

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Lleida		Facultad de Letras	25005600
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital por la Universidad de Lleida y la Universidad de Zaragoza			
NIVEL MECES			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Nacional	
CONVENIO			
CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN INTERUNIVERSITARIA ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LLEIDA Y LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA PARA LA REALIZACIÓN CONJUNTA DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS AUDIOVISUALES Y CONVERGENCIA DIGITAL			
UNIVERSIDADES PARTICIPANTES		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Zaragoza		Escuela de Ingeniería y Arquitectura	50012177
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
María Nieves Vila Rubio		Vicerrectora de Estudiantado, Postgrado y Formación Continua	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF			
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
María Nieves Vila Rubio		Vicerrectora de Estudiantado, Postgrado y Formación Continua	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF			
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
María Nieves Vila Rubio		Vicerrectora de Estudiantado, Postgrado y Formación Continua	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF			
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Plaça Victor Siurana	25003	Lleida	973703199
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
ees@vd.udl.cat	Lleida	973702002	

### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

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

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

	En: Lleida, AM 7 de febrero de 2014
	Firma: Representante legal de la Universidad

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital por la Universidad de Lleida y la Universidad de Zaragoza	Nacional		Ver Apartado 1: Anexo 1.
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>				
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital				
Especialidad en Periodismo y convergencia digital				
<b>RAMA</b>		<b>ISCED 1</b>	<b>ISCED 2</b>	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Técnicas audiovisuales y medios de comunicación	Periodismo	
<b>NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA</b>				
<b>AGENCIA EVALUADORA</b>				
Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya				
<b>UNIVERSIDAD SOLICITANTE</b>				
Universidad de Lleida				
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIVERSIDAD</b>			
021	Universidad de Zaragoza			
044	Universidad de Lleida			
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIVERSIDAD</b>			
No existen datos				
<b>LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>				
No existen datos				

### 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
90	0	15
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
18	42	15
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital	12	
Especialidad en Periodismo y convergencia digital	12	

### 1.3. Universidad de Lleida

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>	
CÓDIGO	CENTRO
25005600	Facultad de Letras

#### 1.3.2. Facultad de Letras

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

<b>TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO</b>		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL

No	Sí	No
<b>PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS</b>		
<b>PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN</b>	<b>SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN</b>	
20	20	
<b>TIEMPO COMPLETO</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	60.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	0.0	0.0
<b>TIEMPO PARCIAL</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	20.0	59.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	0.0	0.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio_academica/Normes_master_13-14x.pdf">http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio_academica/Normes_master_13-14x.pdf</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	

### 1.3. Universidad de Zaragoza

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>	
<b>CÓDIGO</b>	<b>CENTRO</b>
50012177	Escuela de Ingeniería y Arquitectura

#### 1.3.2. Escuela de Ingeniería y Arquitectura

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

<b>TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO</b>		
<b>PRESENCIAL</b>	<b>SEMIPRESENCIAL</b>	<b>VIRTUAL</b>
No	Sí	No
<b>PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS</b>		
<b>PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN</b>	<b>SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN</b>	
0	0	
<b>TIEMPO COMPLETO</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	60.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	0.0	0.0
<b>TIEMPO PARCIAL</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	20.0	59.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	0.0	0.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		

<a href="http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio_academica/xNormativa_academica_Estudis_Oficials_de_Master._2013-14_xCG_20.02.2013x.pdf">http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio_academica/xNormativa_academica_Estudis_Oficials_de_Master._2013-14_xCG_20.02.2013x.pdf</a>		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

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

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
<b>GENERALES</b>
CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.
CG2 - Ser competente en habilidades de comunicación, particularmente en entornos de negocio.
CG3 - Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional
CG4 - Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.
CG5 - Saber valorar la importancia del conocimiento, la investigación y el desarrollo tecnológico para el avance socioeconómico y cultural.
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita
CT2 - Dominar una lengua extranjera
CT3 - Dominar las TIC
CT4 - Respetar los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE1 - Ser competente en el análisis de la estructura y dinámicas de la industria y los mercados de la comunicación
CE2 - Saber identificar y explotar oportunidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y de los contenidos digitales
CE3 - Ser capaz de generar e implementar propuestas competitivas e innovadoras en el campo profesional y empresarial del audiovisual y los contenidos digitales
CE4 - Ser capaz de diseñar, crear, desarrollar y dirigir proyectos de producción y gestión de contenidos audiovisuales digitales
CE5 - Ser capaz de entender el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el funcionamiento de las empresas y mercados de la comunicación, y de adquirir nuevos conocimientos de acuerdo con su evolución.
CE6 - Saber identificar los componentes de un plan empresarial y el impacto de las tecnologías de la información en la estrategia empresarial.
CE7 - Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de del marketing de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.
CE8 - Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de la financiación de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.
CE9 - Ser competente en el conocimiento y análisis del marco legal que afecta a las empresas y mercados de la comunicación, utilizando las distintas herramientas y fuentes de información al respecto.

CE10 - Ser capaz de reconocer, organizar y gestionar las necesidades profesionales y organizativas requeridas en los procesos de producción de las empresas de contenidos audiovisuales digitales para distintos medios.

#### 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

##### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

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

Para establecer las condiciones de acceso y criterios de admisión al máster se ha tenido en cuenta la norma establecida en el artículo 16 y 17 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010.

El acceso al Máster requiere de la presentación de la documentación establecida por la normativa de la Universidad de Lleida (<http://www.udl.cat/udl/norma/ordenaci-.html>)

No existe ninguna prueba de acceso al Máster.

Los alumnos que deseen inscribirse en el máster deberán presentar una idea de proyecto empresarial o de producción, cuyo interés se tendrá en cuenta para establecer prioridades de matriculación. La idea de proyecto se presentará obligatoriamente junto con la justificación del interés en el máster (ver puntuaciones más abajo), y se valorará la originalidad o innovación del mismo, así como su posible viabilidad.

La Comisión de Estudios del Máster está constituida por el director y los coordinadores de las dos universidades implicadas. Esta comisión es la encargada de valorar las solicitudes y de elaborar el listado de estudiantes admitidos al Máster. El listado elaborado por la comisión de estudios será ratificado por el Órgano responsable del POP de Territori, Patrimoni i Cultura, constituido por dos representantes del decanato o dirección de centros, el coordinador de cada Máster que integra el POP, el coordinador del programa de doctorado, 2 directores de los departamentos (o persona en que delegue), 2 estudiantes de los estudios del POP y 1 representante del PAS, vinculado a la gestión académica.

