AQU) (2013)</p> <p>Acreditación lector AQU (2010)</p> <p>Sexenio reconocido (2013)</p> <p>Tramo docente reconocido (2011)</p>	Profesora agregada	Completa	Gestión de información: arquitectura de información Recuperación y uso de la información. Metodologías de investigación en Ciencias Sociales	<p>Introducción al periodismo (6 ECTS)</p> <p>Periodismo de investigación y datos (6 ECTS)</p>

Proyectos

Marco Giugni (i.p.) "Reinventing Democracy in Europe: Youth Doing Politics in Times of Increasing Inequalities" H2020-SC6-REV-INEQUAL-EURYKA, 2017 a 2019.

Ernest Abadal (i.p.) "El acceso abierto (open access) a la ciencia en España: analisis del grado de implantación de la sostenibilidad de un nuevo modelo de comunicación científica (ref. CSO2011-29503), MCNN - Ministerio de Ciencia e Innovación.

Ernest Abadal (i.p.) "El acceso abierto a la ciencia en España: Evaluación de su impacto en el sistema de comunicación científica (ref CSO2014-52830-P), MCNN - Ministerio de Ciencia e Innovación, 2012-2014.

Jordi López (i.p.) "Cultura, Ocio y Tecnologías digitales: Interpretación de la interdependencia de sus prácticas sociales", Subdirección General de Proyectos de Investigación, Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Economía y Competitividad, 2012-14.

Gunter Gesser (i.p.) "Online e-Learning Content Observatory (OLCOS)", Lifelong Learning: Education and Training, OLCOS ' EAC/23/05 AT 002, 2006-07.

Publicaciones (últimos 5 años)

Ferran-Ferrer, Núria (2015). "Volunteer participation in citizen science projects". El profesional de la información, v. 24, n. 6, pp. 827-837.

Ferran- Ferrer, N., Minguillón, J., & Pérez- Montoro, M. (2013). Key factors in the transfer of information- related competencies between academic, workplace, and daily life contexts. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(6), 1112-1121.

Mor, E., Ferran, N., Garreta-Domingo, M., & Mangas, J. A. (2011, July). User experience of social bookmarking tools. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 510-516). Springer Berlin Heidelberg.

Ferran Ferrer, N.; Minguillón Alfonso, J. (Eds.) (2010). *Content Management for E-Learning*. London: Springer, 214 pp.

Ferran-Ferrer, N., & Pérez-Montoro, M. (2009). Gestión de la información personal en usuarios avanzados en TIC. *El profesional de la información*, 18 (4), 365-373.

Tabla resumen CV

Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
----------	----------------------	------------------------	-------------------------------	------------	----------------------	-------------------------

<p>Montserrat Garcia Alsina</p>	<p>Doctora en Sociedad de la información y del conocimiento por la UOC (2011) Licenciada en Documentación Licenciada en Geografía e Historia Master en Sociedad de la Información y del Conocimiento Master en Dirección y Gestión de Tecnologías de la Información</p>	<p>Acreditación Lector Acreditación Investigación (2015) 1 Tramo de investigación (2014) 2 Tramos docentes (2011, 2017)</p>	<p>Profesora Agregada</p>	<p>Completa</p>	<p>Inteligencia competitiva y territorial, gestión del conocimiento, gestión documental, transparencia i datos abiertos</p>	<p>Prácticum (6 ECTS)</p>
<p>Profesora de la Universitat Oberta de Catalunya desde junio de 2007. Documentalista y responsable de Gestión del conocimiento en ADASA SISTEMAS, S.A.U. (Ingeniería del sector del agua) (2002 – 2007). Colaborador docente de la UOC de la asignatura Organizaciones Intensivas en Información (2005 – 2007). Miembro del Comité Técnico de Normalización de Documentación (AEN/CTN 50) de AENOR, y del SC 1 de gestión documental. Desde 2007 integrante del grupo de investigación Knowledge and Information Management in Organizations (KIMO) de la UOC (grupo consolidado reconocido por AGAUR convocatoria 2009)</p> <p>Investigadora principal en el proyecto “Gestió de dades obertes: models i protocols per al govern obert i la reutilització” . Entidad financiadora: Escola d'Administració Pública de Catalunya (1/12/2018 - 2/12/2019) Investigador responsable: Dra. Montserrat Garcia Alsina. Importe: 10.000.</p> <p>Investigadora en el proyecto <i>Identificación del conocimiento generado por los actores del sector turismo para innovar y generar valor agregado con la finalidad de determinar las necesidades territoriales para la toma de decisiones en el departamento de Córdoba</i>. Entitat finançadora: Universidad Pontificia Bolivariana. Entidades participantes: Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia) y Universitat Oberta de Catalunya. (1/2/2017 - 1/2/2018). Investigador responsable: Ronny Alberto Garcia Romeo. Importe: 59.379.132 pesos colombianos (18.587,39 EUR)</p> <p>Investigadora principal en el proyecto <i>Análisis de los sistemas integrales de información y conocimiento e identificación de buenas prácticas para dar cumplimiento al marco normativo y garantizar la transparencia en la gestión y el acceso de los ciudadanos a la información pública</i>. Entitat finançadora: Escola d'Administració Pública de Catalunya (1/9/2016 - 31/6/2017) Investigador responsable: Dra. Montserrat Garcia Alsina. Importe: 10.000.</p> <p>Investigadora en el proyecto <i>Metodología para identificar y generar conocimiento entre los actores de la innovación en la ciudad de Montería (Colombia) para el diseño de planes estratégicos y toma de decisiones</i> (166-01/15-G001). Entitat finançadora: Universidad Pontificia Bolivariana. Entitats participants: Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia) y Universitat Oberta de Catalunya (1/1/2015 - 31/12/2015). Investigador responsable: Ronny Alberto Garcia Romeo. Importe: 22.932.000 pesos colombianos (7.178,38 EUR).</p>						

Investigadora en el proyecto *Diseño de una metodología para elaborar mapas del conocimiento territoriales*. Entitat finançadora: Ministerio de Educación de España (1/2/2013 - 31/7/2013. Investigador responsable: Montserrat Garcia Alsina.

Investigadora en el proyecto del Programa Nacional de Proyectos de Investigación Fundamental, Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental No Orientada titulado "Knowledge and Information Flows in Big Science: Study of the ATLAS Experiment Collaboration at CERN (KIBIS)". (Ref. CSO2012- 33959) Inicio 2012 Final 2015.

Asesora e investigadora en el proyecto "Diseño de una plataforma para Gestionar el Conocimiento y usar la producción científica en la Ciudad de Montería para el fortalecimiento de la Educación Superior". Financiación CODECYT (Comisión Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación): Este proyecto está ejecutado por el grupo de investigación ITEM - Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional de Montería (Colombia) grupo reconocido por el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia. Duración: 1/1/2012 hasta: 30/06/2012.

Investigadora en el proyecto "Intercambio de conocimiento en la investigación científica: estudio de las redes del experimento ATLAS (CERN)" Financiación: Ministerio de Educación y Ciencia (España). (Ref. CSO2009-09194). DES DE: 1/1/2010 FIN: 31/12/2012. Proyecto coordinado por Dr. Agustí Canals del grupo de investigación KIMO (reconocido por la Generalitat de Catalunya como grupo consolidado).

Investigadora en el proyecto "Análisis de los procedimientos de interacción entorno-universidad en el proceso de adaptación e implementación de titulaciones oficiales al EEES. Financiación: Ministerio de Educación y Ciencia (España) (Ref. EA-2008- 0152). DURADA: Desde: 1/07/2008 hasta : 31/06/2009. Proyecto coordinado por Dra. Eva Ortoll del grupo de investigación KIMO (reconocido por la Generalitat de Catalunya como grupo consolidado)

Publicaciones:

Garcia-Alsina, M.; Canals, A.; Cobarsi, J.; Ortoll, E.; Martinez, J.A.; Cermeno, L.; Sardà, J.; Santanach, D. (2018). El back-office de la transparencia: su puesta en marcha en Cataluña. Actas del II Congreso Internacional de la Transparencia. Madrid, septiembre 2017.

Garcia-Alsina, M (2017). Big Data. Gestión y explotación de grandes volúmenes de datos. Barcelona: Editorial UOC.

Ortoll, E.; Garcia-Alsina, M. (2017). Networks of scientific collaboration in competitive intelligence studies. En: 13th. Theory, Information and organization of knowledge. Meeting of the German ISKO (International Society for Knowledge Organization) as a pre-conference to the ISI (International Symposium on Information Science). Potsdam, 19-20 marzo 2013.

Garcia-Alsina, M; Cobarsí-Morales, J; Ortoll, E (2016). Competitive intelligence theoretical framework and practices: The case of Spanish universities. *Aslib Journal of Information Management*, 68(1): 57-75.

Garcia-Alsina, M. (2015). El sector infomediari en alça: algunes reflexions. *COMeIN Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC i Publicacions a Internet (Àrea de Comunicació)*, nº 41. ISSN: 2014-2226.

Garcia-Alsina, M; Ortoll, E.; Cobarsi-Morales, J.; Garcia Romero, R.; Díaz Ballesteros, J.L.; Cassab Martinez, P.M.; Hoyos Nuñez, K.R. (2015). Knowledge maps and knowledge management for territorial innovation in Montería (Colombia). En: 14e conférence internationale annuelle d'intelligence territoriale "Le développement durable des territoires vulnérables". Ouarzazate (Maroc) 21-24 octobre 2015.

Wartena, C.; Garcia-Alsina, M. (2015). Keyword Extraction from Company Websites for the Development of Regional Knowledge Maps. Fred, A., Dietz, J.L.G., Liu, K., Filipe, J. (Eds.) (2015). *Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management*. 5th

International Joint Conference, IC3K 2013, Vilamoura, Portugal, September 19-22, 2013. Revised Selected Papers. Series: Communications in Computer and Information Science, Vol. 454, 9. 96-111. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
Garcia-Alsina, M.; Wartena, C.; Lieberam-Schmidt, S. (2015). Challenges to Construct Regional Knowledge Maps for Territories' Sustainable Development. Fred, A., Dietz, J.L.G., Liu, K., Filipe, J. (Eds.) (2015). Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management. 5th International Joint Conference, IC3K 2013, Vilamoura, Portugal, September 19-22, 2013. Revised Selected Papers. Series: Communications in Computer and Information Science, Vol. 454, p. 387-399. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.

Ortoll, Eva; Garcia-Alsina, Montserrat; Canals, Agustí (2015). Gestionar informació en una situació d'emergència. Estudi del cas dels Focs de l'Alt Empordà a Catalunya. BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació., junio, núm. 34 <<http://bid.ub.edu/34/ortoll.htm>>

Garcia-Alsina, Montserrat; Gómez Vargas, Maricela (2015). Prácticas de gestión del conocimiento en los grupos de investigación: estudio de un caso. Revista Interamericana de Bibliotecología 38(1), pág. 13-25.

Garcia-Alsina, M. (2014). Open government, open data, big data i transparència: la informació com a nexa d'unió. COMeIN Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC i Publicacions a Internet (Àrea de Comunicació), nº 39. ISSN: 2014-2226.

Ortoll, Eva; Canals, Agustí; Garcia-Alsina, Montserrat; Cobarsí, Josep (2014). Principales parámetros para el estudio de la colaboración científica en big science. Revista Española de Documentación Científica 37(4).

Garcia-Alsina, M; Ortoll, E.; Cobarsí-Morales, J. (2013). Enabler and inhibitor factors influencing competitive intelligence practices. Aslib Proceedings, vol. 65, nº 3, p. 262-288.

Garcia Alsina, M.; Ortoll Espinet, E. (2012). La inteligencia competitiva: evolución histórica y fundamentos teóricos: Gijón: Trea. (en prensa).

Garcia Alsina, M. (2012). Contribución de la serie de normas ISO 30300 a la gestión de la documentación judicial. Ibersid, 6, p. 137-145.

Garcia Alsina, M.; Ortoll Espinet, E. (2012). Inteligencia competitiva: corpus teórico y prácticas. Ibersid, 6, p. 79-90.

Garcia-Alsina, M; Ortoll, E.; López-Borrull, A. (2011). Aplicaciones emergentes de inteligencia competitiva en las universidades. Profesional de la Información, v. 20, nº 5, p. 503- 509.

López-Borrull, A.; Ortoll Espinet, Eva; Garcia Alsina, Montserrat; Cobarsí Morales, Josep (2011). Inteligencia competitiva como herramienta de adaptación de las universidades, y de la información y la documentación en el EEES y el nuevo mercado laboral. Item, núm. 53, pág. 31- 41.

Ortoll Espinet, Eva; LópezBorrull, A.; Canals, Agustí; Garcia-Alsina, Montserrat; Cobarsí-Morales, Josep (2010). El papel del capital social en la inteligencia competitiva. Revista General de Información y Documentación, vol. 20, p. 313- 324.

Ortoll, E.; Garcia, M. (2008). La inteligencia competitiva. Barcelona: Editorial UOC, Colección VII Saber, 2008.

En ámbito de la experiencia docente se enumeran a continuación diversas asignaturas de grado y máster. Más de 10 años de experiencia docente.

Análisis y diseño de sistemas de gestión documental (Posgrado), Herramientas tecnológicas de gestión documental (Posgrado), Análisis documental I (Grado), Fundamentos de análisis documental (Grado), Fundamentos de lenguajes documentales (Grado) , Gestión documental (Grado), Gestión integral de archivos (Grado), Lenguajes documentales I (Grado), Big Data y social Media (Master), prácticas (Master).

Tabla resumen CV

Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Laura Lamolla	Doctora	2 Tramos docentes	Profesora	Completa	Organización de empresas Producción científica basada en el análisis de la emprendeduría	Iniciativa emprendedora (6 ECTS)

Tabla resumen CV

Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Ferran Lalueza Bosch	Doctor por la Universidad Pompeu Fabra (2003)	Lector AQU (2008) Dos tramos docentes reconocidos (2009; 2014) Acreditación de Investigación AQU (2016) Sexenio CNEAI y AQU (2011-2016)	Profesor agregado	Tiempo completo	Comunicación corporativa	Técnicas de relaciones públicas (6 ECTS) Comunicación de crisis y RSC (6 ECTS) Taller de proyectos de relaciones públicas (6 ECTS)

Experiencia académica y/ o profesional y/o investigadora

Director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya (2014 – 2015)
 Profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya (2005-actualidad).
 Asociado sénior en la consultora de comunicación y relaciones públicas Burson-Marsteller (Young & Rubicam / WPP, 1997-2005).
 Profesor asociado en la Universitat Autònoma de Barcelona (1998-2005), en la Universitat Pompeu Fabra (2002-05) y en la Universitat Internacional de Catalunya (2000-05).
 Consultor de la Universitat Oberta de Catalunya (1999-2005).
 Profesor ayudante de la Universitat Pompeu Fabra (1992-1998).
 Redactor/Reportero en diversos medios de comunicación (TVE, Europa Press..., 1988-92).

Proyectos financiados

Título del proyecto: Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes
 Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad
 Entidades participantes:
 Duración, desde: 2015 hasta: 2017 Cuantía de la subvención: 30.250 euros
 Investigadores responsables: Daniel Aranda Juárez y Jordi Sánchez Navarro
 Número de investigadores participantes: 11

Título del proyecto: SocialEngagement - Solución LinkedBigData para el establecimiento de modelos económicos en la Red
 Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad
 Entidades participantes: Grupo Ica- ICAIa
 Duración, desde: 2014 hasta: 2016 Cuantía de la subvención: 67.856 euros
 Investigador responsable: Pablo Lara Navarra
 Número de investigadores participantes: 10

Título del proyecto: La influencia de los think tanks en el discurso hegemónico de la prensa sobre la crisis económica

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad

Entidades participantes:

Duración, desde: 2013 hasta: 2015 Cuantía de la subvención: 11.000 euros

Investigador responsable: Jordi Xifra Triadú

Número de investigadores participantes: 6

Título del proyecto: Periodismo de investigación en la televisión: técnicas avanzadas, ética y futuro

Entidad financiadora: Comissionat per a Universitat i Recerca de la Generalitat de Catalunya

Entidades participantes:

Duración, desde: 1997 hasta: 1998 Cuantía de la subvención: 2.885 euros

Investigador responsable: Ferran Lalueza

Número de investigadores participantes: 1

Título del proyecto: Elaboración y recopilación del corpus del periodismo de investigación televisivo hecho en España

Entidad financiadora: Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya (actual Consell de l'Audiovisual de Catalunya)

Entidades participantes:

Duración, desde: 1992 hasta: 1993 Cuantía de la subvención: 1.953 euros

Investigador responsable: Ferran Lalueza

Número de investigadores participantes: 1

Principales publicaciones (últimos 5 años)

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran (coord.)

Título: *Profesionales de la información y la comunicación. Lo que hacemos y lo que haremos*

Ref. ISBN: 9788491166818 / 9788491166832

2017 Editorial UOC

Lugar de publicación: Barcelona

Autores (por orden de firma): ACED, Cristina; LALUEZA, Ferran

Título: "¿Qué contenidos publican las empresas en los medios sociales? Análisis crítico del discurso de las compañías del IBEX 35 y del Fortune 500 en blogs corporativos, Facebook y Twitter" / "What content are companies publishing on social media? Critical discours analysis of content published on blogs, Facebook and Twitter by IBEX 35 and Fortune 500 firms", en *Revista Internacional de Relaciones Públicas* Ref. ISSN 2174-3681 Revista Clave: A

Volumen: 11(6) Páginas, inicial: 135 final: 154 Fecha: 2016

Autores (por orden de firma): ESTANYOL, Elisenda; GARCIA, Elvira; LALUEZA, Ferran

Título: *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?*

Ref. ISBN: 9788491161325 Fecha: 2016

Editorial (si libro): Ed. UOC

Lugar de publicación: Barcelona

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran; GIRONA, Ramon

Título: "The impact of think tanks on mass media discourse regarding the economic crisis in Spain", en *Public Relations Review*

Ref. ISSN 0363-8111| Fecha: 2016

Autores (por orden de firma): MCKIE, David; XIFRA, Jordi; LALUEZA, Ferran

Título: "Introduction to configuring intelligences for 21C public relations", en *Public Relations Review* Ref. ISSN 0363-8111| Volumen: 42(2) Páginas, inicial: 243 final: 248 Fecha: 2016

Autores (por orden de firma): ESTANYOL, Elisenda; MONTAÑA, Mireia; LALUEZA, Ferran
Título: "Engagement is the Name of the Game: Gamification as a communication strategy in advertising and public relations", en ZILLES, Klaus; CARBONELL, Josep Maria; CUENCA, Joan (eds.). *Media business models: breaking the traditional value chain*
Ref. ISBN: 9781433131790 hb / 9781433131783 pb Fecha: 2016
Editorial: Peter Lang
Lugar de publicación: Berna

Autores (por orden de firma): ARANDA, Daniel; SÁNCHEZ-NAVARRO, Jordi; MARTÍNEZ-MARTÍNEZ, Silvia; NAVARRO, Víctor; LALUEZA, Ferran; ESTANYOL, Elisenda; MONTAÑA, Mireia; SANZ, Sandra; CLARES, Judith
Título: *El videojuego en el punto de mira. La producción científica sobre el juego digital*
Ref. ISBN: ISBN 9788460664567 Fecha: 2016
Editorial (si libro): Oberta Publishing
Lugar de publicación: Barcelona

Autores (por orden de firma): XIFRA, Jordi; LALUEZA, Ferran; MCKIE, David
Título: "Images of PR special issue and the 2013 Barcelona International PR conference", en *Public Relations Review* Ref. ISSN 0363-8111 | Volumen: 41(5) Páginas, inicial: 585 final: 588 Fecha: 2015

Autores (por orden de firma): MONTAÑA, Mireia; ESTANYOL, Elisenda; LALUEZA, Ferran
Título: "Internet y nuevos medios: estudio sobre usos y opiniones de las personas mayores en España / Our seniors' challenge to the new media: uses and opinions", en *El profesional de la Información* Ref. eISSN: 1699-2407 Volumen: 24(6) Páginas, inicial: 759 final: 765 Fecha: 2015

Autores (por orden de firma): ESTANYOL, Elisenda; LALUEZA, Ferran
Título: "¿Tamaño o flexibilidad? Estructura organizativa de las consultoras de relaciones públicas en España", en *Sphera Publica* Ref. ISSN: 1576-4192 Páginas, inicial: 135 final: 16 Fecha: Junio 2014

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran
Título: "Responsabilidad social corporativa: las relaciones públicas profilácticas", en *Comunicación corporativa. Claves y escenarios*
Ref. ISBN: 9788490643662 Fecha: Enero 2014
Editorial: Editorial UOC
Lugar de publicación: Barcelona

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran; CREUS, Amalia
Título: "Más allá de la simulación: Prácticas profesionales en entornos virtuales de aprendizaje", en *Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior*
Ref. ISBN: 978-84-15965-94-7 Depósito legal: M-1610-2014 0 Revista X Libro
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 93 final: 112 Fecha: 2014
Editorial (si libro): Visión Libros
Lugar de publicación: Madrid

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran; ESTANYOL, Elisenda; MONTAÑA, Mireia
Título: "Guerra de versiones. Discurso mediático versus discurso institucional en el caso Madrid Arena", en *Espacios de comunicación*
Ref. ISBN: 978-84-695-9434-6 | Depósito legal: 0 Revista X Libro
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 214 final: 225 Fecha: Enero 2014
Editorial (si libro): AE-IC
Lugar de publicación: Bilbao