La selección de los estudiantes para su admisión al Máster se realizará en base a los criterios que se presentan a continuación. Para cada apartado se establece una puntuación de hasta cinco puntos que ponderará según los porcentajes que se señalan:

- Expediente académico (75%): se establecen los siguientes valores:
  - Aprobado: 1
  - Notable: 2
  - Excelente: 3
  - Matrícula de honor: 4

La puntuación de los estudiantes de grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones públicas, se multiplican por el factor 1,25.

- Actividad profesional y/o de investigación relacionada con las actividades audiovisuales y de contenidos y servicios digitales (10%). La puntuación se establece a criterio de la comisión, teniendo en cuenta el trabajo desempeñado y el tiempo de dedicación.
- Justificación del interés por el Máster e idea de proyecto (5%): los estudiantes deben presentar un escrito justificando su interés.
- Referencias de profesores universitarios o de profesionales del campo (5%)
- Formación o actividad complementaria (5%): se tendrá en cuenta la formación en tecnologías de producción audiovisual y multimedia, en guión, escritura y dramaturgia, así como la formación en idiomas.

La valoración de los méritos de los estudiantes se realizará mediante el análisis de la documentación aportada junto con la solicitud. Se contempla también la posibilidad de realizar una entrevista personal si la comisión de Estudios del Máster lo considera necesario.

La selección de los estudiantes para su admisión se hará exclusivamente en base a criterios académicos.

##### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

###### **Acciones de acogida**

Los estudiantes de este Máster serán acogidos por el director y el coordinador del Máster, que les proporcionarán asesoramiento y orientación sobre el desarrollo y las opciones del máster, así como sobre los distintos recursos que el propio máster, la UdL y la Universidad de Zaragoza ponen a su disposición.

Se ofrecerá a los estudiantes una sesión-taller de manejo de las herramientas de docencia virtual.

###### **Tutorización**

A partir de las sesiones de acogida, se asignará un tutor/a a cada uno de los estudiantes del máster. El tutor/a orientará y asesorará al alumno en todos los aspectos de su formación y, además, podrá ejercer la función de director del trabajo de fin de máster.

Además, cada materia incluye diversas sesiones de tutorización específica, donde cada profesor realiza el seguimiento del aprovechamiento de la asignatura y orienta la realización de trabajos. Las tutorías se desarrollan tanto en modalidad presencial como virtual, a través de las herramientas a tal efecto disponibles en el Campus Virtual.

###### **Docencia virtual**

En tanto que la docencia de este máster es semipresencial, los estudiantes y profesores dispondrán de diversas herramientas para la docencia virtual.

Por una parte, se les asignará un espacio y usuario en el Campus Virtual de la UdL, en el que disponen de distintas aplicaciones para la docencia virtual:

- gestor de actividades: permite crear actividades, individuales o en grupo, cuyo desarrollo puede ir revisado o autorizando el profesor
- espacio de debate: herramienta de comunicación asimétrica que se utilizará para el intercambio de ideas, reflexiones y análisis entre los propios estudiantes y con el profesorado. Permite delimitar un periodo cerrado para la participación en los distintos debates (sobre lecturas, sobre los propios trabajos de los alumnos)
- Chat: herramienta de comunicación sincrónica que se puede utilizar para el intercambio entre alumnos, especialmente durante la realización de trabajos colaborativos, y para el intercambio con el profesor en sesiones de tutoría a distancia.
- Tests: herramienta de creación y recepción de pruebas escritas que se utilizará en actividades de autoevaluación y de evaluación.
- Espacio de trabajo colaborativo: espacio para publicar y compartir trabajos, y para la elaboración cooperativa de trabajos (herramientas wiki). Permite un seguimiento y evaluación del trabajo individual y en grupo.
- Correo electrónico: para el intercambio personal asincrónico entre profesor y alumno.

Por otra parte, los estudios de comunicación disponen de otra plataforma, vinculada al Campus Virtual, con utilidades específicas para el trabajo con material audiovisual. En [www.cpav.udl.cat](http://www.cpav.udl.cat) se incluyen:

- aplicaciones para compartir archivos de vídeo y otros recursos
- gestor de tareas: para trabajos en grupo con archivos de vídeo y sonido

### **Recursos formativos complementarios**

Los alumnos tendrán acceso a programas de simulación, búsqueda en bases de datos de Internet, utilización de programas disponibles en Internet, conferencias especializadas, acceso a cursos organizados por el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad, cursos de idiomas de la Universidad

### **Orientación al empleo: bolsa de trabajo**

#### **Bolsa de trabajo de la UdL**

La Universidad de Lleida dispone de un servicio de bolsa de trabajo para facilitar el contacto de los estudiantes con empresas que buscan profesionales con formación universitaria.

El Parque Científico y Tecnológico de Lleida, en el que se incluye el complejo de producción audiovisual MAGICAL, cuenta también con una bolsa de trabajo, específicamente orientada a ofertas y demandas vinculadas a las actividades del Parque, entre ellas, las actividades de producción y formación audiovisual.

La Universidad de Zaragoza dispone del servicio UNIVERSA ([www.unizar.es/universa](http://www.unizar.es/universa)) que es el Servicio de Orientación y Empleo propio de la Universidad. Universa gestiona este servicio gracias al convenio de colaboración entre el Instituto Aragonés de Empleo (INAEM) y la Universidad de Zaragoza. El objetivo de este servicio es favorecer la inserción de los jóvenes universitarios en el mundo laboral y adecuar su perfil profesional a las necesidades de las empresas e instituciones. UNIVERSA está dirigido a estudiantes de últimos cursos y titulados de la Universidad de Zaragoza que quieran incorporarse al desempeño profesional y quieran mejorar su situación profesional y laboral, además de conocer y desarrollar sus actitudes y aptitudes, apoyados por técnicos cualificados.

### **Otros**

La participación de reconocidos profesionales y empresarios en activo del campo audiovisual y de los contenidos digitales aporta al máster una conexión con la realidad empresarial que puede contribuir a la inserción laboral de los estudiantes. El propio diseño del máster, con un peso importante del trabajo final de máster entendido como la elaboración de un proyecto empresarial o de producción audiovisual implica una orientación clara hacia el mercado laboral, en tanto que, al acabar el máster, el estudiante tendrá un proyecto que ofrecer a empresas y/o inversores.

### **Acceso a servicios, asociaciones y convocatorias que se ofrecen al estudiante del nuevo ingreso**

#### **¿ Correo electrónico**

Los alumnos inscritos al Máster dispondrán de una cuenta de correo electrónico de la Universidad de Lleida

#### **¿ Carnet del estudiante**

Los alumnos del Máster dispondrán de un carnet de estudiante, que les dará acceso a los servicios de la Universidad y a ventajas adicionales

#### **¿ Conectividad y préstamo de equipos**

Dentro de los edificios de la Universidad existe conectividad a Internet por WiFi con acceso restringido al personal y a los estudiantes de la universidad. Las Bibliotecas disponen de un servicio de préstamo de ordenadores portátiles y memorias USB, disponible para los estudiantes de la UdL.