Autores (por orden de firma): ESTANYOL, Elisenda; MONTAÑA, Mireia; LALUEZA, Ferran
Título: "La gamification como apuesta comunicativa. El caso Volkswagen", en *Espacios de*

comunicación Ref. ISBN: 978-84-695-9434-6 | Depósito legal: 0 Revista X Libro
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 283 final: 291 Fecha: Enero 2014
Editorial (si libro): AE-IC
Lugar de publicación: Bilbao

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran; CREUS, Amalia
Título: “Prácticas reales en entornos no presenciales: La agencia virtual de comunicación como herramienta de aprendizaje profesionalizador”, en *Historia y Comunicación Social*
Ref. ISSN 1137-0734 ISSN-e 1988-3056 X Revista0 Libro
Clave: A Volumen: 18 Páginas, inicial: 199 final: 211 Fecha: Diciembre 2013
Lugar de publicación: Madrid

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran; COLLELL, María Rosa
Título: “Globalization or Americanization of Spanish Higher Education? A comparative case study of required skills in the Higher Education systems of the United States and Spain”, en *Razón y Palabra* Ref. ISSN 1605-4806 | Depósito legal: X Revista 0Libro
Clave: A Volumen: 85 Páginas, inicial: final: Fecha: Diciembre 2013 - Marzo 2014
Lugar de publicación: México

Autores (por orden de firma): ESTANYOL, Elisenda; MONTAÑA, Mireia; LALUEZA, Ferran
Título: “Comunicar jugando. 'Gamification' en publicidad y relaciones públicas”, en *Breaking the Media Value Chain* Ref. ISBN: 978-84-936959-9-6 | Depósito legal: B. 14.227-2013 0
Revista X Libro Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 109 final: 118
Fecha: Junio 2013 Editorial (si libro): Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna - Universitat Ramon Llull
Lugar de publicación: Barcelona

Autores (por orden de firma): LALUEZA, Ferran; ESTANYOL, Elisenda; MONTAÑA, Mireia
Título: “Madrid Arena, anatomía de una tragedia. Estudio de caso de comunicación de crisis”, en *Breaking the Media Value Chain* Ref. ISBN: 978-84-936959-9-6 | Depósito legal: B. 14.227-2013 0
Revista X Libro Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 463 final: 470
Fecha: Junio 2013 Editorial (si libro): Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna - Universitat Ramon Llull
Lugar de publicación: Barcelona

Autores (por orden de firma): ORDEIX, Enric; LALUEZA, Ferran
Título: “¿Quién consiguió más liderazgo de opinión en la consagración de la Sagrada Familia, el Papa o el Templo?” / “Who got more opinion leadership during the consecration of La Sagrada Família, the Pope or the Temple?”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*
Ref. ISSN: 1134-1629 | ISSN-e: 1988-2696 X Revista 0 Libro
Clave: A Volumen: 19 Páginas, inicial: 351 final: 359 Fecha: Marzo 2013
Lugar de publicación: Madrid

Tabla resumen CV						
Profesora	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Pablo Lara	Doctor-Universidad Pompeu Fabra. 2009	Dos sexenios de investigación por AQU:	Profesor Agregado	Completa	Información y documentación	Comunicación y contenidos en social media (6 ECTS)

<p>Master Sociedad de la Información-UOC. 2004</p> <p>Licenciado en Documentación – Universidad de Granada. 1998</p> <p>Diplomado en Biblioteconomía- Universidad de Granada. 2001</p>	<p>2002/2007 y 2008/201</p> <p>Dos tramos Docencia UOC 2001/02-2005/06 y 2006/07-2010/11</p>				<p>Innovación</p>
<p>Experiencia académica, profesional e investigadora</p> <p>Profesor Agregado de la Universitat Oberta de Catalunya desde 2001. Director Académico de Máster de Tecnologías Accesibles para los servicios de la Sociedad de la Información de la UOC, proyecto desarrollado en colaboración con Technosite (2007-2010). Adjunto al Vicerrectorado de Innovación e Investigación de la UOC – (2007- 2011).</p> <p>Proyectos</p> <p>SocialEngament. Plataforma para la valorización de modelos económicos sobre conocimiento experto en BIGDATA y redes sociales. Ministerio de Economía y Competitividad. RTC-2014-2178. Investigador responsable: Pablo Lara.</p> <p>Audiencias Activas y Periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad de la información periodísticas. Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional I+D+I CSO2012-39518-C04-02. Investigador principal: Lluís Codina.</p> <p>Open Data Science. Centro de recursos para la preservación y gestión de datos abiertos de investigación. Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional I+D+I CSO2012-39632-C02-02. Investigadora Principal: M^a Fernanda Peset.</p> <p>ExperienciART: Plataforma socio-tecnológica para enriquecer la visita a los museos a través de realidad aumentada y gamification. Ministerio de Economía y Competitividad SIPT1200C0005594XV0. Investigador responsable: Pablo Lara.</p> <p>REUSETic: Serious Game para mejorar la percepción social de la reutilización en el ámbito del agua. Ministerio de Economía y Competitividad IP-2012-0592-310000. Investigador responsable UOC: Pablo Lara.</p> <p>GreenIDI: Green Open Innovation. Ministerio de Ciencia e Innovación IP-310000-2010-39. Investigador responsable UOC: Pablo Lara.</p> <p>Lost in la Mancha: juego inmersivo formativo online para el aprendizaje del español como lengua extranjera. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio TSI-070100-2009-63. Investigador responsable: Pablo Lara.</p> <p>Publicaciones (recientes)</p> <p>Sanz, S.; Martínez-Martínez, S., Lara, P. (2015) “Las smart mobs como generadores de big data: la inteligencia colectiva al servicio de la innovación social”. BiD: textos</p>					

universitaris de biblioteconomia i documentació, 34 (junio) DOI:
<http://dx.doi.org/10.1344/BiD2015.34.9>

Lara-Navarra, P.; Serradell, E.; Maniega, D.(2014) “App, movilidad de contenidos para la extensión de servicios de información”.

Martínez-Martínez,S.; Lara-Navarra, P. (2014). “El big data transforma la interpretación de los medios sociales” El Profesional de la Información, 23(6), pp.575-581.

Lara, P.; Serradell, E.; Maniega, D. (2013). “Evolución de los repositorios documentales. El caso SocialNet”. El Profesional de la Información, 22(5), pp. 432-439.

López-Ruiz, J.; Lara, P.; Serradell, E.; Martínez-Aceituno, J.A. (2013) “Localization guided system of training solutions and learning itineraries based on competences adapted to user’s needs: the UOC elearning GPS”. Squeira, S.W.M. (Ed.) Governance, Communication and Innovation in Knowledge intens Society, pp.251-259. Hershey: IGI Global.

Serradell, E.; Lara, P.; Casado, C. (2012) “Higher education scenario from a cross-cultural perspective: eLearning implications”. Journal International of Distance Education Technologies, 10(4), pp.44-55.

Maniega, D.; Yáñez, p.; Lara, P. (2011). “Uso de un videojuego inmersivo 3D para el aprendizaje del español: el caso de ‘Lost in La Mancha’”. ICONO 14. Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 9(2) DOI: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v9i2.50>

Lara, P.; Maniega, D. (2011). “Conocimiento en la nube: evolución de las intranets”. El Profesional de la Información, 20(2), pp.175-182.

Tabla resumen CV

Profesora	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
López-Borrull, Alexandre	Doctor en Química (UAB) Licenciado en Documentación (UOC)	Acreditación de Investigación (AQU, 2014) 2 Sexenio de Investigación (AQU, 2004-20017) Docencia AQU-UOC (2013)	Profesor Agregado	Completa	Información y Documentación	Comunicación política e institucional (6 ECTS) Lobbismo y grupos de influencia (6 ECTS)
Experiencia académica y/ o profesional y/o investigadora:						
Experiencia académica y/o profesional:						
Profesor Agregado, Universitat Oberta de Catalunya (2007-).						

Profesor Asociado. Universitat Autònoma de Barcelona (2007-2010).
 Profesor Ayudante Doctor, Universitat Autònoma de Barcelona (2003-2007).
 Profesor Asociado, Universitat Autònoma de Barcelona (1997-2003)-
 Responsable de diversas asignaturas del Grado en Información y Documentación, entre las que se encuentra el Trabajo Final del Grado.

Experiencia investigadora:

Integrante del grupo de investigación Knowledge and Information Management in Organizations (KIMO) de la UOC.

Publicaciones (recientes)

Ollé Castellà, C., López-Borrull, A.; Abadal, E. (2016) "The challenges facing library and information science journals: editors' opinions". *Learned Publishing*, 29,(2), pp. 89-94.

García-García, A.; López-Borrull,A.; Peset, F. (2015). "Data journals: eclosión de nuevas revistas especializadas en datos". *El profesional de la Información*, 24 (6), pp. 845-854. DOI: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.nov.17>

López-Borrull, A. (2012). "Física vs Química: dos modelos de publicación científica". *El Profesional de la Información*. 21(2), pp. 167-172. DOI:<http://hdl.handle.net/10760/18736>

García, M.; Ortoll, E.; López-Borrull, A. (2011). "Aplicaciones emergentes de la Inteligencia Competitiva en las universidades". *El Profesional de la Información*. 20(5), pp. 503-509. DOI:<http://hdl.handle.net/10760/16149>

López-Borrull, A.; Oppenheim, C. (2004). "Legal aspects of the web". *Annual Review of Information Science and Technology*, 38, pp. 483-548.

Sola, J.; López-Borrull, A.; Coxall, R.; Clegg, W. (2004). "Hydrogen-Bonded Network and Layered Supramolecular Structures Assembled from ClO₄Counterions with Unprecedented Monomeric [AgL₂] and Chain Polymeric [AgL₂]_nComplex Cations (L = Thioamide or Thiourea-Like Ligands)". *European Journal of Inorganic Chemistry*, 24, pp. 4871-4881.

Tabla resumen CV						
Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Antoni Marín Amatller	Licenciado en ciencias de la educación (UAB) Postgrado en sistemas interactivos (UPC) Máster y Doctorado en sociedad de la Información y la Comunicación (UOC)	2 tramos docentes	Profesor	Completa	Fotografía, video y composición digital Animación	Animación (6 ECTS)

Experiencia académica, profesional e investigadora

Profesor del Grado de Multimedia de la UOC desde el 2000, donde coordina el área de vídeo y fotografía digital. Anteriormente ha trabajado en el Canal 33 como guionista y realizador en programas de televisión educativa. Ha trabajado también como formador en audiovisuales como especialista del Departament d'Ensenyament de la Generalitat. En fotografía ha hecho diversas exposiciones (Octubre Centre de Cultura Contemporània de València, Visa Off de Perpinyà y otras).

Tabla resumen CV

Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Silvia Martínez-Martínez	Doctora, con mención europea, en comunicación por la Universidad CEU Cardenal Herrera (2011) Licenciada en Ciencias de la Información-Periodismo (2004) por la Universidad CEU Cardenal Herrera	Lector AQU (2015) Tramo de investigación (sexenio) reconocido por la AQU (2015)	Profesora	Completa	Comunicación digital, interactividad y participación de la audiencia, social media, plataformas de distribución, periodismo, prensa especializada, medios locales	Régimen jurídico de la comunicación (6 ECTS) Ejercicio de la profesión periodística (6 ECTS)

Licenciada en Ciencias de la Información (Periodismo) y Doctora europea en Comunicación por la Universidad CEU Cardenal Herrera, Silvia Martínez-Martínez es una apasionada del estudio, el análisis y la docencia y ha recibido diferentes galardones como reconocimiento de su trayectoria académica e investigadora. Ha estado vinculada profesionalmente al mundo universitario desde 2005 y es profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC desde 2011, donde ha ejercido la dirección académica en programas de posgrado de Social media, Periodismo y Comunicación digital. Asimismo, ha sido profesora responsable de asignaturas impartidas, entre otros, en el Grado de Comunicación, el Grado de Información y Documentación, la Licenciatura de Comunicación Audiovisual, el Máster de Social Media Management, el Máster de Periodismo y Dirección de Proyectos de Comunicación Digital UOC-El Periódico-Lavinia, la Especialización en Comunicación Digital para la Transformación Social UOC-Setem y el Máster de Entretenimiento TV3-UOC.

Ha participado en diferentes proyectos de investigación con financiación tanto pública como privada, y, actualmente, es miembro del Grupo de Investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento (GAME), colabora con el Observatorio de investigación en medios digitales (OIMED) y participa en una Red temática de Excelencia, reconocida por convocatoria pública del Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2016-81882-REDT), para el estudio del "periodismo inclusivo". Sus líneas de investigación se centran en las nuevas posibilidades y retos comunicativos, el contenido generado por el usuario (UGC), el intercambio y la distribución de información de actualidad, los medios digitales y las plataformas emergentes. Ha sido codirectora de la revista científica Análisis. Cuadernos de Comunicación y Cultura, y

es participante habitual en encuentros de expertos y congresos nacionales e internacionales como por ejemplo, los organizados por IAMCR, ECREA o SEP, entre otros.

Artículos recientes

Martínez-Martínez, S. (2015). "La comunidad de los diarios digitales españoles en Twitter: análisis de la distribución y del perfil de la red de contactos". *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 52, pp. 17-31.

Martínez-Martínez, S. (2015). "La información sobre videojuegos como ámbito de especialización periodística". *Comunicación. Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 32(2), 99-114.

Sanz-Martos, S.; Martínez-Martínez, S.; Lara-Navarra, P. (2015). "Las smart mobs como generadoras de big data: la inteligencia colectiva al servicio de la innovación social". *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 34 (junio)

Martínez-Martínez, S.; Lara-Navarra, P. (2014). "El big data transforma la interpretación de los medios sociales". *El Profesional de la información*, 23(6), pp.575-581.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; Martínez-Martínez, S. (2014). "WIP Spain2013: Las culturas de Internet. Estudio comparado sobre usos, percepciones y actitudes". *IN3 Working Papers Series*, 2014. Barcelona: UOC-IN3.

Martínez-Martínez, S. (2013). "Estrategias convergentes: Estudio de las tendencias en la incorporación de recursos interactivos y de distribución en los principales grupos de comunicación en España (2006-2008)". *Doxa Comunicación*, 17 pp. 163-188.

Pastor, Ll.; Martínez-Martínez, S. (2013) "La retórica al servicio del usuario: estudio de los comentarios de los lectores en las noticias de portada de EIPaís.com, Abc.es y LaVanguardia.es" *El Profesional de la Información*, 22(2), pp. 113-121.

Capítulos de libro recientes

Martínez-Martínez, S.; Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D. (2016). "The media ecosystem of young people: Uses, consumption and perceptions of the media for information, entertainment and sociability". Sánchez-Navarro, J. Aranda, D.(Coords.). *Ludoliteracy: The Unfinished Business of Media Literacy*, pp. 17-29. Barcelona. Editorial UOC

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Martínez-Martínez, S.; Whitton, N. (2016). "Defining Ludoliteracy". Sánchez-Navarro, J. Aranda, D. (Coords.). *Ludoliteracy: The Unfinished Business of Media Literacy*, pp. 75-94. Barcelona. Editorial UOC

Aranda, D.; Sánchez Navarro, J. Martínez-Martínez, S. (Coords.)(2016). *El videojuego en el punto de mira. La producción científica sobre el juego digital*. Barcelona: Editorial UOC.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J. Martínez-Martínez, S. (2015). *Ludoliteracy. Informe sobre la alfabetización mediática en el juego digital. Experiencias en Europa*. Barcelona: Editorial UOC.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Martínez-Martínez, S. (2015). "Digital Play and the Internet as ludic ecosystems. The hierarchy of media for entertainment and emergent literacies". Eleá, I. (Ed.) *Agents and voices. A Panorama of media Education in Brazil, Portugal and Spain*, pp.189-221. Nordicom, University of Gothenburg.

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Aleksandra Malicka	Doctorado en Lingüística Aplicada		Profesor	Completa	Adquisición de lenguas, TEFL	Inglés B2.2 (6 ECTS)
<p>Experiencia académica y profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> Profesora inglés en la Universitat Oberta de Catalunya Profesora inglés Escola Universitària de Turisme Euroaula Universidad de Girona Profesora de inglés en Escuela Universitaria de Turismo CETA (Universitat de Girona) Profesora de inglés en la universitat Abad Oliva <p>Experiencia investigadora:</p> <ul style="list-style-type: none"> Investigadora post-doctoral en la Universitat Oberta de Catalunya (Project title: Language learning in a fully online setting: a framework for the use of mode, modality and task type) Asistente de investigación por la UB (Department of English and German Studies. AGAUR pre-doctoral grant (Beca de formación para investigadores noveles). 						

Tabla resumen CV						
Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Sandra Martorell Fernández	Doctorado en industrias culturales y de la comunicación (Universitat Politècnica de València) Licenciatura en Comunicación Audiovisual (Universitat Politècnica de València) Màster en producción artística (Universitat Politècnica de València)		Profesora	Completa	Estudios fílmicos Redes sociales académicas Pensamiento y cultura visual Comunicación persuasiva	Introducción a la publicidad (6 ECTS) Sistemas y procesos de la publicidad (6 ECTS) Taller de fotografía (6 ECTS) Taller de redacción publicitaria (6 ECTS)

	Estudios Superiores de arte y diseño especializados en Fotografía Artística (Escola Superior d'Art i Disseny Serra i Abella (L'Hospitalet. Barcelona)					
--	---	--	--	--	--	--

Sandra Martorell es licenciada en comunicación audiovisual, técnica superior en fotografía artística, máster en producción artística y doctora en industrias culturales y de la comunicación. Su carrera ha estado vinculada al mundo del audiovisual desde diferentes puestos y roles, lo cual le da una amplia visión del medio. Su tesis aborda la redes sociales especializadas y la relación de éstas con el progreso y la transmisión de los estudios fílmicos en la era de Internet. Bajo este pretexto ha publicado artículos y capítulos de libros en los que plantea propuestas de una red para expertos en el ámbito cinematográfico con el fin de crear una comunidad de teóricos y profesionales que trabajen conjuntamente. A esto se le suma la creación de un repositorio especializado en estudios fílmicos que cuenta con más de 2.5000 artículos sobre lenguaje y estética del cine de la mano de la Universidad Politécnica de Valencia e instituciones como Filmoteca de CulturArts IVAC, la Filmoteca de Catalunya o Donostia Kultura. Como docente ha impartido clases de reportaje y de nuevos formatos en la Universidad Internacional de Cataluña en la que se elaboraban proyectos de creación audiovisual con dispositivos diversos. En la Universitat Oberta de Catalunya imparte el Taller de Videocreación y el Taller de fotografía, en la que trabajan desde la iluminación hasta las instalaciones audiovisuales.

Experiencia profesional

- Profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universitat Oberta de Catalunya (2017).
- Profesora de los Estudios de Comunicación audiovisual y Periodismo, Universidad Internacional de Cataluña (2016-2017).
- Desarrollo e implementación e implementación de un repositorio especializado en estudios fílmicos, Universitat Politècnica de València (2012-2014).
- Diseño y contenidos de web especializada en estudios Fílmicos, Universitat Politècnica de València (2014).
- Residencia de investigación y creación artística JCE Contemporary Art, Mairie de Montrouge (París) (2012).
- Co-realizadora de las cápsulas documentales Càpsules contra l'oblit, financiado por la Universitat Politècnica de Valencia (2016).
- Jefa de producción en la videodanza Tres Llums, de Jonathan Bellés (2012).
- Foto fija en el cortometraje La Ropavejera, de Nacho Ruipérez (2014).
- Cartel del largometraje Mary's Land, de Juan Manuel Cotelo (2013).
- Asistente de producción del cortometraje La victoria de Úrsula, de Nacho Ruipérez (2011)
- Script en el Cortometraje La -mal tratada- historia de Maria, de nacho Ruipérez (2007).
- Redactora reportera para informativos y presentadora puntual de programas, Radiotelevisió Valenciana (2010-2012).
- Realizadora de audiovisuales corporativos, Viviendo del Cuento (2014-2017).
- Realizadora de audiovisuales institucionales, Generalitat Valenciana (2009).

Realizadora de audiovisuales educativos, Àrea de Tecnologies de l'Aprenentatge del Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya (2007-2009).
Ayudante de realización, Televisión Española (2006).
Periodista informativos, Barcelona Televisión (2004).
Realizadora y operadora de cámara, Sueca Televisió (2002-2004).

Exposiciones de arte internacionales

- Francia: Médiathèque et La Fabrique, Montrouge. (2010-2012)
- Lituania: Klaipeda Exhibition Hall, Klaipeda. (2010-2012)
- Alemania: Kunsthaus Hamburg, Hamburg. (2010-2012)
- Eslovaquia: GMB, Bratislava. (2010-2012)
- Hungría: Pécs Art Gallery, Pécs. (2010-2012)
- Austria: Galerie im Traklhaus, Salzburg. (2010-2012)
- Portugal: Museu Amadeo Souza Cardoso, Amarante. (2010-2012)
- Costa Rica: Galería Nacional de arte Contemporáneo (FIA 2012).

Exposiciones de arte nacionales

- Biennial Olot Fotografia 2008, 2010 and 2014 (Olot).
- Espai Jove Sueca 2010 and 2011 (Sueca, Valencia).
- Biennale Jeune Création Européenne d'art contemporain 2011.
- La cova de les Cultures (Barcelona).
- Basaltades 2011 Jornades de Fotografia Contemporània, Castellfollit de la Roca
- Ciutat Vella Oberta 2013 (Valencia).
- Octubre de les dones. SGAE 2013 (Valencia).
- Arte Fresco 2014, en Galeria El Fresco (Sevilla).
- Minicadros. Museo del Calzado 2014 y 2017 (Elda).
- Església Vella de Castellfollit de la Roca 2014 (Girona).
- Intramurs 2017 (Valencia).