#### **¿ Oferta cultural**

La UdL ofrece un abanico de actividades culturales, entre las que destacan, por su relación con el máster, los Seminarios de escritura dramática y dramaturgia escénica, así como el cineclub CineUll, que actúa en colaboración con la Filmoteca de les Terres de Lleida. Además, el Servicio Cultural de la Universidad de Lleida organiza un aula de poesía, un taller de danza contemporánea, un aula de música, una coral UniCornUdL, y un taller de teatro.

#### **¿ Oferta deportiva**

La UdL cuenta con un Servicio de Deportes que organiza cuatrimestralmente una amplia oferta de actividades deportivas y lúdicas a las cuales pueden inscribirse los estudiantes.

Por su parte la Universidad de Zaragoza ofrece un amplio catálogo de servicios a sus estudiantes, entre los que se puede destacar:

- Conectividad wifi en todos los campus
- Servicio de Actividades Deportivas
- Servicio de Asesorías (de estudios, jurídica, psicológica, sexológica, movilidad internacional)
- Alojamiento (Colegios Mayores, bolsa de pisos)
- Oficina universitaria de atención a la discapacidad
- Observatorio de igualdad de género
- Amplia oferta de actividades culturales
- Observatorio de empleo
- Casa del estudiante

#### **Accesibilidad universal y diseño para todos de los medios materiales y servicios de la universidad**

La Universidad de Lleida es una entidad que siempre ha considerado la interacción con la sociedad a la que presta sus servicios, como uno de los puntos importantes en su estrategia organizativa y de proyección. Es por ese motivo que para el equipo de gobierno de la UdL es prioritario mejorar la accesibilidad de sus instalaciones y servicios y proporcionar las herramientas necesarias a las personas con situación de discapacidad para que desarrollen su formación superior.

En el ámbito del desarrollo de la formación superior de las personas de la comunidad universitaria con discapacidad, la UdL desarrolla diferentes acciones dirigidas a eliminar los obstáculos al aprendizaje que impiden o dificultan su formación.

En este sentido, y para facilitar la integración de todos los usuarios de la Universidad que tengan movilidad reducida o cualquier otra limitación, se ha llevado a cabo un plan de actuación que incluye las acciones necesarias para garantizar:

1. La accesibilidad desde el exterior.
2. La circulación interna por los centros universitarios.
3. El uso de todas las instalaciones.
4. Una evacuación segura en caso de una posible emergencia.

La UdL ha optado por un modelo de atención personalizada para el alumnado con discapacidad, dados el número de estudiantes que tenemos con discapacidad y la estructura y dimensiones de nuestra universidad. Los objetivos principales del proyecto de trabajo que se lleva a cabo hacia las personas con discapacidad en la UdL van en la línea siguiente:

- Espacio "Universidad para todo el mundo", que desarrolla diferentes acciones para promover una universidad sin barreras y hacer posible la prestación de apoyos técnicos y personales a los estudiantes que lo necesiten.

- Garantizar la oportunidad de los estudiantes con discapacidad en la realización de los estudios universitarios mediante la adquisición de ayudas técnicas y personales y la convocatoria de ayudas para estudiantes de la UdL con necesidades especiales.

La línea de trabajo principal está destinada a proporcionar ayudas personales y de recursos técnicos para favorecer la autonomía de las personas que las disfrutan, ya que mejora su participación al disminuir las restricciones comunicativas.

La Universidad de Zaragoza ha sido sensible a los aspectos relacionados con la igualdad de oportunidades desde siempre, tomando como un objetivo prioritario desde finales de los años 80, convertir los edificios universitarios, y su entorno de ingreso en accesibles mediante la eliminación de barreras arquitectónicas.

En este sentido, se suscribieron tres convenios con el INSERSO en el que participó la Fundación ONCE que desarrollaban programas de eliminación de barreras arquitectónicas. De esta forma, en 1998 podíamos afirmar que la Universidad de Zaragoza no presentaba deficiencias reseñables en la accesibilidad física de sus construcciones.

Se han recibido muestras de reconocimiento de esta labor en numerosas ocasiones y, por citar un ejemplo de distinción, en el año 2004, la Universidad de Zaragoza obtuvo el Premio anual de accesibilidad en *¿Adecuación y urbanización de espacios públicos?* que otorga anualmente la Asociación de Disminuidos Físicos de Aragón y el Colegio de Arquitectos.

En los convenios reseñados, existían epígrafes específicos de acomodo de mobiliario y medios en servicios de atención, en el transporte y en tele enseñanza.

La Universidad d Zaragoza dio un paso más en esta dirección suscribiendo un convenio en 2004 para la elaboración de un Plan de accesibilidad sensorial para la Universidad de Zaragoza que se tuvo disponible en 2005 y que se acompaña como referencia básica en los nuevos encargos de proyectos de las construcciones. El Plan fue elaborado por la empresa Vía Libre-FUNDOSA dentro del convenio suscrito por el IMSERSO, Fundación ONCE y la Universidad. Contempla el estudio, análisis de situación y planteamiento de mejoras en cuatro ámbitos de actuación: edificios, espacios públicos, transporte y sitio web.

Por lo tanto, cabe resaltar que las infraestructuras universitarias presentes y futuras tienen entre sus normas de diseño las consideraciones que prescribe la mencionada Ley 5/2003.

Los edificios del Campus ¿Río Ebro¿, donde se ubica la Escuela de Ingeniería y Arquitectura, forman parte obviamente de la política sobre accesibilidad y diseño para todos de la Universidad de Zaragoza, por lo que cumplen con los requisitos que fija al efecto la normativa citada que, si cabe, se encuentra potenciada por tratarse de espacios de reciente construcción así como por las medidas específicas adoptadas por el Centro en coordinación con el Servicio de Ergonomía (Unidad de Protección y Prevención de Riesgos), que afectan tanto al acceso a espacios (ascensores, elevadores mecánicos en las medias plantas del bloque departamental del edificio Torres Quevedo, ¿) como al equipamiento docente (mesas y equipos informáticos adaptados para minusválidos).

Se trata por tanto de un aspecto de especial sensibilidad en el que se realizan actuaciones de mejora permanente.