Experiencia investigadora:

Proyectos

Estudio y análisis para el desarrollo de una red de conocimiento sobre estudios fílmicos a través de plataformas web 2.0. (2011-2014). Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Nacional I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad HAR2010-18648. Investigador principal: Fernando Canet.

Publicaciones

Revistas:

Martorell, S. (2016). "Las redes sociales como medio de promoción de la práctica artística". *Opción*, 8, pp 225-243.
Martorell, S.; Valero M.A. (2015). Las TT.II.CC en la enseñanza universitaria. La UPV como caso de estudio, vol. 31, pp. 666-685.
Martorell, S. (2014). "Recursos de calidad en Internet para calcular el índice h". *Historia y Comunicación Social*, vol. 19, pp. 615-627.
Martorell, S.; Canet, F.; Codina L. (2014). "Canalizar Audiencias académicas: propuesta de una red social para investigadores en estudios fílmicos". *Hipertext.net*, 12.
Martorell, S.; Canet F. (2013). "Investigar desde Internet: las redes sociales como abertura al cambio". *Historia y Comunicación Social*, vol. 18, pp. 663-675.

Martorell, S.; Canet, F. (2013). "The Global Crisis and Academic Communication: The Challenge of Social Networks in Research". *Journal of Communication and Computer*, vol 10, pp. 1031-1041.

Martorell, S.; Canet, F. (2013). "Shared Secrets: Web 2.0 and Research in Social Sciences". *Essaches. Journal for Communication Studies*, vol. 6, pp. 45-64.

Martorell, S.; Canet F. (2012). "Las redes de conocimiento: una nueva forma de comunicación académica". *Revista Brasileira de Políticas de Comunicação*, vol. 4, pp. 69-87.

Capítulos de libro:

Martorell, S. (2014). "The Art Director as Architect: The Reconstruction of Deconstructed Memories". Wheeler, D (editor). (Re) Viewing Creative, Critical and Commercial Practices in Contemporary Spanish Cinema, pp. 419-429. Chicago: Intellect LTD.

Martorell, S.; Canet, F.; Codina, L. (2014). "La creación de un repositorio como almacén de nuevos contenidos". Requeijo, P.; Gaona, C. (coord.). *Contenidos innovadores en la universidad actual*, pp. 475-486. Madrid: McGraw-Hill.

Martorell, S.; Canet, F.; Codina, L. (2014). "Cómo plantear una red social para investigadores en internet. Pautas de trabajo a partir de una red sobre estudios fílmicos". Fernández Paradas, A.R. (coord.). *Interactividad y redes sociales*, pp- 379-396. Madrid: Visión Libros.

Martorell, S.; Canet, F.; Codina, L. (2014). "How to create a social network for researchers on the Internet. Working guidelines from a network on film studies". Fernández Paradas, A.R. (coord.). *Interactivity and social networks. Palm Beach: Journal of alternative perspectives of social sciences*.

Martorell, S.; Canet, F.; Codina, L. (2014). "Como criar uma rede social para pesquisadores na internet. Diretrizes de trabalho de uma rede em estudos cinematográficos". Fernández Paradas, A.R. (coord.). *Conteúdos universitários de vanguardia: Interatividade e Redes sociais*. Oporto: Media XXI.

Martorell, S.; Canet, F.; Codina, L. (2014). "Las redes sociales como plataformas de difusión científica: caracterización y análisis de cinco redes académicas". *Tecnología y narrativa audiovisual*, pp. 285-302. Madrid: Fragua.

Martorell, S.; Canet, F. (2014). "Redes sociales académicas para investigadores en internet". *Trabajos de investigación de vanguardia*, pp. 365-385. Madrid: Visión Libros.

Martorell, S.; Canet, F. (2013). "Evaluando a los investigadores. Usos y controversias del índice H". Caldevill D. (coord.). *Parámetros actuales de evaluación para la comunicación persuasiva*, pp. 255-275. Madrid: Visión Libros.

Martorell, S.; Canet, F. (2013). "Rompiendo barreras: Investigar en colectivo desde la red". *Libro de actas XIII Congreso Internacional Ibercom*, pp. 1530-1543. Santiago de Compostela: ibros. ASSIBERCOM / AGACOM

Profesor/a	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Julià Minguillón	Doctor Ingeniero en Informática	Acreditación Profesor Universidad privada 2 tramos de docencia reconocidos (DOCENTIA) 2 sexenios de investigación reconocidos (AQU)	Agregado	Completa	Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial	Infografía y visualización (6 ECTS)

Experiencia académica y/ o profesional y/o investigadora:
Desde 2001, Profesor Agregado Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Miembro del grupo de investigación LAIKA (Learning Analytics for Innovation and Knowledge Application in Higher Education, <http://oer.uoc.edu/LAIKA/introduction/>). Entre 1995- 2001, Profesor/a ayudante Universitat Autònoma de Barcelona.

Tabla resumen CV

Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Mireia Montaña Blasco	Doctora por la Universidad Pompeu Fabra (2012)	Dos tramos docente reconocido	Profesora	Tiempo completo	Gestión Publicitaria Comunicación corporativa	Direcció de cuentas y planificación estratégica (6 ECTS) Planificació de mitjans publicitaris (6 ECTS)

Profesora propia en la Universitat Oberta de Catalunya (2008-).
 Profesora asociada en la Universitat Pompeu Fabra (2012-2013)
 Consultora en Universitat Oberta de Catalunya (2005-2008).
 Profesora agregada en la Universitat de Vic (2003-2008).
 Directora de Trabajos Finales de Máster. Máster de Estrategia y Creatividad Digital. Universidad Autónoma de Barcelona. (2018-actualidad)
 Evaluadora de la revista *In Vestigium Ire* editada por la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja, Colombia (2019)

Miembro del Grupo de Investigación emergente (2012-2017, UPF CAS, Grup de Recerca Comunicació, Publicitat i Societat).

Miembro del Grupo de Investigación consolidado (UOC-IN3, Communication & New Media (GAME- CNM)).

2015- Miembro investigador del proyecto "MEDIACORP: Representación mediática de la imagen corporal no saludable. Desarrollo de una herramienta de prevención en niños y niñas de 5 a 8 años. Mi cuerpo me gusta". Investigadoras principales: Pilar Medina y Mónica Jiménez, UPF.

2015- Miembro investigador del proyecto "CULTURA LUDICA, COMPETENCIA DIGITAL Y APRENDIZAJES". Investigador principal: Jordi Sánchez-Navarro.

Miembro investigador del proyecto "Publicidad Televisiva de culto al cuerpo e insatisfacción corporal en la población joven", concedido por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Julio de 2006.

Publicaciones

Estanyol, E.; Montaña, M. (2018). "Jóvenes y videojuegos. Percepciones sobre su tratamiento informativo en los medios de comunicación". En Daniel Aranda, Jordi Sánchez-Navarro, Antonio José Planells (Coord.). *Game & Play. La cultura del juego digital*. Egrejus Ediciones. Colección Comunicación e Información Digital. ISBN 978-84-17270-47-6 (pp. 69-86).

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Martínez-Martínez, S. (Coord.) (2016) Víctor Navarro, Ferran Lalueza, Elisenda Estanyol, Mireia Montaña, Sandra Sanz y Judith Clares. *El videojuego en el punto de mira: La producción científica sobre el juego digital*. Oberta Publishing. ISBN: 978-84-606-6456-7.

Montaña, M., Estanyol, E., & Lalueza, F. (2015). Internet y nuevos medios: estudio sobre usos y opiniones de las personas mayores en España. *El profesional de la información*, 24(6), 759-765

Tabla resumen CV

Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Candela Ollé Castellà	Doctora por Universidad de Barcelona (2010) Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona	Lectora AQU (2011) Acreditación de Investigación AQU (2016) Dos tramos de investigación reconocido (2014 y 2018) Un tramo docente reconocido (2014)	Profesora agregada	Tiempo completo	Metodologías de investigación en ciencias sociales Políticas de acceso abierto en las universidades Sociedad de la información Estructura de la comunicación Periodismo y comunicación	Taller de periodismo transmedia (6 ECTS)

Directora del Máster Universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, directora del curso de especialización Documentalista audiovisual y Film Researcher (7 ediciones realizadas), profesora responsable de la asignatura de Documentación audiovisual del Grado de Información y Documentación, así como autora de los materiales audiovisuales de la misma asignatura con un caso práctico sobre Televisión de Cataluña (2013) y coordinadora de los últimos (2017) sobre Documentación cinematográfica, de la autora Iris Lopez de Solís.

Experiencia académica, profesional e investigadora

2001-2005 Periodista en: El Vallenc (prensa comarcal), Tarragona Ràdio, Ona Valls y Barça TV.

Miembro del grupo consolidado i-VIU Facultat Biblioteconomia i Documentació, Universitat de Barcelona

PROYECTOS:

Enero 2011 – Diciembre 2018. Investigadora contratada Facultat de Biblioteconomia i Documentació, Universitat de Barcelona, proyecto Plan Nacional CSO2011-29503-C02-01

Miembro de la red temática Maredata Proyecto CSO2015-71867-REDT (2016-2018)

Abril 2010 hasta diciembre 2010. Técnica de investigación Plan Nacional El acceso abierto a la producción científica (open access) en España: análisis de la situación actual y presentación de políticas y estrategias para promover su desarrollo

Estudio bibliométrico de la producción científica en turismo. Proyecto subvencionado por la Universidad de Barcelona. Investigador responsable: Dra. Maite Barrios. Periodo: 2006 - 2007.

La situación de la mujer en la Universidad Española: análisis de la producción científica por género (1990-2005). Programa Estudios y Análisis (Boletín Oficial del Estado, 13 de junio de 2007). Investigador responsable: Dra. Ana Villarroya. Número registro: EA2007-0194.

La productivitat científica per gènere en les Universitats públiques catalanes. Generalitat de Catalunya. AGAUR. Referencia: 2007 RDG 00005. Investigador responsable: Ana Villarroya. Periodo: 2008-2009.

El impacto de la biblioteca digital sobre la búsqueda y el consumo de información científica. Plan Nacional de I + D + I (2008-2011). Referencia: SCO2008-04762/SOCI. Investigador responsable: Dr. Ángel Borrego. Periodo 2008-2011.

ARTÍCULOS ACADÉMICOS (selección):

Abadal, Ernest; Ollé, Candela; Redondo, Silvia (2018). "Publicación de monografías en acceso abierto por editoriales universitarias españolas". *El profesional de la información*, v. 27, n. 2, pp. 300-311. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.08>

Vàzquez, Mercè & Ardanuy, Jordi & López-Borrull, Alexandre & Ollé, Candela. (2017). Scientific output in library and information science: A comparative study of the journals *Anales de Documentación* and *BiD textos universitaris en biblioteconomia i documentació*. *Journal of Librarianship and Information Science*. 096100061772919. 10.1177/0961000617729199.

Ollé Castellà, C., López-Borrull, A.; Abadal, E. (2016). "The challenges facing library and information science journals: editors' opinions". *Learned Publishing*. (<http://dx.doi.org/10.1002/leap.1016>)

Abadal, E.; Ollé, C.; Abad-García, F. and Melero, R. (2013). Políticas de acceso abierto a la ciencia en las universidades españolas. *Revista española de documentación científica*, 36, 2.

Barrios, Villarroya, Borrego, Ollé (2011). Response Rates and Data Quality in Web and Mail Surveys Administered to PhD Holders, Volume 29 Issue 2 May 2011 pp. 208 - 220.

Barrios, M.; Villarroya, A.; Borrego, A. and Ollé, C. (2010). Response Rates and Data Quality in Web and Mail Surveys Administered to PhD Holders. *Social Science Computer Review*, 29 (2), 208-220.

Ollé, C.; Borrego, Á. (2010). A qualitative study of the impact of electronic journals on scholarly information behaviour. *Library & Information Science Research*, 32:221-228.

Ollé, C.; Borrego, Á. (2010). Librarians' perceptions on the use of electronic resources at Catalan academic libraries: results of a focus group. *New library world*, vol 111, nº ½

Borrego, Á.; Barrios, M.; Villarroya, A.; Ollé, C. (2010). Scientific output and impact of postdoctoral scientists: a gender perspective. *Scientometrics*, vol 83, nº 1.

Nicholas, D.; Rowlands, I.; Jamali, H.R.; Clark, D.; Huntington, P.; Ollé, C. (2008). UK scholarly e-book usage: a landmark survey. *Aslib proceedings*, vol 60, nº 4, p.311-334.

Tabla resumen CV

Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Ortoll Espinet, Eva	Doctora por la Universidad de Zaragoza (2003)	Agregado AQU(2013) Un tramo de investigación AQU (2011)	Agregada 2	Tiempo completo	Ciencias de la información y documentación	Empresa y marketing (6 ECTS)

Directora de la licenciatura en Documentación de la UOC (6 años); Directora Adjunta del Instituto de Investigación de la UOC (IN3; durante 1 año); Miembro del grupo de investigación KIMO (Knowledge and Information Management in Organizations) de la UOC.

PUBLICACIONES (selección)

Canals, A; Ortoll, E, Nordberg, M. (2017) Collaboration networks in big science: The ATLAS experiment at CERN. *El profesional de la información (EPI)* 26 (5), 961-971

Ortoll, E; García M. (2017) Networks of Scientific Collaboration in Competitive Intelligence studies. *Theorie, Semantic und Organization von Wissen*, : 423-436

Cobarsí, J; Canals, A; Ortoll, E. (2016) Concept of infonomis: an up to date discussion. *El profesional de la información (EPI)* 25 (2): 255-261

García A, Cobarsi, J, Ortoll, E (2016). Competitive intelligence theoretical framework and practices: The case of Spanish Universities. *Aslib Journal of Information Management*, 68 (1): 57-75

Gómez, M; Ortoll, E. (2016). The emotional factor in information seeking / El factor emocional en la búsqueda de información. *Ibersid: revista de sistemas de información y documentación*, 10 (1): 23-32

Ortoll E, García M; Canals, A (2015). Emergency data management. Case study of fire management in the Catalan region of Alt Empordà. *BID. Textos Universitaris en Biblioteconomia I Documentació*, 34

Ortoll, E.; Canals, A.; García, M.; Cobarsí, J: (2014). Principales parámetros para el estudio de la colaboración científica en Big Science. *Revista Española de Documentación*

Científica 37(4):

Ragsdell, G, Ortoll, E. and Norris, M. (2014) Knowledge management in the voluntary sector a focus on sharing project knowhow and expertise. KMRP: Knowledge Management Research and Practice, 12 (4): 351-361

García-Alsina, M; Ortoll, E; Cobarsí-Morales, J. (2013). Enabler and inhibitor factors influencing competitive intelligence practices. ASLIB Proceedings 63 (3):

García, M.; Ortoll, E. (2012). La inteligencia Competitiva: evolución histórica y fundamentos. Gijón: Trea

García Alsina, M; Ortoll, E; López-Borrull, A. (2011). Aplicaciones emergentes de la inteligencia competitiva en las universidades. El Profesional de la Información, 20(5): 503-509

Lascurain, L. et al (2010). Capacidad innovadora de la Comunidad de Madrid a partir de las patentes concedidas entre 1996- 2007. Revista Española de Documentación Científica, 33 (3): 458-479

Ortoll, E. et al (2010). El papel del Capital Social en la Inteligencia Competitiva. Revista General de Información y Documentación. 20: 313-324

Proyectos

Gestió de les dades obertes: models i protocols per al govern obert i reutilització- EAPC- IP: Montserrat García Alsina, 2018

Digital Visitors and Residents: how people engage with digital technologies.OCLC- IP: Lynn Connaway 2016-2018

Flujos de información y conocimiento en Big Science: Estudio de la colaboración del experimento ATLAS en el CERN
Gobierno de España- MEC- IP: Agustí Canals Parera 2012-2015, I+D

Knowledge exchange in scientific research: a study of ATLAS networks
Gobierno de España- MEC- IP: Agustí Canals Parera- 2008-2011, I+D

Interacción Universitat-Empresa en el proceso del EEES- Gobierno de España- MEC (Estudios y Análisis). IP: Eva Ortoll
2008-2009

Diseño de una plataforma para Gestionar el Conocimiento y usar la producción científica en la Ciudad de Montería para el fortalecimiento de la Educación Superior". Financiación CODECYT (Comisión Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación) Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia. IP: Montserrat Garcia Alsina, 2012

Especialización tecnológica, investigación e innovación. Estudio basado en patentes en la Comunidad de Madrid.
Gobierno de Madrid- IP: Elías Sanz Casado 2007-2008

Managing Project Knowledge in the Voluntary Sector: a pilot study with CAMRA- British Academy- IP: Gillian Ragsdell
2010

<p>Dirección de Tesis</p> <p>Gallardo Rodríguez, S. (2015). Inteligencia Competitiva para la innovación en PYMEs: identificación de factores clave. Universitat Politècnica de Catalunya</p> <p>García Alsina, M. (2011). Contribución de la Inteligencia Competitiva en el proceso de adaptación al EEES: el caso de las universidades españolas. IN3. Universitat Oberta de Catalunya: Barcelona</p> <p>Revisor de las revistas académicas:</p> <p>Journal of Knowledge Management New Review of Academic Library ASLIB Proceedings Journal of Librarianship and Information Science El Profesional de la Información BID. Textos de Biblioteconomia i Documentació Revista Española de Documentación Científica</p> <p>Tribunales de Tesi</p> <p>(2013) “Sociedad de la Información, apropiación de las TIC y gestión del conocimiento en Colombia: la red nacional de telecentros” Universidad de Zaragoza (2012) “Xarxes Socials com a instrument analític de suport a les funcions d’Intel·ligència de les organitzacions. Estudi de cas en les direccions d’infermeria” Universitat de Barcelona (2010) “ Producción científica de los investigadores de la Universidad de Guadalajara repostada en el ISI Web of Knowledge, durante el período 1996-2005: un análisis bibliométrico desde el modelo departamental. Universidad Carlos III de Madrid (2005) “Gestión del conocimiento en la Administración Electrónica: las Tecnologías para la interoperabilidad de la información”. Universidad Carlos III de Madrid</p>

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Lluís Pastor Pérez	Doctor por la Universidad Ramon Llull (2004)	Lector AQU (2008) Tres tramos docentes reconocidos (2011)	Profesor agregado	Tiempo parcial	Periodismo y participación Entretenimiento y Comunicación Comunicación y neurociencia	Lengua y comunicación (6 ECTS) Expresión oral y escrita (6 ECTS) Técnicas de redacción periodística (6 ECTS)

<p>Director e-learnCenter (UOC)</p> <p>Director de los Estudios de Ciencias de la Información y de Comunicación (decano de la Facultad de Ciencias de la Información y la Comunicación) (2007-2013)</p> <p>Director General de Editorial UOC (2004-)</p> <p>Director de Gestión de Contenidos del Grupo UOC (2004-2007)</p> <p>Director de Desarrollo Negocio en GEC (Gestión del Conocimiento, SA)-UOC Group (2003-2004)</p> <p>Director del área de Comunidades Virtuales (proyectos de comunicación) en GEC (Gestión del Conocimiento,SA)-UOC Group (2002-2003)</p> <p>Director de contenidos en GEC (Gestión del Conocimiento, SA)-UOC Group (2001)</p> <p>Director de proyectos en GEC (Gestión del Conocimiento, SA)-UOC Group (1999-2001)</p> <p>Profesor de la Universitat Oberta de Catalunya (2007-)</p> <p>Profesor del Máster de Periodismo Cultural de la Universitat de Girona (2006-2007)</p> <p>Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad Ramón Llull (1995-)</p>

Tabla resumen CV

Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Antoni Roig Telo	<p>Ingeniero Técnico de Telecomunicaciones (Imagen y Sonido) (URL, 1992)</p> <p>Posgraduado en Dirección de proyectos audiovisuales (UPC, 1995)</p> <p>Licenciado en Comunicación audiovisual (URL, 1999)</p> <p>Doctor en Sociedad de la Información y el Conocimiento (UOC, 2008)</p>	<p>1 sexenio (AQU) (concedido en 2016)</p> <p>Acreditación Lector (AQU) (concedido en 2010)</p> <p>Acreditación investigación (AQU) (concedido en 2016)</p> <p>2 tramos docentes reconocidos (reconocidos en 2010)</p>	Profesor Agregado	Completa	Comunicación audiovisual	<p>Storytelling y recursos narrativos (6 ECTS)</p> <p>Producción y distribución multiplataforma (6 ECTS)</p> <p>Realización audiovisual (6 ECTS)</p> <p>Montaje audiovisual (6 ECTS)</p>

Director de la Licenciatura en Comunicación audiovisual desde su implantación en 2002. Fue también director académico del Posgrado de Innovación en creación de contenidos audiovisuales UOC/ Digitalent (2009 - 2012). Profesor en el grado en Comunicación y en el Máster en cine fantástico y ficción contemporánea, imparte asignaturas sobre Producción

audiovisual, Realización audiovisual, Producción multiplataforma, Conceptualización de proyectos cinematográficos, Proyectos audiovisuales (audiovisual colaborativo, webdoc) y Storytelling. Ha coordinado la producción de materiales y la selección de recursos en estas asignaturas, además de autor de manuales como Vídeo para redes sociales (2017) o Consumo y engagement audiovisual (2015).

En cuanto a su producción académica, ha co-editado los libros Comunicación audiovisual digital (2005) y Fanáticos: la cultura fan (2011). Ha sido autor de los monográficos Cine en conexión (2009), Trabajo colaborativo en la producción cultural y el entretenimiento (2009) y El despertar de las máquinas: 50 películas clave sobre tecnología (2017).