#### 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

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

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

##### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

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

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

De acuerdo con la normativa académica de los estudios de máster aprobada por el Consejo de Gobierno de la UdL y el Consejo social de la UdL, y que se encuentra disponible en el enlace que les indicamos a continuación, se procede a describir el apartado correspondiente a Transferencia y reconocimiento de créditos:

[http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio\\_academica/Normes\\_master\\_13-14x.pdf](http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio_academica/Normes_master_13-14x.pdf)

#### **NORMATIVA:**

##### **Transferencia de créditos**

La transferencia de créditos implica que en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante se incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en esta o en otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

Estos créditos transferidos se tienen que hacer constar en el suplemento europeo del título.

Para hacer esta transferencia de créditos será necesario que el estudiante cierre el expediente de la titulación abandonada y presente, en la Secretaría del centro donde quiere matricularse, el resguardo del traslado de expediente, para que el centro de destino pueda incluir en el expediente académico del estudiante o la estudiante los créditos obtenidos en la titulación de origen.

Estos créditos no computarán a efectos de la obtención del título.

##### **Reconocimiento de créditos.**

El reconocimiento de créditos, de acuerdo con lo establecido en el artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre (BOE de 30 de octubre de 2007), modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio (BOE de 3 de julio de 2010), es la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma o en otra universidad, son computados en otras enseñanzas a efectos de la obtención de un título oficial.

Estos créditos reconocidos se harán constar en el expediente del estudiante y en el suplemento europeo al título con la calificación de origen.

Asimismo, pueden ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias que conducen a la obtención de otros títulos (títulos propios).

La experiencia laboral y profesional acreditada puede ser también reconocida en forma de créditos que computan a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que esta experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

Para acreditar la experiencia laboral y profesional es necesario un informe de la empresa donde trabaja. La Comisión del Master puede solicitar más documentación si lo considera necesario antes de hacer el reconocimiento de créditos.

En todo caso, no pueden ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado o Master.

El número de créditos reconocidos por la experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no puede ser superior, en su conjunto, al 15% del total de créditos que constituyen el plan de estudios.

El reconocimiento de estos créditos no incorpora calificación, y por tanto, no computa a efectos de hacer el baremo del expediente.

#### **Solicitud de reconocimiento de créditos, plazo y documentos a presentar**

El estudiantado que quiera solicitar el reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Master debe indicarlo en el impreso de preinscripción y deberá presentar la documentación que se establece en la normativa, en el plazo de preinscripción o bien en el plazo que le indique el centro si así lo considera conveniente.

Las solicitudes de reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Master son resueltas por el Órgano responsable del POP, a propuesta de la Comisión de Estudios del Master.

Los créditos reconocidos deben matricularse en el periodo de matrícula establecido para el Master, y se abonará el importe que determine el decreto de precios.

#### **Criterios para reconocer créditos en las enseñanzas de Master**

1 - De acuerdo con lo establecido en la disposición adicional cuarta del Real Decreto 1393/2007, las personas que estén en posesión de un título de licenciatura, arquitectura o ingeniería pueden obtener reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Master teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos derivados de las enseñanzas cursadas y los previstos en el plan de estudios de la enseñanza de Master solicitado.

2 - El porcentaje de créditos que se puede reconocer en un Master a personas que acceden con título de licenciatura, arquitectura, ingeniería o un programa de doctorado debe ser inferior al 50%. En los Másteres con atribuciones profesionales reguladas y que tienen las mismas competencias profesionales que las titulaciones de segundo ciclo correspondientes extinguidas, éste límite no es aplicable cuando la traba de reconocimientos entre la titulación del segundo ciclo y el máster dé un porcentaje de créditos superior, tanto si esta tabla ha sido aprobada por ANECA o AQU cómo por la Junta del centro.

Los créditos correspondientes al trabajo de fin de Master se han de cursar siempre, en ningún caso serán motivo de reconocimiento.

En ambos casos el reconocimiento debe hacerse tal como establece el apartado anterior.

3 - En las enseñanzas de Master se pueden reconocer créditos superados en otros Másteres oficiales universitarios.

4 - Se pueden reconocer créditos por experiencia laboral y profesional acreditada y por títulos propios. La experiencia laboral será valorada por la coordinación del máster y los coordinadores de las asignaturas afectadas, que mantendrán una entrevista con los alumnos que soliciten el reconocimiento. Podrán optar a dicho reconocimiento aquellos estudiantes que demuestren una experiencia laboral de más de un año en el ámbito de la radio, televisión, cine, radio, contenidos digitales y publicidad. Se valorará especialmente la experiencia en cargos ejecutivos y en dirección de producción y realización. De acuerdo con el tipo de experiencia profesional acreditada podrán ser objeto de reconocimiento de créditos las asignaturas del módulo *Profesionales del audiovisual*, y de las materias *La empresa y el empresario*, y *Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis*.

5 - En las enseñanzas de Master no se pueden reconocer créditos de títulos correspondientes a diplomaturas, arquitectura técnica, ingenierías técnicas y grados.

6 - El porcentaje de créditos que se puede reconocer a los estudiantes admitido a un Master con título de diplomatura, arquitectura técnica o ingeniería técnica con créditos superados en un segundo ciclo no finalizado debe ser inferior al 50% del total de los créditos del Master , y siempre que haya adecuación entre las competencias y los conocimientos de los estudios / créditos de segundo ciclo y los del Master.

#### **4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS**

### **Curso de Nivelación (30 ECTS)**

Los estudiantes que acrediten una formación previa de 180 ECTS deberán cursar como complementos formativos el **Módulo de Nivelación de 30 ECTS**, compuesto por materias de los grados de Comunicación y Periodismo Audiovisual. Después de realizar este módulo durante un curso, podrán iniciar los 90 créditos propios del máster. De este modo se garantizará que los alumnos que accedan al Máster posean los conocimientos básicos necesarios para el buen seguimiento del curso de postgrado.