Entre sus publicaciones científicas destacamos las siguientes publicaciones indexadas: Cine en abierto: formas y estrategias de producción basadas en la participación (2013, Revista L'Atalante de estudios cinematográficos), Participatory filmmaking as media practice (2013, International Journal of Communication), The awakening: an on-going collaborative experience for peer-based filmmaking (2015, Cinema Journal Teaching Dossier, co-autoría con Talia Leibovitz), ¿Multitudes creativas? El crowdsourcing como modelo para la producción audiovisual colectiva en el ámbito cinematográfico (2017, El Profesional de la Información, co-autoría con Jordi Sánchez-Navarro y Talia Leibovitz), Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control (2017, Obra Digital), Películas de fans: ¿Una categoría incómoda? (2017, Palabra Clave) o Emerging strategies in digital film distribution: Netflix as a case study (2018, Convergence, approved, co-author, Judith Clares-Gavilan).

Destacar finalmente su participación en diversos proyectos de investigación financiados como Arte, Estética y (New) Media (2006-2009), Prácticas creativas y nuevos medios (2011-2013), Plugin Narratives (2014-2015, co-investigador principal), Future Practices (2014-2017), Selfiestories (2014-2017) o Caçadors d'Històries del futur (2017, investigador principal).

Experiencia académica, profesional e investigadora:

Profesor agregado del departamento de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Director de la licenciatura en Comunicación audiovisual de la UOC.

Ayudante de realización de informativos en TVC (Televisió de Catalunya) (1998).

Profesor de Secundaria y Bachillerato en las Escoles Pies de Sant Antoni, ámbitos de matemáticas, tecnología, dibujo técnico y ciencias experimentales. (1993-1999).

Responsable técnico sede de vela para la Rèdio Televisió Olímpica (1992).

Técnico de retransmisiones en TVC (Televisió de Catalunya) (1989-1991).

Es miembro del grupo de investigación interdisciplinaria Mediaciones, reconocido como consolidado por la Generalitat de Catalunya. Ha dirigido la tesis de Fernanda Pires de Sa sobre co-visionado conectado en televisión, defendida en Septiembre de 2017, habiendo obtenido calificación de Excelente Cum Laude y nominada al premio extraordinario de la Universidad en 2017.

Líneas de investigación

Sus líneas principales están relacionadas con las prácticas mediáticas, storytelling colaborativo, estrategias transmedia, herramientas abiertas para creación de vídeo online, crowdsourcing, producción realizada por fans, narrativas digitales y modelos emergentes de producción participativa.

Proyectos

Caçadors d'Històries del Futur (Cazadores de Historias del Futuro, 2017), proyecto financiado por el Ayuntamiento de Barcelona. Investigador Principal: Antoni Roig

SelfieStories y personal data (2014-2016) financiado por la Fundación BBVA. Investigadora Principal: Gemma San Cornelio.

Future practices: Spaces of Digital Creation and Social innovation (D-Future), financiado por MINECO (CSO2014-58196-P). Investigadora principal: Elisenda Ardèvol.

Plugin Narratives: co-creating fiction with communities, imagining futures , financiado por Communities and Culture Network del Reino Unido (2014-2015). Investigador Principal: Kate Howland (University of Sussex), profesor responsable UOC: Antoni Roig.

Prácticas creativas y nuevos medios (2011-2013), financiado por el MICINN (HAR2010-18982). Investigadora principal: Gemma San Cornelio.

Arte, Estética y New Media (2006-2009) financiado por el MYCT. Investigadora principal: Gemma San Cornelio.

Publicaciones (recientes)

Roig, Antoni (2017, en prensa). Películas de fans. ¿Una categoría incómoda? Palabra Clave: revista de comunicación.

Roig, Antoni (2017). Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control: metodologías participativas en ficción y no-ficción. Obra digital (12). Universitat de Vic

Roig, Antoni (2017). El despertar de las máquinas: 50 películas clave sobre tecnología. Barcelona. Editorial UOC.

Roig, Antoni; Sánchez-Navarro, Jordi; Leibovitz, Talia (2017) ¿Multitudes creativas? El crowdsourcing como modelo para la producción audiovisual colectiva en el ámbito cinematográfico. El profesional de la información, 26 (1)

Roig, Antoni (2016). Participar en qué? Y para quien? Notas sobre participación y creación colectiva. BiD: quaderns de Biblioteconomia i Documentació. Universitat de Barcelona.

Pires de Sa, Fernanda; Roig, Antoni (2016) Challenging prime time television: Co-viewing practices in the Brazilian telenovela. Convergence, 22 (4), 392-407

Roig, A. (2016). Creative practices in a clip culture. In Friese, H.; Rebane, G.; Nolden, M.; Schreiter, M. (eds.) Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten, pp. 1-8. Springer Link

Roig, A.; San Cornelio, G. (2016) "Reading songs, experiencing music: affection materiality and expertise in Beck's Song Reader Project". Nowak, R.; Whelan, A. Networked music cultures: contemporary approaches, emerging issues. Palgrave/ McMillan.

Roig, A. (2015). "The awakening: an on-going collaborative experience for peer-based filmmaking". Cinema Journal: Teaching Dossier, 3 (1).

San Cornelio, G.; Roig, A. (2015). "Being lucky. Transmedia and co-creation practices in music video clips". International Journal of Transmedia Literacies, 1(1), pp.85-100 DOI: 10.7358/ijtl-2015-001-sanc

San Cornelio, G., Roig, A. (2014). "Prácticas de co-creación en vídeos musicales: el caso de Evolution of Get Lucky". Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 51 pp.49-63 DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i51.2321>

Roig, A.; San Cornelio, G.; Sánchez-Navarro, J.; Ardèvol, E. (2014). "The fruits of my own labor: a case study on clashing models of co-creativity in the new media landscape". International Journal of cultural studies, 17(6), pp.637-653. London: Sage.

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Gemma San Cornelio Esquerdo	<p>Doctora por la Universidad Politécnica de Valencia (programa Comunicación Audiovisual) (2003)</p> <p>Especialista Universitario en creación digital y comunicación multimedia por la UPV (2000)</p> <p>Especialista Universitario en gestión de proyectos multimedia por la UPV (2002)</p> <p>Licenciada en Bellas Artes por la Universidad Politécnica de Valencia (1999)</p>	<p>Acreditación de Investigación (AQU) (2013)</p> <p>Acreditación lector (AQU) (2008)</p> <p>2 sexenios reconocidos (2010 y 2015)</p> <p>2 tramos docentes reconocidos (2010) (2014)</p>	Profesora Agregada	Completa	<p>Especializada en diseño, estética y creación audiovisual</p> <p>Comunicación Audiovisual y Publicidad.</p>	<p>Diseño visual y expresión gráfica (6 ECTS)</p> <p>Taller de audiovisual experimental (6 ECTS)</p>

Profesora agregada de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación (2005-actualidad). Docente en las titulaciones del Grado de Comunicación, Diseño y Creación Digitales y en diversos másters. Directora académica del posgrado en Diseño audiovisual y visualización de información. Ha escrito y coordinado diversos manuales y monografías docentes, como los materiales de las asignaturas del grado de diseño: Proyecto I. Identidad y marca, Taller de color, Taller de forma y composición, 'Diseño audiovisual', o 'Creatividad e innovación en la industria del entretenimiento'. Investigadora del grupo Mediaccions sobre cultura digital (reconocido como consolidado por AGAUR en 2017). Especializada en prácticas de creación participativas, co-creación e innovación, identidad en internet, en los últimos proyectos se ha centrado en cultura visual y estrategias narrativas en las redes sociales (Selfiestories), así como en el storytelling como herramienta creativa en el sector educativo (Caçadors d'històries del futur) a partir de talleres de co-diseño. Miembro del *management board* (co-chair) de la sección Digital Culture and Communication de ECREA (European Communication Research and Education Association) (2010-2014), y Chair de dicha sección (2014-2016).

Experiencia académica, profesional e investigadora:

Desde 2005: Profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación UOC (Grado en Comunicación, Licenciatura Comunicación Audiovisual y Publicidad, Máster Universitario en Sociedad de la información y el Conocimiento, Grado en Diseño y Creación Digitales).

Desde 2013: Directora académica del Posgrado en Tendencias de Diseño y Creación audiovisual (UOC).

2006-2010: Profesora asociada Departamento de Comunicación Digital Universitat de Vic (Comunicación Audiovisual, Máster Universitario de Comunicación Digital).

2003-2005: Colaboradora docente de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación UOC (Arte y estética digital).

2000-2004: Diseñadora multimedia *freelance*. Dirección de arte y maquetación de webs corporativas a pymes (cgasesoria, viajes simeon, comunica't) y proyectos autogestionados (carmen-g, unavezseera)

2000-2003: Becaria de investigación departamento Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia de Arte, Universidad Politécnica de Valencia. Desarrollo proyecto Bienvenido/Benvinguts (cursos pre-universitarios UPV en formato interactivo). Becaria de colaboración del vicedecanato de relaciones con empresas, Facultad de Bellas Artes, UPV (responsable del diseño de la Web corporativa de la facultad de BBAA).

Proyectos de investigación competitivos (recientes):

Investigadora principal de los proyectos:

Selfiestories y personal data (2014-2017) financiado por la Fundación BBVA.
Prácticas creativas y Participación en los nuevos medios (2011-2013), financiado por el MICINN
Arte, estética y New media (2006-2009) . Financiado por el MEC.

Investigadora en los proyectos:

Caçadors d'Històries 2018 (Codi:18S00233- 003): Reptes i oportunitats per al disseny i desenvolupament de ficcions col.laboratives inclusives en entorns educatius. (IP Antoni Roig

Prácticas de futuro: Espacios de creación digital e innovación social (Ministerio de Economía y Competitividad) (IP Elisenda Ardèvol).

Caçadors d'Històries del futur 2017 (Codi: 17S00086-003): Caçadors d'Històries del Futur: co-creant ciutadania a través de l'storelling. (IP Antoni Roig)

SocialEngagement - Solución LinkedBigData para el establecimiento de modelos económicos en la Red (Ministerio de Economía y Competitividad (IP. Pablo Lara) Convocatoria retos-colaboración 2014) .

Publicaciones (selección):

Roig, A., Pires de Sá, F., & Cornelio, G. S. (2018). Future Story Chasers: An experience with co-creation of fiction in the classroom through a collaborative storytelling game. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 10(2), 279-289.

San Cornelio, G., & Roig, A. (2018). Selfies and Cultural Events: Mixed Methods for the Study of Selfies in Context. *International Journal of Communication*, 12, 20.

San Cornelio, G., & Martí i Renom, X. (2017). Creativitat i innovació en la indústria de l'entreteniment. Barcelona: Editorial UOC.

Roig, A., & San Cornelio, G. (2016). Reading Songs, Experiencing Music: Co-creation, Materiality and Expertise in Beck's Song Reader. In *Networked Music Cultures* (pp. 95-112). Palgrave Macmillan UK.

Morales, J. M., & San Cornelio, G. (2016). La jugabilidad educativa en los serious games. *Arte diez*, 10, 1-23.

Roig Telo, A., & San Cornelio Esquerdo, G. (2014). Prácticas de cocreación en vídeos musicales. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (51), 49-63.

San Cornelio, G.; Gómez Cruz, E. (2014) "Co-creation and participation as means of innovation in new media: an analysis of creativity in the photographic field". *International Journal of Communication*.

Roig, A.; San Cornelio, G.; Sánchez-Navarro, J.; Ardèvol, E. (2014). "The fruits of my own labour: A case study on clashing models of co-creativity in the new media landscape". *International Journal of Cultural Studies*, 17(6), pp. 637-653.

San Cornelio, G.; Roig, A.; Sánchez-Navarro, J.; Ardèvol, E. (2013) "El modding como práctica de co-creación: estudio del caso de Moviestorm". Zilles, K.; Cuenca, J.; Rom, J. (Eds.) *Breaking the Media Value Chain. VII International Conference on Communication and Reality*. Barcelona: Facultat de Comunicació Blanquerna.

San Cornelio, G. (2012). "Formas de participación y creación en los nuevos medios. Una aproximación desde el arte y la producción social". Carlon, M. Scolari, C. (Comps.). *Colabor_arte: medios y artes en la era de la producción colaborativa*, pp. 175-196. Buenos Aires: La Crujía.

San Cornelio, G. (2012). *Arte e identidad en Internet*. Barcelona: EdiUOC.

San Cornelio, G, Pagès, R (2010) Creatividad e innovación: discursos emergentes. San Cornelio, G. (Coord) Exploraciones creativas. Prácticas artísticas y culturales de los nuevos medios, pp. 185-220. Barcelona: EdiUOC.

Roig, A.; San Cornelio, G.; Ardèvol, E.; Alsina, P.; Pagès, R. (2009). "Videogame as Media Practice An Exploration of the Intersections Between Play and Audiovisual Culture". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(1), pp. 89-103.

Tabla resumen CV						
Profesorado	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar/ Número ECTS
Jordi Sánchez Navarro	<p>Doctor en Comunicación Audiovisual Universitat Ramón Llull (2005)</p> <p>Licenciado en Ciencias de la Información Universitat Autònoma de Barcelona (1996)</p> <p>2018 International Summer Course: Innovation and Future Thinking. Instituto Europeo de Design (IED).</p>	<p>Acreditación profesor Agregado AQU (2014)</p> <p>1 tramo de investigación reconocido (2013)</p> <p>Dos tramos docentes reconocidos (2011) (2016)</p>	Profesor Agregado	Tiempo completo	<p>Nuevas prácticas y formas de consumo cultural</p> <p>Innovación en la comunicación audiovisual</p> <p>Comunicación y cultura lúdica</p> <p>Comunicación y entretenimiento</p> <p>Estética del cine y de la expresión audiovisual</p>	Cultura de la imagen (6 ECTS)
<p>Profesor agregado e investigador de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), actualmente Director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación y Director del Máster en Cine Fantástico y Ficción Contemporánea (UOC - Sitges Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya). Colabora puntualmente también como profesor en el Grado de Animación y VFX de LaSalle (Universidad Ramon Llull) y dirige la colección de libros sobre cine 'Filmografías esenciales' (Editorial UOC).</p> <p>Estudia temas relacionados con la cultura visual y la innovación en comunicación, la historia cultural del cine y la televisión, las transformaciones de las formas narrativas en el cine contemporáneo, la estética y la historia de la animación, el paisaje mediático contemporáneo y los nuevos públicos y consumos del entretenimiento audiovisual. Ha escrito en diversos medios sobre cómic, cine, televisión y videojuegos. Fue director del Saló Internacional del Còmic de Barcelona y subdirector del Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Sitges, con el que colabora en la actualidad como programador de Anima't, la sección de animación.</p> <p>Es autor de varios libros, como Pantalla rasgada. Quince conversaciones con cineastas y escritores sobre sueños y cine (2014), Narrativa audiovisual (2006), Freaks en acción. Alex de la Iglesia o el cine como fuga (2005) y Tim Burton: Cuentos en sombras (2000), y ha coeditado, entre otros, los libros Fanáticos. La cultura fan (2013), Educación, medios digitales y cultura de la participación (2013), Aprovecha el tiempo y juego. Algunas claves para</p>						

entender los videojuegos (2009), Horitzó TV. Perspectives per una altra televisió possible (2007), Realidad Virtual. Visiones sobre el ciberespacio (2004) e Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no ficción (2001).

Ha impartido numerosos cursos y conferencias sobre historia y estética del cine y ha publicado diversos estudios sobre el tema, como “Del Golem al hackeo sincrético del cuerpo: Identidades cibernéticas en el anime” en El paraíso de prometeo. Visiones sobre la Inteligencia Artificial y la Robótica a la luz del anime (IVAM), “El cine de animación” en Vientos del Este. Los Nuevos Cines en los Países Socialistas Europeos 1955-1975 (Ediciones de la Filmoteca), “La revolución silenciosa. Una relectura de la animación como cine de culto”, en Neoculto (Calamar Ediciones), “Una verdad en dibujos. Autobiografía, crónica y memoria histórica en la animación”, en Animatopia (Festival Internacional de Cine de San Sebastián), “Delirios metálicos. Morfologías limítrofes del cuerpo en la cyberficción” en La Nueva Carne. Una estética perversa del cuerpo. Madrid (Valdemar), “El cine en Nueva Zelanda. La paradoja de la enorme distancia”, en Fantípodas. Una aproximación al cine fantástico australiano y neozelandés (Paidós), “Fantasías de la vida artificial en el cine alemán. El Golem y la muñeca”, en Cine fantástico y de terror alemán (1913-1927) (Donosita Kultura) o “Modernos y peligrosos. Miedo, distopía y paranoia en el cine contemporáneo”, en Los dominios del miedo (Biblioteca Nueva).

Es coordinador del Grupo de investigación en Aprendizaje, Medios y Entretenimiento (GAME), grupo de investigación consolidado reconocido por la Generalitat de Catalunya (SGR 2017) nacido con la finalidad de realizar investigación avanzada sobre el actual ecosistema comunicativo y sobre la relación de la comunicación con los diferentes aprendizajes que emergen en las culturas digitales contemporáneas.

Experiencia académica, profesional e investigadora

Academia

Director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universitat Oberta de Catalunya (2015-).

Director del Máster en Cine Fantástico y Ficción Contemporánea (UOC - Sitges Festival Internacional de Cine de Catalunya).

Profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universitat Oberta de Catalunya (2007-).

Director académico del área de posgrado en Comunicación e Información, Universitat Oberta de Catalunya (2008-2012).

Co-director académico del Máster de Entretenimiento TV3-UOC, Universitat Oberta de Catalunya.

Profesor del departamento de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna (Universitat Ramon Llull) (1998-2007).

Gestión audiovisual y cultural

Subdirector del SITGES-Festival Internacional de Cine de Cataluña (2001-2004).

Consultor de programación y coordinador de la sección de animación (Anima't) del SITGES-Festival Internacional de Cine de Cataluña (desde 2005).

Director del Salón Internacional del Cómic de Barcelona (1996-1999).

Medios de comunicación

Colaborador regular del programa Generación Digital, Catalunya Ràdio, 2011 - 2013.

Colaborador del suplemento Cultura/s del diario La Vanguardia, 2002-2004.

Colaborador free lance de la Sección de Cultura del diario El País, 1991-1994.

Cine y televisión

Co-realizador y co-guionista del documental de creación *Deconstructing Psycho*, producido y emitido por Barcelona TV (2000).

Co-guionista del cortometraje *Oedipus* (1997), producido por Juan Sebastian Ginard P.C.

Redactor-guionista del programa *¡Extra Schhhh...!*, producido por Tesauro para La 2 de TVE, emitido entre abril y julio de 1997.

Co-guionista del cortometraje *Doctor Curry* (1996), producido por Waken Prods (Premio Internacional Canal + en el festival Cine Joven (Valencia)).

Experiencia investigadora:

Transformemos el ocio digital: un proyecto de socialización en el tiempo libre. TSI-040400-2008-42 - Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. IP: Ester García Adrados.

Lost in la Mancha: Videojuego inmersivo online para el aprendizaje del español como lengua extranjera TSI-070100-2009-63 - Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Investigador responsable: Pablo Lara.

CREATIVE. Prácticas creativas y participación en los New Media HAR2010-18982 Ministerio de Ciencia e Innovación. Investigadora principal: Gemma San Cornelio.

ExperienciART: Plataforma socio-tecnológica para enriquecer la visita a los museos a través de realidad aumentada y gamificación. SIPT1200C0005594XV0 - Ministerio de Economía y Competitividad. Investigador responsable: Pablo Lara.

SocialEngagement. Plataforma para la valorización de modelos económicos sobre conocimiento experto en BIGDATA y redes sociales. Ministerio de Economía y Competitividad (Subprograma RETOS) RTC-2014-21-78-7. Investigador responsable: Pablo Lara.

Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes (LUDOLITERACY) Ministerio de Economía y Competitividad (Proyectos I+D) CSO2014-57302-P. Investigadores responsables: Jordi Sánchez-Navarro y Daniel Aranda.

School Break (Erasmus+ 2018-1-DE03- KA201-047321) (2018- 2020). Investigador principal: Bernd Remmele. Investigadores responsables de *work package*: Jordi Sánchez Navarro y Daniel Aranda.

Publicaciones

Libros

Sánchez-Navarro, J.; Lapaz L. (2015). *Cómo analizar una película desde el punto de vista narrativo*. Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez-Navarro, J. De Fez, D. (2014). *Pantalla rasgada. Quince conversaciones con cineastas y escritores sobre cine y sueños*. Madrid: Arkadin Ediciones.

Sánchez-Navarro, J. (2006). *Narrativa audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez-Navarro, J. (2005). *Freaks en acción. Alex de la Iglesia o el cine como fuga*. Madrid: Calamar Ediciones.

Sánchez-Navarro, J. (2000). *Tim Burton: Cuentos en sombras*. Barcelona: Ediciones Glénat.

Libros como compilador

Aranda, D.; Creus, A.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.) (2013) Educación, medios digitales y cultura de la participación. Barcelona: Editorial UOC.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Roig, A. (Eds.), (2013) Fanáticos. La cultura fan. Barcelona: Editorial UOC.

Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.) (2009) Aprovecha el tiempo y juega. Algunas claves para entender los videojuegos. Barcelona: Editorial UOC.

Aranda, D.; Esquirol, M.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.) (2009) Puntos de vista. Una mirada poliédrica a la historia del cine, Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez Navarro, J. (Ed.) (2007) Horitzó TV. Perspectives per una altra televisió possible, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Sánchez Navarro, J. (Ed.) (2004) Realidad Virtual. Visiones sobre el ciberespacio. Barcelona: Devir.

Lardín, R.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.) (2003) El principio del fin. Tendencias y efectivos del novísimo cine japonés, Barcelona: Paidós.

Sánchez-Navarro, J.; Hispano, A. (Eds.) (2001) Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción. Barcelona: Ediciones Glénat y Sitges-Festival Internacional de Cinema de Catalunya.