Deberán cursar **30 ECTS** de las siguientes materias pertenecientes al grado de Comunicación y Periodismo Audiovisual de la UdL o del grado de de Periodismo de la Universidad de Zaragoza

#### **Universitat de Lleida**

Expresión audiovisual (7,5 ECTS)

Teoría e historia del periodismo y los medios audiovisuales (7,5 ECTS)

Narrativas audiovisuales (7,5 ECTS)

Análisis y producción de la imagen I (7,5 ECTS) (a cursar para seguir la especialidad 1 en el máster)

Fundamentos y análisis de la información periodística y el discurso audiovisual (7,5 ECTS) (a cursar para seguir la especialidad 2 en el máster)

#### **Universidad de Zaragoza**

Bases culturales de la comunicación: historia del cine y otros medios audiovisuales

Producción de informativos en TV

Narrativa audiovisual

Realización audiovisual

Teoría de la información y la comunicación

## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Clase magistral: teórica
Conferencias
Tutoría
Trabajo colaborativo
Debate
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje
Lecturas
Estudio
Presentaciones: habilidades de comunicación
Búsqueda de información
Resolución de problemas: análisis de cuentas
Análisis y reflexión
Redacción de informes
Clase-taller Magical
Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos
Clase-taller Centro Demostrador Walqa (Huesca) y Centro Arte y Tecnología (Zaragoza)
Sesión de orientación: presentación de modalidades de TFM, recursos y métodos de trabajo
Elaboración del proyecto de producción o proyecto empresarial
Sesiones de puesta en común y debate de proyectos
Presentación final y defensa del trabajo
Presentación: sesión de orientación
Prácticas en la empresa
Seminarios
Análisis y debate
Otro trabajo autónomo del estudiante
Memoria de prácticas
Análisis de casos
Participación en los espacios de docencia virtual
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clases magistrales presenciales
Conferencias
Seminarios semipresenciales
Docencia virtual
Trabajo autónomo del estudiante
Carpeta de aprendizaje
Talleres prácticos, presenciales
Actividades de orientación para la selección y planteamiento del TFM
Sesiones de puesta en común y debate
Presentaciones de los TFM, acompañados de actividades de co-evaluación

Tutorías		
Trabajo presencial en la empresa		
<b>5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
Participación en los debates y otras herramientas de trabajo virtuales		
Carpeta de aprendizaje		
Exposiciones y presentaciones		
Prueba escrita		
Elaboración de informes		
Actividades de auto y co-evaluación		
Ejercicios de producción y planificación para los distintos medios		
Informes sobre lecturas y otras actividades		
Participación en los espacios de docencia virtual		
Plan de empresa o plan de producción		
Presentación y defensa del TFM		
Informe de evaluación del tutor de prácticas		
Análisis de caso		
Informe individual		
Memoria de prácticas		
Informes de análisis de casos		
<b>5.5 NIVEL 1: Escenario mediático global: hacia la convergencia digital</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: El mapa de la comunicación audiovisual y digital en España y en Europa</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Agentes de los mercados de regionales y locales; de nicho e intra industriales</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>

Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Agentes del mercado global y nacional</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Aplicar los conceptos y metodologías para el análisis de la industria.</p> <p>Reconocer la estructura y dinámicas de la industria de la información y la comunicación española y europea.</p> <p>Analizar y valorar las transformaciones que el desarrollo de las telecomunicaciones, Internet y otros medios digitales supone para la industria de la información y la comunicación.</p> <p>Reconocer las dinámicas de competencia y de cooperación que se dan en las industrias de la información y la comunicación.</p> <p>Reconocer el papel de los organismos e instituciones públicas y empresariales en la estructuración de las industrias de la información y la comunicación.</p>		

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Incluida en el módulo de *Escenario mediático global: hacia la convergencia digital*, incluye dos asignaturas que ofrecen los elementos metodológicos y su aplicación al análisis de la situación de las industrias de la información y la comunicación en el escenario de convergencia tecnológica. Por eso, se considera un perímetro industrial amplio, que incluye empresas del ámbito de los medios de comunicación, especialmente audiovisuales, las telecomunicaciones y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En esta materia se identifican a los principales agentes en dichas industrias y las dinámicas de competencia y colaboración en su seno, teniendo en cuenta a actores públicos, privados comerciales y privados sin afán de lucro.

La materia se divide en dos asignaturas, atendiendo a los distintos niveles industriales que se pueden distinguir en las industria de la información y la comunicación (Herman and McChesney 1997; Nordicom, 2009). En la primera se atiende a los grandes agentes globales y nacionales ¿esto es, de primer y segundo nivel-, que operan en el mercado global y que marcan las dinámicas en la industria de la información y la comunicación en los distintos países. A estos cabe añadir un un tercer nivel (empresas grandes pero de menor dimensión, y actuación principalmente nacional o centrada en un solo medio), así como un amplio conjunto de empresas medianas, pequeñas y microempresas, así como profesionales autónomos, que actúan en mercados regionales y locales o que encuentran un espacio en mercados de nicho y mercados intra industriales, como proveedoras de empresas mayores. Este conjunto industrial, secundario en cuanto a facturación, pero fundamental en cuanto a ocupación, es el foco de la segunda asignatura de la materia.

#### *Agentes del mercado global y nacional*

Metodologías y conceptos para el análisis industrial. Grandes grupos empresariales globales en el campo de los medios de comunicación, telecomunicaciones y TIC. Grupos nacionales europeos con proyección internacional. Estrategias de crecimiento, estructura de actividades y mercados, propiedad, alianzas empresariales. Actores públicos e institucionales: la UE, la OMC, la OMPI, la UER, Internet Society y otras.

#### *Agentes de los mercados de regionales y locales; de nicho e intra industriales*

Metodologías y conceptos para el análisis industrial. El tejido industrial formado por grandes empresas a nivel nacional, pymes, microempresas y trabajadores autónomos. Mercados regionales, locales, de nicho e intra industriales. Actores públicos e institucionales: servicio público audiovisual, otros servicios públicos, autoridades independientes, organizaciones empresariales. Actores privados sin ánimo de lucro.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### **Modalidades de enseñanza:**

Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. Se combinan:

- Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.
- Conferencias: Presentación de casos en sesiones presenciales con agentes del sector. Se complementan con docencia virtual y trabajo autónomo del alumno para preparar las sesiones y la interacción con los conferenciantes.
- Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informes.
- Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual.
- Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.
- Carpeta de aprendizaje: Recoge las evidencias del proceso de aprendizaje y la propia reflexión y autoevaluación por parte del estudiante.

#### **Actividades formativas:**

##### **Actividad formativa: Clase magistral: teórica**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 8 horas**

8h docencia presencial

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%**

##### **Actividad formativa: Estudio de casos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 42 horas**

8h seminario presencial / 10h seminario virtual / 25h de trabajo autónomo de búsqueda de información, redacción de informes y preparación de los seminarios

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 19%**

##### **Actividad formativa: Conferencias**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 18 horas**

8h presenciales / 2h docencia virtual / 8h trabajo autónomo de preparación de preguntas y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 44%**

##### **Actividad formativa: Tutoría**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 2 horas**

1 h tutoría virtual / 1h trabajo autónomo de preparación

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Trabajo colaborativo**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 24 horas**

4 horas de docencia virtual / 20 horas de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Debate**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 4 horas**

2h docencia virtual / 6h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 4 horas**

2h docencia virtual / 6h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Lecturas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 25 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Actividad formativa: Estudio**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 14 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Prueba escrita: evalúa los conocimientos adquiridos a través de las clases magistrales y las lecturas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** Análisis de caso: Informes en grupo y mapas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 25-35%

**Sistema de evaluación (denominación):** Informe individual: evalúa el aprovechamiento de las conferencias y los conocimientos derivados del conjunto de los análisis de casos.

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** participación en los debates y otras herramientas de trabajo virtuales

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Carpeta de aprendizaje: además de las evidencias ya evaluadas que recoja la carpeta, se evalúa el trabajo de reflexión y autoevaluación del proceso de aprendizaje.

Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación: 10-20%		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.		
CG3 - Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita		
CT4 - Respetar los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser competente en el análisis de la estructura y dinámicas de la industria y los mercados de la comunicación		
CE2 - Saber identificar y explotar oportunidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y de los contenidos digitales		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral: teórica	8	100
Conferencias	18	44
Tutoría	2	0
Trabajo colaborativo	24	0
Debate	4	0
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	4	0
Lecturas	25	0
Estudio	14	0
Análisis de casos	42	19
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales presenciales		
Conferencias		
Seminarios semipresenciales		
Docencia virtual		
Trabajo autónomo del estudiante		
Carpeta de aprendizaje		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación en los debates y otras herramientas de trabajo virtuales	10.0	20.0
Carpeta de aprendizaje	10.0	20.0

Prueba escrita	15.0	25.0
Análisis de caso	25.0	35.0
Informe individual	15.0	25.0
<b>NIVEL 2: Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Según Asignaturas	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	9	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Prosumers: las audiencias activas</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Nuevas estrategias publicitarias</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<b>NIVEL 3: Proyectos audiovisuales y digitales informativos</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Periodismo y convergencia digital		
<b>NIVEL 3: Proyectos audiovisuales y digitales no informativos</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Reconocer la estructura y dinámicas de los mercados de la información y la comunicación españoles y europeos.</p> <p>Aplicar los conceptos y metodologías para el análisis de los mercados.</p> <p>Explicar la dinámica de los mercados audiovisuales y de servicios y contenidos digitales.</p> <p>Evaluar y reconocer las nuevas necesidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y los servicios y contenidos digitales.</p> <p>Tener una actitud crítico-reflexiva ante las implicaciones de la crisis económica y de las transformaciones tecnológicas sobre el mercado audiovisual y de contenidos y servicios digitales.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Incluida en el módulo de Escenario mediático global: hacia la convergencia digital, incluye cuatro asignaturas de las que el estudiante deberá cursar tres. Se ofrecen los elementos metodológicos y su aplicación al análisis de los mercados de la información y la comunicación. Se abordan los riesgos y oportunidades derivados de los procesos de transformación en la industria y en el contexto económico general. Se tienen en cuenta los cambios por el lado de la demanda ¿anunciantes y audiencias-, así como por el lado de la oferta, ya sea en actividades audiovisuales y digitales no informativas (optativa de la especialidad 1), como en el campo periodístico o informativo (optativa de la especialidad 2)</p> <p><i>Nuevas estrategias publicitarias</i></p> <p>La digitalización de la publicidad. Nuevas estrategias inversoras y sus efectos en la industria audiovisual y digital. Principales actores en el mercado publicitario digital. El papel de los anunciantes y agencias en la producción de contenidos audiovisuales y digitales. Hibridación de géneros audiovisuales y publicidad. La publicidad en los nuevos modelos de negocio del audiovisual digital.</p> <p><i>Prosumers: las audiencias activas</i></p> <p>Evolución del comportamiento de las audiencias. Redistribución de los consumos informativos y comunicativos. La implicación de las audiencias en la producción, distribución, comunicación y financiación empresarial. Nuevos modelos de negocio basados en contenido generado por usuarios y otras formas de participación de las audiencias.</p> <p><i>Proyectos audiovisuales y digitales no informativos (OP: Especialidad en Creación audiovisual y convergencia digital)</i></p> <p>Los nuevos modelos de negocio surgidos de la crisis económica y de la reestructuración de la industria de la comunicación. Estrategias para la innovación en proyectos audiovisuales y digitales. Vías de adaptación a las necesidades del nuevo mercado audiovisual durante el último decenio y, en especial, en el contexto de crisis estructural en el sector. Modelos de negocio para la televisión conectada. Experiencias en el mercado americano y europeo.</p> <p><i>Proyectos audiovisuales y digitales informativos (OP: Especialidad en periodismo y convergencia digital)</i></p>		

Los nuevos modelos de negocio para el periodismo surgidos de la crisis económica y de la reestructuración de la industria de la comunicación. Estrategias para la innovación en proyectos periodísticos audiovisuales y digitales. Vías de adaptación a las necesidades del nuevo mercado digital durante el último decenio y, en especial, en el contexto de crisis estructural en el sector. Modelos de negocio para el periodismo. Experiencias en el mercado americano y europeo.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

##### **Modalidades de enseñanza:**

Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. El análisis de caso constituye la principal herramienta para el aprendizaje. Se combinan:

- Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.
- Conferencias: Presentación de casos en sesiones presenciales con agentes del sector. Se complementan con docencia virtual y trabajo autónomo del alumno para preparar las sesiones y la interacción con los conferenciantes.
- Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informes.
- Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual.
- Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.
- Carpeta de aprendizaje: Recoge las evidencias del proceso de aprendizaje y la propia reflexión y autoevaluación por parte del estudiante.

##### **Actividades formativas:**

###### **Actividad formativa: Clase magistral: teórica**

###### **Horas destinadas a la actividad formativa: 12 horas**

8h docencia presencial

###### **Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%**

###### **Actividad formativa: Estudio de casos**

###### **Horas destinadas a la actividad formativa: 70 horas**

15h seminario presencial / 15h docencia virtual / 40h de trabajo autónomo de búsqueda de información, redacción de informes y preparación de los seminarios

###### **Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 40%**

###### **Actividad formativa: Conferencias**

###### **Horas destinadas a la actividad formativa: 11 horas**

4h presenciales / 3h docencia virtual / 4h trabajo autónomo de preparación de preguntas y redacción de informes

###### **Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 36%**

###### **Actividad formativa: Tutoría**

###### **Horas destinadas a la actividad formativa: 2 horas**

1 h tutoría virtual / 1h trabajo autónomo de preparación

###### **Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

###### **Actividad formativa: Trabajo colaborativo**

###### **Horas destinadas a la actividad formativa: 29 horas**

9 horas de docencia virtual / 20 horas de trabajo autónomo

###### **Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

###### **Actividad formativa: Debate**

###### **Horas destinadas a la actividad formativa: 12 horas**

4h docencia virtual / 8h trabajo autónomo

###### **Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 11 horas**

1h docencia virtual / 10h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Lecturas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 33 horas**

3h docencia virtual / 30h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Actividad formativa: Estudio**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 45 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Prueba escrita: evalúa los conocimientos adquiridos a través de las clases magistrales y las lecturas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes en grupo de análisis de caso

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 25-35%

**Sistema de evaluación (denominación):** Informe individual: evalúa el aprovechamiento de las conferencias y los conocimientos derivados del conjunto de los análisis de casos.