Capítulos de libros

Leibovitz, T.; Roig, T.; Sánchez-Navarro, J. (2015). "Up Close and Personal: Exploring the Bonds Between Promoters and Backers in Audiovisual Crowdfunded Projects". Bennett, L.; Chin, B.; Jones, B. (Eds.) Crowdfunding the Future Media Industries, Ethics, and Digital Society. New York: Peter Lang.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; Martínez Martínez, S. (2014) "El juego digital e internet como ecosistema lúdico. Jerarquía de medios para el entretenimiento y alfabetizaciones emergentes" Ilana Eleá (Ed.) Agentes e Vozes. Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha, pp. 219-227 The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; (2013). "Ocio digital, sociabilidad juvenil, cultura participativa y aprendizaje". Aranda, D.; Creus, A.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.) Educación, medios digitales y cultura de la participación. Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez-Navarro, J. (2013). "Fantasías animadas del mañana: el estudio de los fans occidentales del anime como subcultura". Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J.; Roig, A. (Eds.) Fanáticos. La cultura fan. Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez-Navarro, J. (2013). "Una verdad en dibujos. Autobiografía, crónica y memoria histórica en la animación". Cueto, R. (Ed.) Animatopia. Los nuevos caminos del cine de animación. San Sebastián: Festival Internacional de Cine de San Sebastián.

Sánchez-Navarro, J. (2012). "La revolución silenciosa. Una relectura de la animación como cine de culto". Sala, A.; De Fez, D. (Eds.) Neoculto. Madrid: Calamar Ediciones.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; (2011). "Desmontando tópicos: Jóvenes, redes sociales y videojuegos". Martínez Rodríguez, E.; Marta Lazo, C. (Eds.) Jóvenes Interactivos: Nuevos modos de comunicarse. La Coruña. Netbiblo.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; (2011). "How digital gaming enhances non-formal and informal learning". Felicia, P. (Ed.) Handbook of Research on Improving Learning and Motivation Through Educational Games: Multidisciplinary Approaches, Hershey: Information Science Publishing.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; (2010). "¡Bien jugado! Videojuegos y educación no formal". Area, M.; Parcerisa, A.; Rodríguez, J. (Coords.). Materiales y recursos didácticos en contextos comunitarios, Barcelona: Editorial Graó.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; (2009). "Algunas claves para entender los videojuegos". Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.). Aprovecha el tiempo y juega. Algunas claves para entender los videojuegos. Barcelona: Editorial UOC.

Sánchez-Navarro, J.; Taberner, C.; Tubella, I.; (2009). "Media Practices, Connected Lives". Cardoso, G.; Cheung, A.; Cole, J.; (Eds.) World Wide Internet. Changing Societies, Economies and Cultures. Macau: University of Macau.

Sánchez-Navarro, J. (2006). "El cine de animación". Losilla, C.; Monterde, J.E. (Eds.) Vientos del Este. Los Nuevos Cines en los Países Socialistas Europeos 1955-1975, Valencia: Ediciones de la Filmoteca.

Sánchez-Navarro, J.; (2006). "Del Golem al hackeo sincrético del cuerpo: Identidades cibernéticas en el anime", VV. AA. El Paraíso de Prometeo. Visiones sobre la Inteligencia Artificial y la Robótica a la luz del anime. Valencia: IVAM.

Sánchez-Navarro, J.; (2006). "La inteligencia de una máquina depredadora. Tecnologías de la visión, el pensamiento y la realidad virtual en Arrebato". Cueto, R. (Ed.) Arrebato... 25 años después. Valencia: Ediciones de la Filmoteca.

Sánchez-Navarro, J.; (2005). "(Re)construcción y (re)presentación. Mentira hiperconsciente y falso documental". Torreiro, C.; Cerdán, J. (Eds.) Documental y vanguardia. Madrid: Cátedra.

Artículos

Roig, A.; San Cornelio, G.; Sánchez-Navarro, J.; Ardevol, E. (2014). "The fruits of my own labor: A case study on clashing models of co-creativity in the new media landscape". International Journal of Cultural Studies, 17(6), pp. 637-653.

Sánchez-Navarro, J.; Roca, M.; Aranda, D. (2013). "Televisió i Internet. El significat d'ús de la xarxa en el consum audiovisual dels adolescents" Quaderns del CAC, 39(16), pp., 15-22.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D. (2013). "Messenger and social network sites as tools for sociability, leisure and informal learning for Spanish young people". European Journal of Communication, 28 (1), pp.67-75.

Roig, A.; Sánchez-Navarro, J.; Leivobitz, T. (2012). "¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea". Revista Icono14, 10(1), pp.25-40. Madrid: Asociación Icono 14.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D. (2011). "Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles". El Profesional de la Información, 20(1), pp.32-37.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; (2010). "Un enfoque emergente en la investigación sobre comunicación: Los videojuegos como espacios para lo social". Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 40, pp.129-141.

Sánchez-Navarro, J.; Aranda, D.; Tabernero, C.(2010) “Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje”. Revista de estudios de juventud, 88, pp. 77-96.

Tabla resumen CV						
Profesora	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Sandra Sanz	Doctora en Sociedad de la Información y del Conocimiento (UOC) Licenciada en Documentación (universidad de Granada) Licenciada en Filología Hispánica (Universidad de Barcelona)	Dos tramos Docencia	Profesora	Completa	Biblioteconomía y Documentación Gestión del conocimiento Redes sociales	Teorías de la comunicación (6 ECTS) Comunicación persuasiva en medios digitales (6 ECTS)
<p>Directora del Posgrado en Community Manager y Content Curator (2013-2016) y profesora de la asignatura del Grado en Información y documentación con el mismo nombre. También es profesora de la asignatura de Community Management del Máster Universitario en Social Media: gestión y estrategia. Ha escrito diversos artículos relacionados entre los que destacan: “Community managers, content curators y otros perfiles profesionales para la web social” ThinkEPI, 2012 y “Content curator: un perfil en vías de consolidación” ComeIN, 2013.</p> <p>Experiencia académica, profesional e investigadora</p> <p>Profesora titular de los Estudios de Ciencias de Información y Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya desde septiembre de 1999. Directora del programa de la Licenciatura en Documentación en los períodos 2001-2003 y 2005-2007. Actualmente co-dirige el posgrado “Social media Content: Community Manager y Content Curator”. Directora de la Especialización de Comunicación digital para la transformación social UOC-SETEM (2016-). Documentalista empresa OnLine1 SA. Enero de 1999 – agosto de 1999 (8 meses). Gestión de información y ayuda del programa de gestión integrada para empresas. Colaboraciones: Asesoramiento para el cultivo de comunidades de práctica en el Programa Compartim del departamento de Justicia de la Generalitat de Catalunya. Becaria en la Biblioteca del Departamento de Filología Hispánica de la Universitat de Barcelona. Octubre 1991- Junio 1995.</p> <p>Es miembro del grupo de investigación GAME (Grupo de investigación en Aprendizaje, Medios y Entretenimiento) reconocido como grupo emergente por la Generalitat de Catalunya donde actualmente están desarrollando el proyecto I+D sobre Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes cuyos investigadores principales son Jordi Sánchez-Navarro y Daniel Aranda.</p>						

Líneas de investigación

Sus principales líneas de investigación son: comunidades de práctica, comunidades de aprendizaje, intercambio de conocimiento a través de las redes sociales, aprendizaje en red, aprendizaje y entretenimiento.

Publicaciones (selección)

Sanz-Martos, S.; Martínez-Martínez, S.; Lara-Navarra, P. (2015) "Las smart mobs como generadoras de big data: la inteligencia colectiva al servicio de la innovación social". *BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, 34 (junio).

Sanz-Martos, S.; Reig-Hernández, D. (2013) "El aprendizaje social y los profesionales de la información" *El profesional de la información*, 22(6), pp. 545-553.

Sanz-Martos, S.; Creus, A. (2013). "Homo socialis: aprender y compartir conocimiento en la sociedad red". Aranda, D.; Creus, A.; Sánchez-Navarro, J. (Eds.) *Educación, medios digitales y cultura de la participación*, pp. 19-34. Barcelona: Editorial UOC.

Sanz-Martos, S. (2012) *Comunidades de práctica: el valor de aprender de los pares*. Barcelona: Editorial UOC.

Sanz-Martos, S. (2012). *Comunidades de práctica: cómo compartir conocimiento y experiencias profesionales*. Barcelona: Editorial UOC.

Sanz-Martos, S. (2011) *Comunidades de práctica*. [materiales didácticos]. Barcelona: Eurecamedia.

Sanz-Martos, S.; Pérez-Montoro, M. (2011). "Conceptual foundations of Communities of Practice as organizational structures". Bueno, E. (Coord.) *Communities of Practice for Organizational Management and Networking: Methodologies for Competitive Advantages*, pp. 83-93. USA: IGI Global.

Pérez-Montoro, M.; Sanz Martos, S. (2011). "Estruturas organizacionais para a criação do conhecimento e da aprendizagem colaborativa" Tarapaniff, K. (Org.) *Aprendizado Organizacional*, v.1, pp. 149-178. Curitiba, Brasil: Editora IBPEX.

Miralbell, O.; Sanz Martos, S. (2011) *Redes sociales y comunidades virtuales*. [materiales didácticos] Barcelona: Eurecamedia.

Tabla resumen CV

Profesor	Titulación académica	Acreditación académica	Categoría / nivel contractual	Dedicación	Área de conocimiento	Asignaturas a coordinar
Silvia Sivera	<p>Doctora en estudios Avanzados de Comunicación (URL)</p> <p>Máster Universitario de Sociedad de la Información (UOC)</p> <p>Licenciada en Ciencias de la Información- Publicidad y Relaciones públicas (UAB)</p>	Dos tramos docente (2016)	Profesora	Completa	Creatividad, publicidad, viralidad,	<p>Pensamiento creativo (6 ECTS)</p> <p>Creatividad publicitaria (6 ECTS)</p> <p>Dirección de arte (6 ECTS)</p>

Profesora de las asignaturas del ámbito de la creatividad en los grados de Comunicación (Pensamiento creativo, Planificación estratégica y creativa, Creatividad publicitaria I y Creatividad publicitaria II) y de Diseño y creación digitales (Técnicas de creatividad e innovación) de la UOC. Directora académica del máster universitario Estrategia y Creatividad en Publicidad y del curso de Especialización en Comunicación de Marca (Brand Planning). Autora del módulo didáctico Destapa tu creatividad (UOC, 2010), del Cuaderno de pensar (2016) y del libro Publicidad contagiosa. Claves creativas de la viralidad publicitaria, en el que se analizan 651 vídeos virales. Lideró en 2010 el proyecto de innovación docente Kronos, en el marco de la convocatoria APLICA y con el apoyo del Vicerrectorado de Investigación e Innovación de la UOC, que permitió crear e implementar en las aulas virtuales una aplicación para evaluar la fluidez creativa de los estudiantes bajo presión temporal y de manera asíncrona. Coautora del juego digital Houston, para la solución de problemas mediante la aplicación de técnicas creativas. En 2017 ha participado en el proyecto Cazadores de Historias del Futuro, financiado por el Ayuntamiento de Barcelona, y en la actualidad está coordinando el diseño del MOOC Creatividad y Pensamiento Lateral (Miríadax).

Experiencia académica, profesional e investigadora:

1989-2006: creativa en agencias de publicidad nacionales y multinacionales: Sketch Communication, Direct-List, DMB&B y Lowe&Partners.

Desde 2006: profesora de las asignaturas del ámbito de la creatividad en el segundo ciclo de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas; en el Grado en Comunicación de la UOC: Creatividad publicitaria (I y II), Pensamiento creativo, Planificación estratégica y creativa, Comunicación persuasiva en medios digitales, y Seminario de publicidad, entre otras; y en el Grado en Diseño y Creación Digitales: Técnicas de creatividad e innovación y Comunicación: teorías y técnicas.

2010: impulsora del proyecto de innovación docente Kronos para la realización de ejercicios de aprendizaje bajo presión temporal en entornos virtuales y de manera asíncrona (convocatoria APLICA).

Desde 2007: profesora y coordinadora del Máster de Dirección Estratégica y Creativa de Comunicación y Publicidad, docente del Curso de Especialización de Comunicación de Moda y coordinadora del Summer Course en Dirección de Arte en el Istituto Europeo di Design (IED).

Desde 2009: sesiones sobre Marketing viral y Nuevos soportes en el Máster Oficial en Estrategia y Creatividad Publicitaria de la Universitat Ramon Llull (URL).

2011-2012: directora académica de los seminarios sobre e-City Branding y Smart City Branding en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo - Centre Ernest Lluch (CUIMPB).

Desde 2013: sesiones sobre Técnicas creativas en el Máster de Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad de Sevilla.

2014: evaluadora de los tribunales de TFG de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

Experiencia investigadora:

Desde abril de 2017 es miembro del grupo de investigación GAME y anteriormente lo fue del grupo interdisciplinario de investigación sobre las tecnologías de la información y la comunicación (i2TIC) del IN3 (UOC).

Proyectos:

Caçadors d'històries del futur. IP: Antoni Roig. Financiado por el Ayuntamiento de Barcelona (2017).

Publicaciones (selección)

Sivera, S. (2015). Publicidad contagiosa. Claves creativas del marketing viral. Barcelona: Editorial UOC.

Sivera, S. (2014). "La madurez de la publicidad viral". En: González, J.E. y Valderrama, M (coord.). Comunicación actual: redes sociales y lo 2.0 y 3.0. Madrid: McGraw-Hill Education.

Sivera, S. (2014). "Tiempo de innovación en los tiempos del e-learning: el caso Kronos de la UOC". Durán, J.F. (coord.). Aprendiendo en el nuevo espacio educativo superior. Madrid: Visión Libros.

Sivera, S. (2012). "La adolescencia del marketing viral". Lección del Portal de la Comunicación. InCOM UAB (octubre).

Sivera, S. (desde 2011 hasta actualidad). Colaboraciones habituales en la revista COMeIN.

Sivera, S. (2012). "¿Hasta dónde arriesgan las mejores campañas publicitarias virales? Análisis del ranking MarketingSherpa Viral Hall of Fame: 2008 a 2010". Actas III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación: Comunicación y Riesgo. URV, Tarragona, 18-20 enero.

Sivera, S. (2012). "Metaviralidad al microscopio: las claves del lenguaje viral, ¿tan claras como Smartwater? Comunicación presentada en el VI Simposium de Profesores Universitarios de

Creatividad Publicitaria: Creatividad sólida para medios líquidos. La nueva narrativa publicitaria, del impacto a la viralidad. UPF, Barcelona, 26-27_abril.

Sivera, S.; Jiménez, A. (2011). Adaptando el protocolo metodológico de estudios de caso de Robert K. Yin a la investigación de campañas publicitarias virales. Actas 1er Congreso Nacional de Metodología de la Investigación en Comunicación. URJC, Madrid, 13-14 abril.

Sivera, S. (2011). "Sobre el comportamiento de las marcas en los medios sociales: la lección de Lady Godiva". Revista Trípodos, 28, monográfico Neopublicidad, pp. 83-94.

Sivera, S. (2010). "La publicidad viral y una teoría de teorías: ¿hacia un modelo esférico de comunicación en red?" Actas II Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación: Comunicación y Desarrollo en La Era Digital. U. Málaga, 3-5 febrero.

Sivera, S.; Vilajoana, S.; Solanas, I.; Sabaté, J. (2008). "Marketing viral: del word of mouth al word of mouse. La publicidad boca a oreja se reinventa con las TIC". Actas del Congreso I+C Investigar la Comunicación de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), Santiago de Compostela, 30 enero-1 febrero.

Sivera, S. (2008). Marketing viral. Barcelona: Editorial UOC. Colección TIC Cero.

El/La directora/a de Programa tiene como funciones la coordinación general de la titulación y la garantía de su calidad, lo que implica la coordinación del equipo de profesores responsables de asignatura (PRA) así como del equipo de tutores.

El PRA es responsable del diseño de la asignatura y de la garantía de la calidad de su enseñanza, y delega en el docente colaborador o consultor la ejecución de la atención docente que recibe el estudiante.

Cada PRA se responsabiliza de un grupo de asignaturas dentro de su área de conocimiento y es el responsable de garantizar la docencia que recibe el estudiante, por lo que está presente en todo el proceso de enseñanza/aprendizaje, desde la elaboración, supervisión y revisión de los materiales docentes, el diseño del plan docente, la planificación de todas las actividades del semestre y la evaluación de los procesos de aprendizaje de los estudiantes, hasta la selección, coordinación y supervisión de los consultores, que son quienes llevan a cabo la ejecución de la docencia siguiendo las directrices marcadas por el PRA. Es el PRA quien vela por la calidad y la actualización del contenido y de los recursos de la asignatura, con especial atención a su diseño e innovando para garantizar el desarrollo adecuado de la actividad docente y su adecuación a los estándares de calidad definidos por la UOC.

El PRA coordina a los distintos consultores que interactúan en una misma asignatura, siendo su competencia evaluar de manera conjunta el funcionamiento, los resultados y el grado de alcance de los objetivos de la asignatura. Esta coordinación se lleva a cabo a través de los medios del campus virtual de la UOC a lo largo de todo el semestre, y al inicio y al final de cada semestre, se llevan a cabo reuniones de cada PRA con el equipo de docentes colaboradores que coordina, donde se comparten los resultados de las evaluaciones, encuestas e indicadores de calidad, y se toman las decisiones pertinentes para cada una de las materias.

En la propuesta de la UOC, el número de profesores responsables de asignatura necesarios está más relacionado con el número de asignaturas y ámbitos distintos de conocimiento del programa, que con el número de estudiantes matriculados. Es el número de consultores el que está directamente relacionado con el número de estudiantes matriculados, de acuerdo con las ratios explicadas en el apartado 7 (75 estudiantes por aula en el caso de asignaturas estándar). Estas necesidades se determinan en cada curso y, a partir de la definición de los perfiles académicos y profesionales previstos por los estudios, se inicia la convocatoria para la selección de docentes colaboradores dando publicidad tanto en medios públicos como en el propio sitio Web de la Universidad.

Docentes colaboradores

La Universidad cuenta con las figuras de consultores y tutores para el desarrollo de la actividad docente. La relación con estos colaboradores se formaliza mediante un contrato civil de prestación de servicio o bien en el marco de convenios que la Universidad tiene firmados con otras universidades.

Como ya se ha mencionado, en función del número de estudiantes matriculados cada semestre, los profesores cuentan con la colaboración de los tutores y de los docentes colaboradores o consultores, que prestan la atención individualizada a los estudiantes y despliegan el proceso de evaluación.

El docente colaborador o consultor tiene que actuar como agente facilitador del aprendizaje, por lo que debe hacer de mediador entre los estudiantes y los diferentes materiales didácticos en el contexto del Campus Virtual. Su actuación tiene que servir de estímulo y de guía a la participación activa de los estudiantes en la construcción de sus conocimientos, y tiene que permitir, al mismo tiempo, que el proceso de enseñanza se ajuste a los diferentes ritmos y posibilidades de los estudiantes.

Los ámbitos básicos de actuación que caracterizan a los diferentes encargos de colaboración docente agrupan el desarrollo de las siguientes acciones:

- Llevar a cabo tareas de orientación, motivación y seguimiento.
- Tomar iniciativas de comunicación con las personas asignadas que favorezcan un primer contacto y, periódicamente, la continuidad de una relación personalizada.
- Hacer un seguimiento global del grado de progreso en el estudio de la acción formativa desarrollada y valorar los éxitos y las dificultades que ha encontrado el estudiante.
- Coordinarse con el profesor responsable de la asignatura y mantener contactos con otros docentes colaboradores de la misma materia o titulación.
- Resolver consultas individuales generadas a lo largo del programa de formación: dudas sobre contenidos o procedimientos, decisiones sobre la evaluación, solicitudes de ampliación de información o de recursos complementarios, etc.
- Atender consultas sobre incidentes en el estudio o seguimiento de la acción formativa.
- Dirigir a los estudiantes a las fuentes o personas más adecuadas, con respecto a consultas generales o administrativas que sobrepasan sus atribuciones.
- Desarrollar la evaluación de los aprendizajes adquiridos durante el proceso, en función del tipo de evaluación diseñada por el profesor responsable de la asignatura.

El tutor, por su parte, tiene el encargo de orientar, guiar y asesorar al estudiante sobre cuestiones relacionadas con los siguientes aspectos:

- La planificación de su estudio.
- El diseño de su itinerario curricular.
- El ajuste de su ritmo de trabajo a sus posibilidades reales.
- El conocimiento de la normativa académica.
- El conocimiento del calendario académico.
- El conocimiento de los derechos y los deberes de los estudiantes y de los canales de atención que tienen a su disposición.
- El conocimiento del funcionamiento de la institución en términos generales.

El programa de Comunicación cuenta en la actualidad con un total de 184 docentes colaboradores y tutores, para el desarrollo de la actividad docente del semestre en curso. A continuación se detalla el equipo de docentes colaboradores del curso académico 2018-2019:

Nom colaborador	Tipus Titulacio
Aguilera Caballero,Begoña	Licenciado/da
Alberich Pascual,Jordi	Doctorado/da
Alegret Cotas,Alejandro	Doctorado/da
Alemanys Mena,Marc	Licenciado/da
Amorós Guarro,Matias	Licenciado/da
Aragonés Jericó,Cristina	Doctorado/da
Arciniega Cáceres,Mitty	Doctorado/da
Artés Vivancos,Andreu	Licenciado/da
Asenjo Fernández,Javier Manuel	Doctorado/da
Avalos ,Carmen	Doctorado/da
Avilés Muñoz,Ezequiel Francisco	Licenciado/da
Bach Oller,Elisabet	Licenciado/da
Ballano Macías,Sonia	Doctorado/da
Bandin Potel,Francisca	Licenciado/da
Bañuelos Miró,Jordi	Licenciado/da
Barba de Villalonga,Blanca	Licenciado/da
Barbieri Muttis,Nicolás	Doctorado/da
Bedson ,Nicholas	Licenciado/da
Benach Pascual,Ernest	Grado
Bertran Roig,Jordi	Licenciado/da
Bestard Luciano,María	Licenciado/da
Bravo Almirall,Aida	Licenciado/da
Bribian de Gregorio,Jordi	Licenciado/da
Brondo Muñoz,Marta	Licenciado/da
Brugués del Moral,Josep M.	Licenciado/da
Busquets Muñoz,Silvia	Licenciado/da
Cabeza Gutés,Maria Elisabet	Doctorado/da
Cabezas de Alcalà,Silvia	Doctorado/da

Campo Fernandez,Jordi	Doctorado/da
Canovas Tomàs,Joan Francesc	DEA/Suficiencia Investigadora
Carbonell Margenat,Jaume	Licenciado/da
Carreras Raurell,Mariona	Licenciado/da
Carvajal Carbonell,David	Licenciado/da
Casajoana Daunert,Erika	Licenciado/da
Cassany Viladomat,Roger	Doctorado/da
Castellanos Pineda,Patricia	Doctorado/da
Castro Varela,José Aurelio	Doctorado/da
Català Santainés,José María	Ingeniero
Cavero Vázquez,Reyes	Licenciado/da
Cerdán Chiscano,Mònica	Doctorado/da
Cochrane ,Anna Claire	Licenciado/da
Codina Mejon,Jaume	DEA/Suficiencia Investigadora
Collell Riera,Maria Rosa	Doctorado/da
Comes Peña,Claudia	Doctorado/da
Cooper ,Anna	Licenciado/da
Corral Palao,Núria	Licenciado/da
Cosgaya Martinez,Antoni	Licenciado/da
Costa Ortiz,Marta	Licenciado/da
Costa Romea,Meritxell	Máster Universitari
Creus ,Tomas	Doctorado/da
Cristóbal Fransi,Eduard	Doctorado/da
Cuerva de Cañas,Juan Antonio	DEA/Suficiencia Investigadora
Cullell Viñolas,Pere	Licenciado/da
Currás Pérez,Rafael	Doctorado/da
de Juan-Creix Cuatrecasas,Sergio	Licenciado/da
de Quadras Ayuso,Ana	Licenciado/da
del Castillo Díaz,Fidel	Licenciado/da
Delaney ,Jane Catherine	Diplomado/da
Edwards ,Nicholas John	Licenciado/da
Escalona Nicolas,Nuria	Licenciado/da
Esquirol Salom,Meritxell	Doctorado/da
Esteruelas Sardó,Clàudia	Doctorado/da
Estrada Alsina,Anna	Licenciado/da
Farran Teixidó,Eduard	Doctorado/da
Fecé Gómez,Josep Lluís	Doctorado/da
Fernandez Cuesta,Jordi	Doctorado/da
Fernández Manzano,Eva Patricia	Doctorado/da
Ferrer Moregó,Verónica	Grado
Forcada Freixas,Sergi	Licenciado/da
Fraga Colman,Leticia Victoria	Doctorado/da
Gallardo Camacho,Jorge	Doctorado/da
Gamir Ríos,José Vicente	Doctorado/da
Garcia Campos,Juan Manuel	Licenciado/da

Garcia Diez,Felicitas	Licenciado/da
Garcia Simon,Elvira	Licenciado/da
Gatnau Marsol,Aina	Licenciado/da
Gázquez Abad,Juan Carlos	Doctorado/da
Gisbert Juve,Gabriel	Licenciado/da
Godoy Martín,Francisco Javier	Doctorado/da
González López,Onia	Licenciado/da
Gonzalez Romo,Zahaira Fabiola	Doctorado/da
Gracia Fernández,José Javier	Licenciado/da
Guasch Vidal,Joan Miquel	Licenciado/da
Gumbau Velasco,Ruth	Licenciado/da
Gurpegui Vidal,Carlos	Máster
Herrera Ferrer,Raquel	Doctorado/da
Herrera Pastor,Ana Belén	Licenciado/da
Hidalgo Nieto,Enrique	Licenciado/da
Icart Palau,Pau	Licenciado/da
Jacques ,Julie	PostGrado
Juste Garrigós,Jordi	Doctorado/da
Juvé Udina,Montserrat	Licenciado/da
Kirsch ,Jane Elizabeth	Doctorado/da
Kradolfer ,Kristin	Diplomado/da
Lamelo Varela,Carlos	Máster
Lapaz Castillo,Maria Dolores	DEA/Suficiencia Investigadora
Leibovitz Libedisnky,Talia	Doctorado/da
Lewis Sikora,Stuart John	Grado
Llanos Lopez,Isabel Maria	Doctorado/da
Lopez Herruzo,Rosa Azzahra	Ingeniero
Lorenzo Moriana,Sílvia	Grado
Losantos Viñolas,Pedro	Doctorado/da
Luque Cervera,Jose	Licenciado/da
Maier ,Marta	Licenciado/da
Mann ,Gillian	Licenciado/da
March Plana,Albert	Máster Universitari
Marti de Villasante,Gemma	Licenciado/da
Martín Guart,Ramon Francesc	Doctorado/da
Martínez López,Francisco José	Doctorado/da
Martinez Mora,Carolina	Grado
Masiques Mas,Aurora	Licenciado/da
Mateos Rusillo,Santos Miguel	Doctorado/da
Mcintosh ,Andrew	Grado
Medina Martinez,Mari Carmen	DEA/Suficiencia Investigadora
Mestre Suñé,Cristóbal	Ingeniero
Molero Tetas,Xavier	Licenciado/da
Mondéjar Jiménez,Juan Antonio	Licenciado/da
Monreal Ruestes,Isidro	Máster Universitari

Morales Solana,Doris	Doctorado/da
Morales Teixido,Carles	Licenciado/da
Morand ,Martin Bernd	Licenciado/da
Morillo Bentué,Juan	Doctorado/da
Muñoz López,Antoni	Licenciado/da
Murciano Casino,Rosalía Eugenia	Grado
Murillo Anzano,José Ramón	Licenciado/da
Narberhaus Martínez,Marta	Doctorado/da
Navarro Estrada,Francisco Javier	Grado
Neira Borrajo,Elena	Licenciado/da
Niqui Espinosa,Cinto	Doctorado/da
Oms ,Javier	Licenciado/da
Orero García,Mª Paz	Doctorado/da
Orti García,Ana Eulalia	Licenciado/da
Pagès Parra,Ruth	Doctorado/da
Peres Garzezi,Luiz	Doctorado/da
Perez Exposito,Javier	Doctorado/da
Perez Gomez,Aura Patricia	DEA/Suficiencia Investigadora
Perez Muñoz,Cristina	Licenciado/da
Perez Sanchez,Ana Maria	Licenciado/da
Perez-Rosas Royo,Ana	Licenciado/da
Pijuan Vallverdú,MªAlba	Doctorado/da
Pinós Figueras,Alexandre Ramon	Licenciado/da
Plà Castarlenas,Aleix	Máster Universitari
Places Fernando,Mireia	Licenciado/da
Planells de la Maza,Antonio José	Doctorado/da
Pokwatka ,Victoria Lynn	Licenciado/da
Ponsa Herrera,Francesc	Doctorado/da
Pujol Ozonas,Cristina	Doctorado/da
Ramentol Sintas,Irene	Licenciado/da
Ramos Mansino,M. Victoria	Licenciado/da
Raventós Moret,Jaume	Licenciado/da
Ríos Castilla,Natalia	Licenciado/da
Rodrigo Alsina,Miguel	Doctorado/da
Salvadó Corretger,Glòria	Doctorado/da
Sanabre Vives,Carles	Doctorado/da
Sanahuja Rubí,Montse	Licenciado/da
Sancha Folgado,David	DEA/Suficiencia Investigadora
Sánchez Sancho,Angel	Licenciado/da
Santa María Fernández,Rosario	Licenciado/da
Saorín Pérez,Tomás	Doctorado/da
Serena Casaldàliga,Marc	Licenciado/da
Serra Folch,Carolina	Doctorado/da
Serrano Núñez,Francesc Xavier	Licenciado/da
Silva Robles,Carmen	Doctorado/da

Solanas Garcia, Isabel	Doctorado/da
Soldevila Roig, Laia	Licenciado/da
Solsona de la Serna, Esther	Licenciado/da
Soriguera Farrés, Elisenda	Licenciado/da
Stanger Deacon, Doris Ruth	Máster Universitario
Stephenson ,Helen Margaret	Máster
Sucarrats Vilà, Josep Maria	Doctorado/da
Teixido Ibañez, David	Doctorado/da
Tomàs Estrada, Nati	Licenciado/da
Torres Rubira, Juan Luis	Doctorado/da
Urbano Ortiz, Patricio	Grado
Urbano Perez, Jose Antonio	Licenciado/da
Vargas Pacho, Mónica	Licenciado/da
Vázquez Gázquez, José Antonio	Licenciado/da
Verdaguer Mata, Maria	Doctorado/da
Vicente Mariño, Miguel	Doctorado/da
Vigos , George Athos	Máster
Vila Vinós, Joan	Licenciado/da
Villagrasa Falip, Sergi	Doctorado/da
Viloca Puig, Rosana	Máster Universitario
Xifra Triadú, Jordi	Doctorado/da

El equipo de colaboradores docentes vinculado al grado de Comunicación se encarga de la acción docente a las aulas virtuales de las sesenta asignaturas que integran la titulación. Es un equipo constituido por personas que actualmente están activas en el sector profesional de la titulación, con formación superior y experiencia docente universitaria, y que se destacan por la excelencia profesional en el ámbito al cual se vinculan las asignaturas que imparten. El perfil del equipo docente colaborador es, pues, un elemento clave para garantizar un aprendizaje significativo, actual y conectado al contexto profesional de los futuros graduados.

Como hemos apuntado, la necesidad de tutores y docentes colaboradores viene determinada por el número real de estudiantes matriculados. Estas necesidades se determinan en cada curso y, a partir de la definición de los perfiles académicos y profesionales previstos por los estudios, se inicia la convocatoria para la selección de docentes colaboradores dando publicidad tanto en medios públicos como en el propio sitio Web de la Universidad.

En relación al perfil de los profesores colaboradores cabe destacar que un 36,4% es doctor, y el 63,6% dispone de título de máster, grado, licenciado o ingeniero.

En conjunto, el porcentaje de docentes doctores en este programa para el curso académico 2018-2019 es del 55% teniendo en cuenta tanto el profesorado permanente como el profesorado colaborador en equivalencia a tiempo completo.

En los futuros procesos de selección tanto de profesor en plantilla de la UOC como de profesores colaboradores se tendrá en cuenta el objetivo de aumentar la ratio de doctores aplicable.

Movilidad de profesorado

En relación con la movilidad de profesorado, la UOC solicitó en febrero de 2007 la Carta universitaria Erasmus, que le concedió en julio de 2007 la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea.

Este documento abre la puerta a la Universidad para participar como coordinadora o socia en proyectos y programas europeos, donde es requisito disponer de la Carta universitaria Erasmus. Por medio de estos programas, las instituciones pueden desarrollar actividades de movilidad de profesores, personal investigador, estudiantes y personal de gestión mediante el establecimiento de convenios bilaterales de colaboración con otras universidades que también dispongan de la Carta.

Actualmente, la UOC, en el marco de las convocatorias del Plan de ayudas internas del Internet Interdisciplinary Institute (IN3), ofrece ayudas a la movilidad de profesorado e investigadores con el fin de facilitar la asistencia a acontecimientos, reuniones científicas o estancias en otras universidades o institutos de investigación.

En el marco de la Carta universitaria Erasmus, la UOC estudia cómo ampliar y consolidar un conjunto de convenios que aún favorezcan en mayor grado la movilidad del profesorado.

6.1.2. Previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios

Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC están integrados por un colectivo de 31 personas, de las cuales 25 son profesores y profesoras a tiempo completo (la cifra incluye al director de estudios y al director del programa) y 6 de personal de gestión (1 mánager de programa, 4 técnicos de gestión de programa, 1 técnico de apoyo a la dirección de los estudios). Además, disponen de un equipo externo de docentes colaboradores –tutores y colaboradores docentes– para llevar a cabo el desarrollo de los programas.

Las estimaciones sobre las necesidades de profesorado para la puesta en marcha del Grado en Comunicación permiten prever que no será necesario el incremento de profesorado, aun cuando, al inicio del proceso de implantación del Grado, habrá una cierta sobrecarga. Pasado este momento, sin embargo, el profesorado actual podrá asumir normalmente la docencia del futuro Grado.

El sistema de selección, formación y evaluación del profesorado sigue un proceso claramente definido en el Sistema de Garantía Interno de la Calidad de la Universidad y que queda recogido en el manual correspondiente (AUDIT). El Vicerrector de Ordenación Académica y Profesorado planifica el proceso de selección de profesorado a partir de las necesidades de despliegue de los programas. Dicha planificación es aprobada por el Consejo de Gobierno que hace la convocatoria pública de las plazas y nombra el Comité de Selección, que serán los encargados de seleccionar los profesores en función de los perfiles necesarios y los candidatos presentados. El proceso de formación recae en los Estudios y en el Área de Personas y la evaluación, promoción y reconocimiento recae en una Comisión de Evaluación de Profesorado que es nombrada por el Consejo de Gobierno y tiene la responsabilidad de aplicar los procedimientos descritos en el Manual de evaluación de la actividad docente (DOCENTIA) que ha sido aprobado por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU)

6.2. Otros recursos humanos

Forma parte del equipo de los estudios, además del personal académico, el personal de gestión. En concreto, existen los siguientes perfiles:

- Mánager de programa
- Técnico de gestión académica
- Técnico de soporte a la dirección de estudios

La categoría de estos perfiles profesionales es de técnico, como mínimo de nivel N3, según el convenio laboral de la UOC.

El perfil principalmente implicado en el diseño y el apoyo a la garantía de la calidad de los programas es el Mánager del programa. Como figura de apoyo a la programación académica de la Universidad que desde su responsabilidad de gestión, contribuye al alcance de los objetivos académicos en los procesos de aseguramiento de la calidad de los programas, en las actividades de análisis, y en la proyección social o difusión derivadas de estas actividades. Esta función se desarrolla de manera coordinada entre todos los Managers de programa de acuerdo con Dirección de Operaciones.

El perfil principalmente implicado en la gestión del desarrollo de los programas es el técnico de gestión académica (TGA). Los estudios cuentan con un número determinado de estos profesionales en función del número de programas que ofrecen y del número de créditos desplegados. Existe una dirección coordinada de todos los técnicos de gestión académica de la Universidad, en torno a la dirección de operaciones a través de los managers de programa, con el fin de asegurar una visión transversal de los procesos relacionados con la gestión de la docencia: programación académica semestral, asignación a las aulas de colaboradores docentes, gestión en el aula de los recursos docentes y los materiales, seguimiento de incidencias y gestión de trámites de estudiantes.

El Grado cuenta con el apoyo directo de un total de 6 personas del equipo de gestión: un mánager de programa, 4 técnicos/as de gestión académica y una técnica de soporte a la dirección de los estudios. Los perfiles profesionales de las personas que ocupan actualmente dichos puestos es:

Manager de programa

- Licenciada
- 14 años de experiencia en el puesto

Técnico/a de gestión académica

- Licenciada
- 9 años experiencia en el puesto

Técnico/a de apoyo a la dirección

- Licenciada
- 5 año de experiencia en el puesto

Aparte de la adscripción concreta de personas a los Grados, la UOC tiene a disposición de la estructura docente una estructura de gestión que permite dar respuesta a la gestión y organización administrativa de los diferentes programas. Este planteamiento hace que no haya una adscripción a un programa concreto, sino que se dé respuesta a las diferentes necesidades de forma centralizada en diferentes equipos. Por lo tanto, la gestión se realiza tanto en relación directa con los programas desde diferentes equipos de gestión –como los de Servicios Académicos, Servicio a los Estudiantes, Recursos de Aprendizaje, o Planificación y Evaluación, entre otros– como de forma indirecta, desde

el resto de grupos operativos que dan servicio en ámbitos como el mantenimiento de los sistemas de información en la Universidad o los aspectos de gestión económica.

Los equipos de gestión identificados para dar respuesta a las necesidades del Grado son:

El Área de **Servicios Académicos** es el área responsable de posibilitar la gestión docente de la Universidad. Apoya los procesos de gestión vinculados a la docencia y facilita soluciones técnicas para la correcta implementación. Gestiona, además, el entorno virtual y los encargos realizados a los docentes colaboradores, y facilita los materiales en el aula para que la docencia y su evaluación sean posibles.

Gestiona los calendarios y las hojas personales de exámenes y pruebas finales de evaluación en las que los estudiantes pueden elegir día, hora de sus pruebas principales y la sede en la que quieren realizarlas, y coordina la realización de las pruebas virtuales que realizan estudiantes con necesidades especiales o residentes en el extranjero. Organiza la logística de todas las sedes de exámenes, no sólo en Cataluña sino también en el resto del territorio español, y posibilita los diferentes modelos de evaluación que ofrece la Universidad.

Realiza también la gestión académica de los expedientes, asegurando su óptima gestión desde el acceso del estudiante a la Universidad hasta su titulación. Posibilita los trámites ligados a la vida académica del estudiante, establece calendarios, diseña circuitos que garanticen una eficiente gestión de la documentación recibida, emite los documentos solicitados por los estudiantes (certificados, títulos oficiales, propios, progresivos, etc.), gestiona la asignación de becas, autorizaciones, convenios de trabajo de final de Grado y prácticas, y los traslados de expediente solicitados por el estudiante. Se gestiona la tramitación de la evaluación de estudios previos, desde las solicitudes hasta la resolución y sus posibles alegaciones.

Además, integra los servicios de la Biblioteca. La UOC cuenta con una Biblioteca Virtual, que tiene como principal objetivo proporcionar a estudiantes, docentes e investigadores acceso a la información necesaria para el desarrollo de sus funciones. La Biblioteca Virtual ofrece un conjunto de recursos y servicios a los distintos miembros de la comunidad universitaria y apoya especialmente a los estudiantes en el desarrollo de su actividad de aprendizaje facilitándoles la documentación requerida para superar con éxito la evaluación continua y los exámenes.

El funcionamiento de la Biblioteca se ha concebido para que pueda obtenerse lo que se necesita de forma inmediata y desde cualquier lugar con acceso a la red de Internet. El acceso a los contenidos y servicios de la Biblioteca Virtual se realiza mediante la página Web, que recoge, además de información general del servicio (información institucional y una visita virtual a la biblioteca), lo siguiente:

- El catálogo. Da acceso al fondo bibliográfico de la Universidad, tanto a la bibliografía recomendada como al fondo especializado en sociedad de la información, y a otros catálogos universitarios nacionales e internacionales.
- La colección digital. Permite acceder a toda la información en formato electrónico, bases de datos, revistas, enciclopedias y diccionarios en línea, libros electrónicos, portales temáticos, etc., organizados tanto por tipo de recurso como por las áreas temáticas que se imparten en la Universidad.

- Los servicios. Proporcionan acceso directo al préstamo, encargo de búsqueda documental y otros servicios de información a medida, como el servicio de noticias, la distribución electrónica de sumarios y el servicio de obtención de documentos.

El Área de **Estudiantes** garantiza la óptima incorporación y acogida de los nuevos estudiantes y de su progresión. Por medio del Campus Virtual, el estudiante accede a toda la información académica necesaria, cuenta con el asesoramiento personal de su tutor, puede visualizar en todo momento el estado de su expediente y tiene la opción de efectuar consultas en línea –incluso las relativas a temas relacionados con la informática de su punto de trabajo o de los materiales. Todo ello debe entenderse como un sistema integral de comunicación y atención que comprende no sólo la información del Campus, sino también un completo sistema de atención de las consultas individuales y un eficaz sistema de tratamiento de quejas, si estas se producen.

El Área es la responsable de los procesos de información pública de los planes de estudios.

La tutorización del estudiante se realiza mediante la asignación de un tutor personal para cada estudiante, que le acompañará en sus primeras andaduras en la Universidad, así como a lo largo de toda su vida académica. El tutor asesora y orienta a sus estudiantes; de forma permanente, realiza su seguimiento académico, conoce su rendimiento académico y, en definitiva, es conocedor de su progresión en los estudios.

La Universidad facilita también al estudiante un acompañamiento de tipo relacional-social, proporcionando los elementos necesarios para el enriquecimiento de la vida universitaria más allá de lo estrictamente académico o docente. El estudiante encontrará en el Campus Virtual toda una serie de ventajas culturales y comerciales, así como servicios pensados para cubrir sus necesidades. Por ejemplo, tiene la posibilidad de chatear, participar en alguno de los cuatrocientos foros de debate sobre todo tipo de temas, realizar compras por medio de la cooperativa o buscar su promoción laboral y profesional por medio de la bolsa de trabajo.

También lo es del desarrollo de los convenios interuniversitarios, de movilidad y de prácticas.

El **Área de Planificación y Calidad** está implicada principalmente en los procesos de programación académica, de verificación y evaluación de programas, así como en los procesos de evaluación de la actividad docente del profesorado. También recae en esta unidad el aseguramiento de los sistemas internos de garantía de la calidad. Es responsable de los datos oficiales e indicadores docentes de la universidad, y del servicio de encuestas.