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** participación en los debates y otras herramientas virtuales

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Carpeta de aprendizaje: además de las evidencias ya evaluadas que recoja la carpeta, se evalúa el trabajo de reflexión y autoevaluación del proceso de aprendizaje.

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.

CG3 - Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional

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

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

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita		
CT4 - Respetar los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser competente en el análisis de la estructura y dinámicas de la industria y los mercados de la comunicación		
CE2 - Saber identificar y explotar oportunidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y de los contenidos digitales		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase magistral: teórica	12	100
Conferencias	11	36
Tutoría	2	0
Trabajo colaborativo	29	0
Debate	12	0
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	11	0
Lecturas	33	0
Estudio	45	0
Análisis de casos	70	40
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales presenciales		
Conferencias		
Seminarios semipresenciales		
Docencia virtual		
Trabajo autónomo del estudiante		
Carpeta de aprendizaje		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación en los debates y otras herramientas de trabajo virtuales	10.0	20.0
Carpeta de aprendizaje	10.0	20.0
Prueba escrita	15.0	25.0
Análisis de caso	25.0	35.0
Informe individual	15.0	25.0
<b>5.5 NIVEL 1: Capacidades emprendedoras</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: La empresa y el empresario</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>

ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Redes y tecnologías de la información para la estrategia empresarial</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: El emprendedor y el plan de empresa. Habilidades de comunicación y presentación de nuevos proyectos audiovisuales</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>

No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Categorizar las informaciones relevantes para el desarrollo de proyectos empresariales y de producción.</p> <p>Ser capaz de desarrollar un plan de empresa.</p> <p>Valorar las aptitudes emprendedoras y las distintas herramientas disponibles de fomento de la creación de empresas.</p> <p>Tener una actitud innovadora y emprendedora en el ámbito de la creación de proyectos y de producción y empresariales en el campo audiovisual</p> <p>Comunicar eficazmente en entornos profesionales y empresariales.</p> <p>Evaluar la viabilidad y rentabilidad de los proyectos empresariales y de producción en el campo de los contenidos audiovisuales digitales.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Dentro del módulo dedicado a las capacidades emprendedoras, esta materia se centra la figura del empresario y la planificación estratégica empresarial. La materia se divide en dos asignaturas obligatorias en las que se desarrolla el plan de empresa y sus componentes, y las innovaciones en la planificación estratégica derivadas del uso de tecnologías de información. Con todo ello se pretende evaluar la viabilidad de un proyecto empresarial a tres años vista, evaluando diferentes escenarios e identificando los principales riesgos que el desarrollo del proyecto conllevaría. En relación al plan de empresa, se introducen algunas cuestiones sobre marketing, financiación y marco legal aunque se tratarán específicamente con mayor profundidad en la otra materia incluida en el módulo de capacidades emprendedoras.</p> <p><i>El emprendedor y el plan de empresa.</i></p> <p>El rol del emprendedor. Cualidades del emprendedor y errores a evitar por parte del empresario. Identificación de oportunidades de negocio y las fuentes principales de ideas. El plan de empresa: análisis del entorno, análisis industrial y de mercado; definición de la misión, visión y valores de la empresa; la definición de los objetivos y la estrategia genérica para alcanzarlos; introducción al plan de marketing, operaciones, recursos humanos y finanzas, y a la definición de los aspectos legales; definición de indicadores de control, un plan de contingencias y un plan de reuniones. Técnicas que aportan eficacia a la comunicación profesional, presentaciones en público e intervenciones en medios de comunicación.</p> <p><i>Redes y tecnologías de la información para la estrategia empresarial</i></p> <p>El uso estratégico de la web social y de las tecnologías de la información en la gestión empresarial: utilidades para la planificación empresarial y para la evaluación de las estrategias. Aplicaciones para la gestión de marketing y relaciones públicas, relación con clientes, control de calidad, gestión de personal y operaciones y desarrollo de innovación. Hacer de la comunicación una herramienta para mejorar la productividad y la competitividad de las organizaciones.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<p><b>Modalidades de enseñanza:</b></p> <p>Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. Se combinan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.</li> <li>• Conferencias: Presentación de casos en sesiones presenciales con agentes del sector. Se complementan con docencia virtual y trabajo autónomo del alumno para preparar las sesiones y la interacción con los conferenciantes.</li> <li>• Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informes.</li> <li>• Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual.</li> <li>• Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.</li> <li>• Carpeta de aprendizaje: Recoge las evidencias del proceso de aprendizaje y la propia reflexión y autoevaluación por parte del estudiante. Permite evaluar competencias de forma transversal</li> </ul> <p><b>Actividades formativas:</b></p> <p><b>Actividad formativa: Clases magistrales: teoría</b></p> <p><b>Horas destinadas a la actividad formativa: 16 horas</b></p> <p>16h docencia presencial / 24h trabajo autónomo de lectura y estudio</p> <p><b>Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%</b></p>		

**Actividad formativa 2: Presentaciones: habilidades de comunicación**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 20 horas**

8h de docencia presencial en seminario / 4h de docencia virtual con presentaciones grabadas, actividades de debate y análisis / 18h de trabajo autónomo para la preparación de seminarios y presentación y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 27%**

**Actividad formativa: Tutoría**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 3 horas**

1 h tutoría virtual / 2h trabajo autónomo de preparación

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Trabajo colaborativo: ideas empresariales y de producción**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 19 horas**

4h de docencia virtual con actividades colaborativas de tratamiento y análisis de la información y actividades de debate en línea / 15 horas de trabajo autónomo de búsqueda de información, redacción de informes y participación en los espacios virtuales de debate y de creación colaborativa.

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Análisis y debate**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 12 horas**

8h docencia virtual / 16h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Búsqueda de información**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 16 horas**

4h docencia virtual / 12h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 12 horas**

12h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Lecturas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 15 horas**

15h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Actividad formativa: Estudio**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 15 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Pruebas escritas, evalúan los conocimientos desarrollados en las clases teóricas y seminarios

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Actividades de auto y co-evaluación, evalúan las presentaciones y las ideas empresariales

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 20-30%

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de análisis de caso

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** Exposiciones y presentaciones

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 20-30%

**Sistema de evaluación (denominación):** Participación en debates y otros espacios virtuales

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Carpeta de aprendizaje

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.