6.2.1. Mecanismos de que se dispone para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no-discriminación de personas con discapacidad

Las universidades tenemos un papel relevante como creadoras y difusoras de culturas y conocimientos que nos ha convertido en instituciones clave para colaborar de forma decisiva en la transformación de nuestras sociedades. En este sentido, todas las personas que trabajamos en el ámbito universitario debemos sentirnos responsables de todos los saberes que contribuimos a construir y a amplificar. Pero también somos responsables de los saberes que, de manera más o menos consciente o explícita, no permitimos que afloren y lleguen a toda la ciudadanía.

Esta es nuestra misión. Sin embargo, en las universidades en general y en la nuestra en particular, persisten las prácticas androcéntricas. Esto se observa tanto en la composición del personal como en la distribución de los puestos de poder, en la producción científica y en los contenidos docentes.

A estas alturas es incuestionable que, si la UOC quiere ser excelente en todos los ámbitos — investigación, docencia e innovación—, necesitamos reconocer y utilizar todos los talentos de todas las personas que integramos la institución.

La creación de la Comisión de Igualdad de la UOC, tiene el encargo del Rectorado de impulsar medidas con el objetivo de que toda la comunidad universitaria aprenda a reconocer las diferencias de género, a valorarlas y a trabajar para transformar las prácticas organizativas, docentes y de investigación que impiden que esta diversidad se manifieste.

La UOC dispone desde 2007 de un plan de igualdad para el periodo 2007-2010. El Plan se ha revisado y el Consejo de Gobierno aprobó el pasado 23 de febrero de 2011 el nuevo Plan para el período 2011-2013. El nuevo plan parte de un diagnóstico que refleja la situación actual en la universidad y establece el conjunto de acciones que deben llevarse a cabo para la consecución de los objetivos marcados.

Ver el Plan de Igualdad de la UOC:

https://www.uoc.edu/portal/resources/ES/documents/la_universitat/igualtat/plan_igualdad_2015-2019_es.pdf

La investigación en Igualdad

El programa de investigación Género y TIC del IN3 analiza el papel del género en la sociedad de la información y la comunicación desde una óptica internacional.

El programa de investigación Género y TIC's analiza el rol del género en la sociedad de la información y comunicación desde una perspectiva internacional. Buscamos avanzar en el conocimiento sobre las formas tradicionales de discriminación de género y detectar las formas emergentes de exclusión / inclusión asociadas al género. Esto incluye investigar y visibilizar la subrepresentación continuada de las mujeres en las diversas áreas de Educación, investigación y empleo TIC, así como el análisis de las trayectorias de vida y contribuciones de las mujeres ya presentes en las TIC y las opciones de transformación que plantean.

Las principales líneas de investigación son:

- El análisis comparativo de las políticas de igualdad de género en Ciencia y Tecnología en Europa.
- El análisis comparativo de trayectorias de vida de las mujeres en las TIC.
- La movilidad internacional del personal altamente cualificado en el ámbito de la Ciencia y la Tecnología en perspectiva de género.
- La situación de la mujer en los estudios universitarios TIC.
- La situación de la mujer en la investigación y empleo TIC.
- El género y la elección de estudios TIC en secundaria.

- El género y su relación con las TIC y la creatividad.

Recursos humanos

La UOC incorpora la perspectiva de género en la totalidad de las políticas de gestión de las personas (selección, comunicación interna, retribución, contratación, formación y desarrollo) y posee medidas específicas para el fomento de la conciliación entre vida personal y profesional. Es Premio Nacional Empresa Flexible 2007 y participa en diversos foros donde se comparten prácticas sobre igualdad y conciliación.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

7.1. Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

Espacios docentes y específicos para el aprendizaje

La UOC tiene como base un modelo de enseñanza a distancia centrado en el estudiante. Este modelo utiliza las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para facilitarle espacios, herramientas y recursos que le permiten la comunicación y el desarrollo de su actividad académica. El espacio principal donde esto tiene lugar es el Campus Virtual. En él, el aula es el espacio virtual en el que el estudiante accede al plan docente de las asignaturas (objetivos, planificación, criterios de evaluación, actividades y recursos), se relaciona con los profesores y con los compañeros de grupo de modo permanente y vive la experiencia de aprender y de generar conocimiento compartiendo sus ideas o propuestas.

El aula virtual cuenta con tres espacios de comunicación básicos: el tablón del profesor, el foro y el debate. Asimismo, y en lo que se refiere a la evaluación de los aprendizajes, el aula permite el acceso al registro de resultados de la evaluación continua y final de todas y cada una de las asignaturas.

La tipología de aulas para las asignaturas puede ser estándar, de especial dedicación y el trabajo final de grado (TFG) o prácticum.

- En las asignaturas estándar, la acción docente sigue un plan de aprendizaje común, la atención se realiza principalmente por medio de los buzones personales de cada estudiante, los buzones grupales y la dinamización del colaborador docente en el aula. El ratio de estudiantes por aula virtual en las asignaturas estándar es de un máximo de 75 estudiantes. La media hasta ahora en la licenciatura, que queda sustituida, ha sido de 60 estudiantes por aula.
- En las asignaturas con especial dedicación priman los elementos de individualización sobre los grupales, de manera que cada estudiante o grupos reducidos de estudiantes siguen un itinerario de aprendizaje diferenciado. La ratio de estudiantes en las asignaturas con especial dedicación es recomendable que sea inferior a las de las asignaturas estándar.
- En las asignaturas Prácticum y Trabajo Final de Grado (TFG) se precisa realizar un trabajo de seguimiento y tutoría individualizado y personalizado. La ratio de estudiantes por aula en las asignaturas de Trabajo Final de Grado (TFG) es recomendable que también sea inferior a las de la tipología de asignaturas antes mencionadas.

Prácticas

Tal como se explicita en el punto 5 de la memoria, este Grado contempla 12 créditos de prácticas (materia Practicum). Las figuras docentes implicadas en el diseño y desarrollo de los procesos

relacionados con las prácticas son el profesor responsable de la asignatura y el profesional colaborador docente de la asignatura.

Las figuras internas dedicadas a la gestión de las prácticas son los técnicos de gestión académica.

En el plan de estudios del Grado se establecen los requisitos de formación necesarios para que el estudiante pueda formalizar la matrícula correspondiente al Practicum. El tutor orientará sobre el proceso que hay que seguir para el desarrollo de esta materia.

Con el fin de dar respuesta a las diferentes situaciones personales y profesionales de nuestros estudiantes, en el marco del Practicum se ofrecen diferentes modalidades de prácticas: prácticas en empresas externas: prácticas virtuales en entornos colaborativos y implementación de un proyecto práctico / emprendedor, según se detalla en el apartado 5.12. Módulo 8: Prácticum.

En el caso de que implique la realización de prácticas externas, el estudiante, antes del periodo de matriculación, deberá elegir un centro donde realizarlas, ya sea de entre la selección de plazas propuestas por el mismo programa o bien de entre las propuestas por el propio estudiante.

En cualquier caso, y especialmente en el segundo, la dirección académica del programa o en quien delegue validará que tanto el centro como el proyecto sean los adecuados, y se comunicarán al centro las solicitudes asignadas.

Se firmará un convenio de cooperación educativa con cada una de las instituciones o empresas que acogen estudiantes. Igualmente, se establece un convenio concreto para cada estudiante donde se concreta el proyecto que hay que realizar, las condiciones y las personas que harán el seguimiento y la evaluación del estudiante. La Universidad tiene los mecanismos adecuados (actividades de difusión de los propios estudios, red de empresas asociadas) para gestionar esta actividad. Igualmente, el perfil del estudiante de la UOC permite en muchos casos realizar la actividad en la propia empresa o institución donde trabaja el estudiante, lo cual beneficia en muchos casos tanto al propio estudiante como a la empresa.

Algunas de las empresas donde han realizado prácticas nuestros estudiantes (curso 2018) son:

- Actiup. Comunicació
- Ajuntament de Calvià
- Ajuntament de Manacor
- Ajuntament de Reus
- Ajuntament del Masnou
- Ara Balears
- Associació Gràcia Territori Sonor
- Canal Reus
- Chateaufarm España S.A
- Club Fitness DIR
- Comunicacions Audiovisuales de Sabadell S.L.U.
- Comunicae Seedrelease Network S.L
- Consell Insular d'Eivissa
- DeMomentSomTres

Diario de Mallorca
 Enfoca
 Euskal Irrati Telebista S.P
 Fragmenta Editorial
 Fundació Privada AVAN
 Hospital Universitari Sagrat Cor
 Joventuts Musicals d'Espanya
 Judith Antolín Studio
 La Bonne - CCD Francesca Bonnemaïson
 Labrad
 Leading Sense
 Lovember Fashion SL
 Makeat
 Manifiesto Advertising Group
 Minimilks Marketing and Branding, SL
 Mutua Madrileña Automovilista
 New Media Audiovisual S.L.U
 Nexcom Servicios Integrales S.L.
 Nexus Global Communications
 Noxvo
 Omnigaea SL
 PHD Media Spain SLU
 Porta4
 Prensa Sport
 PROMICSA (Editora de Diari de Tarragona)
 Protex
 Qua! Social Media
 Ràdio Estel
 Renovación Digital SL
 Ricardo Albiñana Films SA
 Sala Cero Teatro
 Savings United GmbH
 Tac12 televisió
 Termcat
 The Colours Box
 Videoproduccions Mabs SLU
 Wallner Group
 XXL Online

Biblioteca y Recursos de aprendizaje

Desde su inicio, la UOC proporciona a sus estudiantes los recursos de aprendizaje vinculados a cada una de sus asignaturas para la realización de su actividad docente.

El origen de estos recursos de aprendizaje es múltiple. Pueden ser materiales docentes que la propia UOC encarga y elabora o pueden ser recursos existentes en la red o ya publicados por terceros.

El encargo y elaboración de los materiales docentes propios es una característica del modelo de

aprendizaje de la UOC. En estos momentos, la UOC tiene un volumen considerable de materiales docentes elaborados por expertos y editados por profesionales que se encargan de hacer tratamiento didáctico, corrección y/o traducción, edición y maquetación.

El tratamiento didáctico consiste en dar forma al contenido del autor, convertir frases largas en cortas, elaborar párrafos sencillos, destacar textos o ideas importantes, poner ejemplos o añadir recursos gráficos que puedan facilitar la comprensión y lectura del texto. Además los contenidos pasan todos por una revisión lingüística, estilística y ortotipográfica, así como la traducción a otros idiomas si hace falta.

La edición del contenido docente UOC se hace en XML de forma que el contenido tiene múltiples versiones: web, pdf, audio o dispositivo electrónico.

Cada año la UOC hace una inversión en nuevos contenidos y en la renovación de aquellos que han quedado obsoletos.

Por otro lado, los usuarios de la UOC cuentan con una Biblioteca Virtual, tal como se explica en el apartado 6 de esta memoria, que tiene como principal objetivo proporcionar a estudiantes, docentes e investigadores acceso a la documentación e información necesaria para el desarrollo de su actividad.

La Biblioteca Virtual de la UOC es accesible a través del portal web para toda la comunidad universitaria e incluso para usuarios externos en el caso de algunos servicios y colecciones. Asimismo, se accede a ella directamente desde las aulas del Campus Virtual por medio del espacio 'Materiales y fuentes', que reúne y proporciona una selección rigurosa de recursos, preparada conjuntamente entre el profesorado y el equipo de la Biblioteca. Este espacio de recursos está presente en todas las asignaturas, facilita a los estudiantes el seguimiento de las actividades propuestas y les permite tener a su alcance fuentes de información y recursos actualizados para cada ámbito. Los recursos que se incluyen en el aula son de tipología diversa: contenidos creados *ad hoc* (anteriormente descritos) artículos, bases de datos, libros electrónicos, revistas electrónicas, software, ejercicios de autoevaluación, enlaces a la bibliografía recomendada, recursos de información electrónica gratuitos, etc. De esta forma los estudiantes disfrutan de una biblioteca a medida para cada asignatura.

Los contenidos docentes de las aulas son revisados cada semestre por el profesor responsable con el apoyo técnico del equipo de Biblioteca, quienes se responsabilizan de gestionar el proceso de generación de contenidos docentes, ya sea mediante la contratación y creación de obras UOC, como mediante la gestión de derechos de autor de material ya publicado. Este material se complementa con la bibliografía recomendada y otras fuentes de información que se actualiza semestre a semestre.

La red territorial

La UOC cuenta con una red territorial formada por sedes y puntos de información.

Esta red representa el vínculo y el compromiso entre la Universidad y el territorio. Su misión es difundir el conocimiento que genera la Universidad, dar a poyo y dinamizar la comunidad universitaria, contribuyendo a la transformación de la sociedad.

Los objetivos de esta red son:

- Potenciar la visibilidad y la notoriedad de la universidad.
- Promover y potenciar las relaciones con el entorno local, actuando como dinamizador del territorial.
- Acercar y adecuar los servicios y recursos que faciliten la formación virtual.
- Canalizar y atender las necesidades de la comunidad universitaria.

Actualmente existen 67 dispositivos territoriales

17 sedes territoriales: Manresa, Salt, Barcelona, Reus, Lleida, Sabadell, Terrassa, Sant Feliu de Llobregat, Tortosa, Vic, L'Hospitalet del Llobregat, Granollers, Tarragona, Vilanova i la Geltrú, Madrid, Sevilla y Valencia.

51 Puntos de información: Amposta, Andorra, Badalona (Can Casacuberta i Llefià), Banyoles, Barcelona (Les Corts, Vila Olímpica, Sant Andreu y Horta-Guinardó), La Bisbal d'Empordà, Berga, Blanes, Ciutadella, Coma-ruga, Eivissa, Figueres, Gadesa, L'Alguer, Igualada, Manacor, Martorell, Mataró, Montblanc, Mora d'Ebre, Olot, Palafrugell, La Pobla de Segur, Puigcerdà, Ripoll, Rubí, Santa Coloma de Farners, La Seu d'Urgell, Solsona, Sort, Tarragona, Tàrraga, Valls, Barberà del Vallès, Manlleu, Masquefa, Ribes de Freser, La Fatarella, La Pobla de Segur, Santa Bàrbara, Vallirana, Vidreres, Tremp, Pont de Suert, l'Ametlla de Mar, Pineda de Mar, Vilafranca del Penedès, Balaguer y Falset.

Los servicios que ofrecen las sedes son:

- Asesoramiento personalizado de la oferta formativa de la Universidad.
- Apoyo a la gestión académica, posibilidad de entrega y recogida de documentación, entrega de títulos y resolución de dudas académicas.
- Servicio de retorno y préstamo bibliográfico.
- Centro de recursos, con la puesta a disposición de conexión a internet, equipamiento audiovisual, salas de estudio y salas de reuniones.
- Participar en los órganos de representación de los estudiantes en el territorio a través de las comisiones de sede.
- Participar en las actividades que se organizan regularmente, como talleres i ciclos de conferencias: <http://territori.blogs.uoc.edu>
- Asistir a las Jornadas de acogida, actividades dirigidas a estudiantes de nuevo acceso para facilitar la incorporación a la Universidad. En estas jornadas se ayuda al estudiante a identificar los aspectos más relevantes de su nueva etapa formativa.

Los servicios que ofrecen los puntos de información son:

- Información general sobre la oferta formativa de la Universidad.
- Devolución de los préstamos del fondo bibliográfico.
- Conexión a Internet y uso de salas de estudio.

Los mecanismos existentes de mejora y supervisión de los servicios que se ofrecen en esta red se detallan a continuación:

- Comisiones de sedes, formada por los representantes de los estudiantes de la zona territorial que representa cada una, escogidos por votación entre los propios estudiantes. Las funciones de las comisiones de sede (que preside el director de la sede correspondiente) son proponer mejoras de los servicios que se ofrecen y proponer actividades a realizar.
- Buzón de sugerencias en cada sede.
- Plan de mantenimiento anual de los espacios (infraestructuras), que supervisan los diferentes directores territoriales.
- Plan de mantenimiento de las infraestructuras tecnológicas (sustitución de los equipos informáticos cada 5 años como máximo).
- Encuesta a los estudiantes usuarios de las sedes.
- Detección de las necesidades de los estudiantes directamente a través de los comentarios que envían al personal de atención de las sedes.

Inversiones

Por la propia naturaleza de la Universidad, no existen inversiones específicas para los programas.

Las inversiones en equipamientos de la Universidad son de carácter general y se distribuyen en inversiones en las oficinas de gestión, en las inversiones en los centros de soporte y sus bibliotecas, y en las inversiones en aplicaciones informáticas y el Campus Virtual (en el que se imparte la docencia) y que afectan por igual a todos los programas de formación.

Seguridad

El Campus Virtual es el espacio donde se desarrolla toda la actividad docente y un espacio de comunicación y relación entre los usuarios. Permite a docentes y estudiantes enseñar y aprender mediante el uso de más de 20 herramientas distintas como wikis, blogs, foros, videoconferencia, vídeos, materiales didácticos, buscadores, etc. Es un entorno abierto que permite añadir nuevas herramientas y también un sistema de gestión que permite al PAS gestionar la creación de las aulas, la asignación de usuarios y la copia de información semestre a semestre de forma automática.

La UOC realiza encuestas de uso y satisfacción, y análisis periódicos de las necesidades de los usuarios. Las mejoras y desarrollos se fundamentan en una metodología de diseño centrado en el usuario asegurando así la usabilidad y adecuación a las necesidades. Dispone de un comité de accesibilidad que centraliza y gestiona las peticiones de accesibilidad de los alumnos con discapacidad.

El Campus Virtual ha garantizado el acceso de los usuarios a pesar del incremento anual constante (de los 200 usuarios del curso 1995-1996 a los más de 45.000 del curso 2010-2011).

Actualmente registra una media de 2000 conexiones simultáneas diarias y picos puntuales de más de 6000 usuarios simultáneos. Los datos se pueden consultar en tiempo real en:

http://www.uoc.edu/portal/castellano/tecnologia_uoc/infraestructures/campus/index.html

El Campus Virtual se fundamenta en estándares tecnológicos internacionales y en una arquitectura orientada a servicios. La consultora Gartner ha publicado en el año 2011 un estudio de caso para instituciones de educación virtual basado en el modelo tecnológico del Campus Virtual de la UOC, destacándolo como ejemplo y modelo a seguir [Gartner, 28 March 2011, Case Study: Approaching the Learning Stack. The Third-Generation LMS at Universitat Oberta de Catalunya].

La Universidad dispone de un sistema de seguimiento de las incidencias que se producen en el Campus Virtual que permite conocer y resolver los errores y paradas que puedan haber perjudicado la accesibilidad de los estudiantes. Los niveles de servicio se sitúan por encima del 99%, estándar de calidad de servicio en Internet.

Antes de que un servicio esté disponible por el usuario, se sigue un proceso de control con el objetivo de garantizar que su funcionamiento sea el adecuado. Para ello se dispone de un entorno de prueba y un entorno de pre-producción, que permiten realizar test funcionales, de integridad y de carga sin condicionar el entorno de producción.

La UOC dispone de dos salas de máquinas propias. Una principal que alberga los entornos de producción, y otra más pequeña que es donde residen los entornos de contingencia y preproducción. Ambas salas se encuentran protegidas por distintos sensores, que pueden enviar alarmas a través de la red. Existen sistemas de monitorización y vigilancia 24x7 que permiten aplicar procedimientos para la recuperación de un servicio en el mínimo tiempo posible. La infraestructura se basa en sistemas redundados de alta disponibilidad donde los posibles puntos de fallo se duplican y de manera automática entra en funcionamiento un elemento de reserva de modo que el servicio no se ve afectado. Los niveles de servicio se sitúan por encima del 99%, estándar de calidad de servicio en Internet.

Los sistemas de almacenamiento están duplicados y se realizan copias de seguridad de todos los datos. Existe una política de acceso a los datos y protocolos de seguridad. La institución tiene un responsable de seguridad de los datos. Se contratan periódicamente auditorias de seguridad y existe guías de desarrollo seguro que se aplica en los desarrollos.

7.2. Previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios

Política de financiación y asignación de recursos

La Universitat Oberta de Catalunya inició el año 1998 el establecimiento de los compromisos presupuestarios con la Generalitat de Catalunya por medio de los correspondientes contratos programa. Este instrumento permite valorar la actividad que se llevará a cabo por parte de la Universidad, que incluye la programación de nueva oferta, y establece las necesidades de transferencia anual para la realización de dicha actividad en el marco estratégico de la Universidad y condicionado a la implantación de acciones de mejora de la calidad.

El 5 de marzo de 2009, la Universitat Oberta de Catalunya firmó un nuevo Contrato Programa con el Departamento de Innovación, Universidad y Empresa, para los periodos de 2009 a 2014, que recoge los objetivos de adaptación de la actual oferta formativa de la Universidad –que es donde queda

circunscrita la propuesta de Grado que aquí se presenta–, así como la creación de nueva oferta, también en el marco de la implantación del EEES, y las necesidades de subvención que este despliegue implica.

Estas necesidades se determinan a partir de la relación de costes para el desarrollo de la actividad en lo que se refiere a transferencia corriente, y a las necesidades de inversión en materiales didácticos para el aprendizaje, en tecnología y aplicaciones para el Campus virtual y en infraestructura tecnológica para su mantenimiento, por lo que corresponde a la subvención de capital.

Las necesidades de materiales didácticos para el programa que se presenta, se determinan anualmente a través del Plan de despliegue de la titulación que se refleja en esta memoria en el capítulo 10.

Plan de viabilidad

El plan de viabilidad económica que se presenta, tiene en cuenta la estructura de gasto variable directamente asociado a la titulación en cada curso y que se detalla bajo los epígrafes de:

- tutoría y docentes colaboradores, cuya necesidad viene determinada por el número real de matriculados,
- replicación y envío de materiales docentes (gastos no asociados a la inversión), y
- comisiones de cobro de la matrícula (gastos financieros).

Estos capítulos se rigen por una fórmula de gasto variable, asociada al número de alumnos y créditos de matrícula. La evolución de la matrícula y la rematrícula de estudiantes y créditos para el Programa se han estimado por parte del Área de marketing de la Universidad y sus valores permiten determinar el ingreso estimado del programa derivado de los derechos de matrícula. Además se han estimado las inversiones para la elaboración de los nuevos recursos docentes del programa.

El cálculo que se presenta no incluye las necesidades transversales de gestión y tecnológicas, así como las necesidades de profesorado detectadas.

El programa está completamente desplegado, en el momento de su verificación se presentaron los siguientes datos en relación a la estimación de ingresos, gastos variables e inversiones:

	2009	2010	2011	2012
Estudiantes nueva incorporación	214	396	402	408
Estudiantes rematriculados	0	456	912	1.250
Estudiantes computables	199	819	1.278	1.620
INGRESOS DE MATRÍCULA	140.478	518.191	793.154	1.009.508
GASTOS VARIABLES	59.421	293.051	512.721	738.973
Tutoría	9.669	48.476	85.335	124.241
Colaboración docente	42.868	214.359	378.112	549.625

Replicación y envío de materiales	6.446	28.535	46.597	61.564
Gastos financieros	438	1.681	2.677	3.543
INVERSIÓN EN RECURSOS DOCENTES	81.057	130.879	173.798	0

**Datos correspondientes al despliegue de este grado.*

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación

Para la estimación de los resultados previstos se han valorado los resultados obtenidos en éste grado durante los cursos de su implantación: 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012, 2012-2013 y 2013-2014.

Tasa de graduación

Debido a las características específicas de los estudiantes de la UOC (número de créditos matriculados por curso significativamente inferior al número de créditos teóricos por curso) la tasa de graduación además de en T+1, también la calculamos en T+2, T+3,... ya que aporta más información sobre la evolución de la graduación de las diferentes cohortes.

Esta tasa, en el grado ha tenido estos valores en el curso 2013-2014:

	Cohorte 2009-2010
Tasa de graduación en T+1	10,2%

La previsión para la tasa de graduación es:

Tasa de graduación en T+1	10%
---------------------------	-----

Debido al perfil específico de los estudiantes de la UOC que matriculan un número de créditos a tiempo parcial y, por tanto, dedican un número de cursos superior a T+1 para graduarse, la UOC también medirá las tasas de graduación en T+2 años, T+3 años,... ya que aportan más información sobre la evolución de la graduación de las diferentes cohortes.

Tasa de abandono

Para la estimación de esta tasa, de nuevo se han considerado los resultados obtenidos por los Grados de la UOC. Esta tasa, en las titulaciones de ciclo largo de la UOC ha tenido estos valores:

	Cohorte 2009-2010
Abandono en T+1	47,3%

Así, pues, se propone que estos valores se estimen en los intervalos siguientes:

Abandono en T+1	Entre un 40% y un 45%
-----------------	-----------------------

Mientras no pueda consolidarse un valor a partir del despliegue total del programa, se considerará el 45%.

Tasa de eficiencia

Para la estimación de esta tasa se han tenido de nuevo en cuenta los resultados obtenidos por los Grados de la UOC, si tenemos en cuenta que esta tasa está muy relacionada con las tasas de éxito y rendimiento, y estas también se han mantenido estables en los últimos cuatro años, la previsión es que la tasa de eficiencia siga siendo para los programas de Grado superior al 80% con vistas a crecer y establecer como objetivo la tasa del **90%**.

Además de las tasas exigidas, la Universidad considera necesario establecer objetivos de rendimiento académico para cada curso; los indicadores para la valoración de la consecución de estos objetivos son los siguientes:

Tasa de éxito

La tasa de éxito corresponde al número de créditos superados / número de créditos presentados. Esta tasa, en la titulación durante su implantación ha tenido estos valores:

	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Titulaciones de grado (%)	94,1%	93,0%	91,4%	92,2%	91,7%

La tasa de éxito se ha mantenido estable en los últimos cuatro años y la previsión es que siga siendo superior al 90%.

Tasa de rendimiento

Esta tasa corresponde al número de créditos superados / número de créditos matriculados. Esta tasa, en la titulación durante su implantación ha tenido estos valores:

	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Titulaciones de grado (%)	69,8%	72,2%	73,5%	75,1%	74,6%

La tasa de rendimiento ha aumentado ligeramente en los últimos años. La previsión es que la tasa se mantenga por encima del 65%.

Tasa de satisfacción

Esta tasa, que corresponde a la media de las respuestas a la pregunta de satisfacción general del curso en una escala de 1 a 5 (siendo 5 una valoración muy positiva y 1 muy negativa), en los grados de la UOC, los resultados han sido los siguientes:

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Grados EEES (media)	4,0	4,0	4,0	4,1	4,1	4,0

La tasa de satisfacción se ha mantenido estable alrededor del 4, se valorarán como resultados satisfactorios medias de satisfacción superiores a $4 \pm 0,1$ entre valores de 1 a 5.

Todos los datos estimados se revisarán por medio de los resultados semestrales obtenidos a partir del despliegue de la titulación y se revisarán de acuerdo con ellos. Esta revisión permitirá ir ajustando tanto los resultados reales como la estimación de los objetivos que hay que alcanzar como resultados satisfactorios para este Grado.

8.2 Progreso y resultados de aprendizaje

Cada final de semestre se facilita, con el máximo detalle, los resultados por medio de los sistemas de información de la Universidad, cuyos indicadores principalmente quedan recogidos en su Datawarehouse, que es la fuente básica de información de los resultados de valoración de la docencia para el profesorado. La información se recoge en todos los ámbitos (programa, asignatura y aula) y, por tanto, va dirigida a diferentes perfiles (director de estudios, director de programa y profesor responsable de asignatura).

Las principales fuentes de información que permiten la obtención de los datos son las siguientes:

- Gestión académica.
- Proceso de recogida de la satisfacción de los estudiantes.

Los resultados de estos procesos se cargan semestralmente en el Datawarehouse de la Universidad. La validación de estos procesos y la idoneidad de los indicadores es una función coordinada por el equipo de evaluación y calidad, que periódicamente se reúne con los administradores de los estudios para asegurar el uso y la garantía de los indicadores. Estos resultados son valorados por asignatura por el profesor responsable de la asignatura, que puede determinar la necesidad de mayor información detallada para conocer las causas de los resultados o analizar las actividades y pruebas de evaluación, puesto que todas ellas son accesibles con las herramientas del profesor en formato digital.

El director del programa, en el marco de la Comisión de la Titulación valorará los resultados globales de la titulación. Esta valoración incluye la comparación con la información de previsión de resultados. Las valoraciones hechas por la Comisión y las posibles acciones de mejora que hay que desarrollar deberán ser recogidas por el director del programa y validadas por su director de estudios.

Los principales resultados que se valoran en la Comisión de la Titulación semestralmente corresponden a las siguientes variables:

- Rendimiento: se valoran los ítems de seguimiento de la evaluación continua, tasa de rendimiento y tasa de éxito.

- Continuidad: se valora el abandono principalmente a partir de la rematrícula o las anulaciones voluntarias de primer semestre.
- Satisfacción: se valoran los ítems correspondientes a la acción de docencia, la planificación, los recursos de aprendizaje y el sistema de evaluación.

A final de cada curso, además de los resultados expresados, se recogen los correspondientes al balance académico de curso, que presenta el vicerrector responsable de calidad y a la Comisión de Programas:

- Rendimiento: se valoran los mismos ítems.
- Continuidad: se valoran los mismos ítems y, además, la tasa de abandono.
- Satisfacción: se valoran los mismos ítems y, además, la satisfacción con la UOC, el programa, su aplicabilidad y los servicios.
- Graduación: tasa de graduación y de eficiencia; en este caso se valora empezar a disponer de estos a partir del curso 2015-16.
- Inserción o mejora profesional: a partir de los estudios propios elaborados por la universidad cada dos años y a partir de los resultados obtenidos por los estudios transversales realizados por las universidades catalanas con el apoyo de AQU.

Este conjunto de datos está disponible para todos los tipos de asignatura, aunque también está previsto disponer de información adicional para los trabajos de final de grado y también de las prácticas. En estos casos es pertinente valorar las memorias y los trabajos realizados para valorar la adquisición del conjunto de competencias previstas.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

https://www.uoc.edu/portal/_resources/CA/documents/qualitat/politica-qualitat/Manual_SGIQ_v.1_ES.pdf

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1. Cronograma de implantación de la titulación

El cronograma de implantación de la titulación no muestra cuál ha de ser el itinerario de un estudiante para seguir el grado, sino que señala el semestre en que por vez primera se ofrecerán las distintas asignaturas. A partir de esta primera oferta, las asignaturas se impartirán cada curso de forma ininterrumpida.

Curso lectivo 2009-2010	
Semestre1 20091	Semestre 2 20092
<ul style="list-style-type: none"> ● Competencias TIC en comunicación (6 ECTS) ● Lengua y comunicación (6 ECTS) ● Régimen jurídico de la comunicación (6 ECTS) ● Teorías de la comunicación (6 ECTS) ● Estructura de la comunicación (6 ECTS) ● Idioma moderno I: Inglés (6 ECTS) ● Iniciativa emprendedora (6 ECTS) ● Búsqueda y recuperación de la información (6 ECTS) ● Introducción a la comunicación audiovisual (6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión de contenidos (6 ECTS) ● Sociología de la comunicación (6 ECTS) ● Introducción a las relaciones públicas (6 ECTS) ● Introducción a la publicidad (6 ECTS) ● Expresión oral y escrita (6 ECTS) ● Pensamiento creativo (6 ECTS) ● Idioma moderno II: Inglés (6 ECTS)
54 ECTS	42 ECTS
Curso lectivo 2010-2011	
Semestre1 20101	Semestre 2 20102
<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la empresa (6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Psicología de la comunicación (6 ECTS) ● Expresión audiovisual (6 ECTS) ● Introducción al periodismo (6 ECTS) ● Sistemas y procesos de las relaciones públicas (6 ECTS) ● Creatividad publicitaria I (6 ECTS) ● Estructura del sector audiovisual (3 ECTS) ● <i>Lobbisme</i> y grupos de influencia (6 ECTS) ● Fundamentos del marketing (6 ECTS)
6 ECTS	45 ECTS
Curso lectivo 2011-2012	
Semestre1 20111	Semestre 2 20112

<ul style="list-style-type: none"> ● Guión audiovisual (6 ECTS) ● Narrativa audiovisual (6 ECTS) ● Producción audiovisual (6 ECTS) ● Técnicas de relaciones públicas (6 ECTS) ● Diseño visual y expresión gráfica (6 ECTS) ● Realización audiovisual (6 ECTS) ● Teoría y práctica del montaje audiovisual (6 ECTS) ● Fundamentos de la planificación de medios (6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sistemas y procesos de la publicidad (6 ECTS) ● Tecnología de los medios audiovisuales (6 ECTS) ● Comunicación política e institucional (6 ECTS) ● Estética digital y <i>media art</i> (6 ECTS) ● Organización de eventos y protocolo (6 ECTS) ● Periodismo digital (6 ECTS) ● Producción y distribución multiplataforma (6 ECTS) ● Redacción periodística (6 ECTS) ● Investigación de mercados (6 ECTS)
48 ECTS	54 ECTS
Curso lectivo 2012-2013	
Semestre1 20121	Semestre 2 20122
<ul style="list-style-type: none"> ● Comunicación del patrimonio cultural (6 ECTS) ● Creatividad publicitaria II (6 ECTS) ● Derecho de la publicidad (3 ECTS) ● Dirección de cuentas (6 ECTS) ● Diseño y creación sonora (6 ECTS) ● Planificación estratégica y creativa (3 ECTS) ● Planificación de medios (6 ECTS) ● Trabajo Final de Grado (6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Comunicación de crisis (6 ECTS) ● Comunicación persuasiva en medios digitales (6 ECTS) ● Distribución audiovisual (3 ECTS) ● Lenguajes publicitarios(6 ECTS) ● Organización y procesos periodísticos (6 ECTS) ● Políticas de comunicación (3 ECTS) ● Propiedad intelectual (6 ECTS) ● Vídeo de creación (6 ECTS)
42 ECTS	42 ECTS

Implantación de asignaturas de nueva creación que se incorporan a partir del trámite de modificación (2019):

Curso lectivo 2020-2021	
Semestre 1 20201	Semestre 2 20202
<ul style="list-style-type: none"> ● Audiencias y consumos (6 ECTS) ● Creatividad publicitaria (6 ECTS) ● Ejercicio de la profesión periodística (6 ECTS) ● Técnicas de redacción periodística (6 ECTS) ● Periodismo de investigación y datos (6 ECTS) ● Infografía y visualización (6 ECTS) ● Animación (6 ECTS) ● Diseño del Trabajo Final de Grado (6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Taller de proyectos de relaciones públicas (6 ECTS) ● Periodismo especializado (6 ECTS) ● Taller de fotografía (6 ECTS) ● Taller de redacción publicitaria (6 ECTS) ● Taller de periodismo transmedia ● Practicum (12 ECTS)
48 ECTS	42 ECTS

10.2. Adaptación de los estudiantes procedentes de planes de estudio existentes

La implantación de éste plan de estudios supone la extinción de la Licenciatura de 2º ciclo en Comunicación Audiovisual con código de Registro: 3065000 y Licenciatura 2º ciclo en Publicidad y Relaciones Públicas con código de Registro 3042000, la adaptación al nuevo plan de estudios se llevará a cabo según la siguiente tabla de equivalencias.

(*) A partir del trámite de modificación (2019)

Licenciatura Publicidad y RP	Carácter	Créditos	Grado de Comunicación	Grado de Comunicación (*)	Carácter	Créditos
Inglés y comunicación	O	4,5	Idioma moderno I:Inglés	Inglés B2.1	B	6
			Idioma moderno II:Inglés	Inglés B2.2	O	6
Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas I + Teoría técnicas de las relaciones públicas II	T	5	Introducción a las relaciones públicas	Introducción a las relaciones públicas	O	6
Publicidad y Relaciones Públicas II	P	6		Introducción a las relaciones públicas	O	6
Arte y estética digital	P	4,5	Estética digital y media art	Taller de audiovisual experimental	P	6
Comunicación de crisis	P	4,5	Comunicación de crisis	Comunicación de crisis i RSC	P	6
Comunicación del patrimonio cultural	P	4,5	Comunicación del patrimonio cultural		P	6
Comunicación e información audiovisuales I	P	6	Introducción a la comunicación audiovisual	Introducción al sector audiovisual	O	6
Comunicación e información audiovisuales II	P	6	Expresión audiovisual	Cultura de la imagen	O	6
Comunicación persuasiva en los medios digitales	P	6	Comunicación persuasiva en medios digitales	Comunicación persuasiva en medios digitales	P	6
Comunicación política y de instituciones Públicas	P	4,5	Comunicación política e institucional	Comunicación política e institucional	P	6
Creatividad publicitaria I	T	5	Creatividad publicitaria I		P	6
Creatividad publicitaria II	T	5	Creatividad publicitaria II	Creatividad publicitaria	P	6
Dirección de cuentas	P	4,5	Dirección de cuentas	Dirección de cuentas y planificación estratégica	P	6
Diseño visual	P	4,5	Diseño visual y expresión gráfica	Diseño visual y expresión gráfica	O	6
Economía de la empresa	P	6	Introducción a la empresa	Empresa y marketing	B	6
Estrategias de producción y distribución multiplataforma	P	4,5	Producción y Distribución multiplataforma	Producción y Distribución multiplataforma	P	6
Estructura del sistema audiovisual	P	4,5	Estructura del sector audiovisual		O	6
Ética y régimen jurídico de la publicidad i las R. Públicas	P	6	Derecho de la publicidad	Régimen jurídico de la comunicación	B	6
Fundamentos de tecnología audiovisual	P	4,5	Tecnología de los medios audiovisuales		O	6
Investigació de mercats I	P	4,5	Investigación de mercados		P	6
La era de la información y los medios de comunicación	O	4,5	Estructura de la Comunicación	Comunicación y sociedad	B	6
Lenguaje, expresión y comunicación	P	8	Lengua y Comunicación	Lengua y Comunicación	O	6

Lenguaje publicitario	P	4,5	Lenguajes publicitarios	Taller de redacción publicitaria	P	6
Lobbismo y grupos de influencia	P	4,5	Lobbismo y grupos de influencia	Lobbismo y grupos de influencia	P	6
Marketing, distribución y Publicidad audiovisual	P	4,5	Distribución audiovisual		O	6
Marketing I	O	6	Fundamentos del marketing	Empresa y marketing	B	6
Marketing II	P	6	Dirección de marketing		P	6
Planificación y medios publicitarios I	T	5	Fundamentos de la planificación de medios	Planificación de medios publicitarios	P	6
Planificación y medios publicitarios II	T	5	Planificación de medios	Planificación de medios publicitarios	P	6
Protocolo y organización de eventos	P	4,5	Organización de eventos y protocolo	Organización de eventos y protocolo	P	6
Psicología de la comunicación	P	4,5	Psicología de la Comunicación		B	6
Publicidad i Relaciones Públicas I	P	6	Introducción a la publicidad	Introducción a la publicidad	O	6
Redacción periodística	P	4,5	Redacción periodística	Técnicas de redacción periodística	P	6
Sistemas y procesos de la Publicidad i de las R.P. I	T	5	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	O	6
Sistemas y procesos de la Publicidad i de las R.P. II	T	5	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	O	6
Sociología de la comunicación de masas	P	5	Sociología de la Comunicación	Comunicación y sociedad	B	6
Teoría de la comunicación y la información	P	5	Teorías de la Comunicación	Teorías de la comunicación	O	6
Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas II	T	5	Técnicas de relaciones públicas	Técnicas de relaciones públicas	O	6
Practicum I	O	6	Practicum			
Documentació audiovisual	P	4,5		Fuentes de información y documentación digital	B	6

(*) A partir del trámite de modificación (2019)

Licenciatura CAV	Carácter	Créditos	Grado de Comunicación	Grado de Comunicación (*)	Carácter	Créditos
Inglés y comunicación	O	4,5	Idioma moderno II:Inglés	Inglés B2.1	O	6
			Idioma moderno I:Inglés	Inglés B2.2	O	6
Derecho de la información	T	4,5	Régimen jurídico de la comunicación	Régimen jurídico de la comunicación	O	6
Ética y régimen jurídico de la comunicación	T	4,5		Régimen jurídico de la comunicación		
Arte interactivo	P	4,5	Estética digital y media art	Taller de audiovisual experimental	P	6
Comunicación y información audiovisuales I	P	6	Introducción a la comunicación audiovisual	Introducción al sector audiovisual	O	6
Comunicación y información audiovisuales I	P	6	Expresión audiovisual	Cultura de la imagen	O	6
Sistemas de audio digital	P	4,5	Diseño y creación sonora	Diseño y creación sonora	P	6
Diseño multimedia	P	4,5	Diseño visual y expresión gráfica	Diseño visual y expresión gráfica	O	6
Estrategias de producción y distribución multiplataforma	P	4,5	Producción y distribución multiplataforma	Producción y Distribución multiplataforma	P	6
Estructura del sistema audiovisual	T	4,5	Estructura del sector audiovisual	Estructura del sector audiovisual	P	3
Fundamentos de búsqueda y recuperación de información	P	6	Búsqueda y recuperación de la información	Fuentes de información y documentación digital	O	6
Fundamentos de tecnología audiovisual	T	4,5	Tecnología de los medios audiovisuales		O	6
Gestión de una empresa audiovisual	T	4,5	Introducción a la empresa	Empresa y marketing	O	6
Guión audiovisual - T	T	6	Guión audiovisual	Guión audiovisual	O	6
La era de la información y los medios de comunicación	O	4,5	Estructura de la comunicación	Comunicación y sociedad	O	6
Lenguaje, expresión y comunicación	P	8	Lengua y comunicación	Lengua y Comunicación	O	6
Marketing, distribución y publicidad audiovisual	P	4,5	Distribución audiovisual		P	3
Narrativa audiovisual	T	6	Narrativa audiovisual	Storytelling y recursos narrativos	O	6
Periodismo digital	P	4,5	Periodismo digital	Periodismo de investigación y datos	P	6
Producción audiovisual	T	4,5	Producción audiovisual	Proyectos audiovisuales	O	6
Propiedad intelectual en el audiovisual	P	4,5	Propiedad intelectual		P	3
Psicología de la comunicación	O	4,5	Psicología de la comunicación	Audiencias y consumos	B	6
Realización audiovisual	T	4,5	Realización audiovisual	Realización audiovisual	P	6

Sociología de la comunicación de masas	P	5	Sociología de la comunicación	Comunicación y sociedad	B	6
Teoría de la comunicación y la información	P	5	Teorías de la comunicación	Teorías de la comunicación	O	6
Teoría y práctica del montaje audiovisual	P	4,5	Teoría y práctica del montaje audiovisual	Montaje audiovisual	P	6
Vídeo digital de creación	P	4,5	Vídeo de creación	Taller de audiovisual experimental	P	6
Cine y video de animación	P	4,5		Animación	P	6
Documentació audiovisual	P	4,5		Fonts d'informació i documentació audiovisual	B	6

10.3. Estudios que se extinguen en la implantación de éste título

La implantación del grado en Comunicación de la UOC supone la extinción de la Licenciatura 2º ciclo en Comunicación Audiovisual y Licenciatura 2º ciclo en Publicidad y Relaciones Públicas que se venía impartiendo en esta Universidad.