CG2 - Ser competente en habilidades de comunicación, particularmente en entornos de negocio.

CG3 - Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional

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

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

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

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita

CT4 - Respetar los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Saber identificar y explotar oportunidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y de los contenidos digitales

CE6 - Saber identificar los componentes de un plan empresarial y el impacto de las tecnologías de la información en la estrategia empresarial.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral: teórica	16	100
Tutoría	3	0
Trabajo colaborativo	19	0
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	12	0

Lecturas	15	0
Estudio	15	0
Presentaciones: habilidades de comunicación	20	27
Búsqueda de información	16	0
Análisis y debate	12	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales presenciales		
Conferencias		
Seminarios semipresenciales		
Docencia virtual		
Trabajo autónomo del estudiante		
Carpeta de aprendizaje		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación en los debates y otras herramientas de trabajo virtuales	10.0	20.0
Carpeta de aprendizaje	10.0	20.0
Exposiciones y presentaciones	20.0	30.0
Prueba escrita	10.0	20.0
Actividades de auto y co-evaluación	20.0	30.0
Informes de análisis de casos	15.0	25.0
<b>NIVEL 2: Marketing, financiación y marco legal</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	9	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	9	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: El marco legal de la empresa y las actividades audiovisuales digitales</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>

Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: La financiación de la empresa y las actividades audiovisuales digitales</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Marketing de productos y servicios audiovisuales digitales</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6

ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Localizar y manejar las principales fuentes de información y análisis sobre los mercados audiovisuales.</p> <p>Distinguir y analizar las oportunidades y riesgos del entorno empresarial, así como las fortalezas y debilidades de los proyectos empresariales.</p> <p>Conocer los componentes de un plan de marketing y desarrollar estrategias creativas y de planificación empresarial en este ámbito.</p> <p>Analizar y comparar la información económico-financiera de distintas empresas audiovisuales.</p> <p>Distinguir las distintas partidas que componen un plan financiero.</p> <p>Reconocer y valorar la legislación y jurisprudencia que afecta a la creación de empresas y a las actividades audiovisuales y de distribución digital, en particular.</p> <p>Localizar las fuentes de información y servicios de búsqueda de información legal.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia completa el módulo dedicado a las capacidades emprendedoras con tres asignaturas que desarrollan los diversos apartados del plan empresarial, exceptuando los aspectos productivos que se tratan en los dos módulos siguientes. Así, en esta materia se aborda la planificación y gestión de marketing y financiera, así como los aspectos jurídicos. En los tres casos se combina una aproximación generalista, común para las distintas actividades económicas, con la atención a los aspectos de marketing, financiación y jurídicos específicos de las empresas y actividades de la información y la comunicación.</p> <p><i>Marketing de productos y servicios audiovisuales digitales</i></p> <p>La planificación de marketing en empresas y proyectos audiovisuales digitales. Análisis de mercado y tablas DAFO. Fijación de objetivos en los mercados del audiovisual digital. Estrategias de precios para productos y servicios digitales. Plan de comunicación. Mecanismos de control y evaluación.</p> <p><i>La financiación de la empresa y las actividades audiovisuales digitales</i></p> <p>El plan financiero. Fuentes de financiación generales y específicas de la industria audiovisual: inversores ¿financiación intra industrial, plataformas de crowd-funding, <i>Business angels</i> y otros-, ayudas públicas, financiación bancaria, autofinanciación. Ayudas públicas a la producción y distribución audiovisual.</p> <p><i>El marco legal de la empresa y las actividades audiovisuales digitales</i></p> <p>El marco legal para la creación de empresas. Formas jurídicas de la empresa. Regulación del audiovisual, las telecomunicaciones y TIC. Derechos de autor.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p><b>Modalidades de enseñanza:</b></p> <p>Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. El análisis de caso constituye la principal herramienta para el aprendizaje. Se combinan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.</li> <li>• Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informes.</li> <li>• Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual. Incluye la realización de actividades de resolución de problemas</li> <li>• Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.</li> <li>• Carpeta de aprendizaje: Recoge las evidencias del proceso de aprendizaje y la propia reflexión y autoevaluación por parte del estudiante.</li> </ul>		

**Actividades formativas:**

**Actividad formativa: Clases magistrales: teoría**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 15 horas**

15h docencia presencial

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%**

**Actividad formativa: Seminarios: Estudio de casos (marketing, fuentes de financiación jurisprudencia)**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 80 horas**

18h de docencia presencial en seminario / 9h de docencia virtual con análisis de casos y búsqueda de información / 32h de trabajo autónomo de búsqueda de información, redacción de informes, preparación de seminarios y participación en espacios virtuales

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 31%**

**Actividad formativa: Resolución de problemas: análisis de cuentas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 16 horas**

4h de docencia virtual / 12h de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Análisis y reflexión**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 24 horas**

12 h de docencia virtual / 12h de trabajo autónomo de búsqueda de información, análisis y participación en espacios de debate

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Búsqueda de información (información de mercados, fuentes de financiación, jurisprudencia)**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 16 horas**

6h de docencia virtual / 12 horas de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Actividades autocorrectivas: carpeta del estudiante, correcciones colaborativas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 8 horas**

3h de docencia virtual / 5h de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Estudio**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 45 horas**

45h de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Actividad formativa: Redacción de informes**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 15 horas**

15h de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Actividad formativa: Lecturas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 25 horas**

25h de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0 %**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Pruebas escritas, evalúan los conocimientos desarrollados en las clases teóricas y seminarios

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 20-30%

**Sistema de evaluación (denominación):** Actividades de auto y co-evaluación

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Elaboración de informes

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 20-40%

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de análisis de caso

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** Participación en debates y otros espacios virtuales

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Carpeta de aprendizaje

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.

CG3 - Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional

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

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

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

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita

CT4 - Respetar los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos

**5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS**

CE1 - Ser competente en el análisis de la estructura y dinámicas de la industria y los mercados de la comunicación

CE7 - Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de del marketing de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.

CE8 - Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de la financiación de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.

CE9 - Ser competente en el conocimiento y análisis del marco legal que afecta a las empresas y mercados de la comunicación, utilizando las distintas herramientas y fuentes de información al respecto.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase magistral: teórica	15	100
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	8	0
Lecturas	25	0
Estudio	45	0
Búsqueda de información	16	0
Resolución de problemas: análisis de cuentas	16	0
Análisis y reflexión	24	0
Redacción de informes	15	0
Seminarios	80	31
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales presenciales		
Seminarios semipresenciales		
Docencia virtual		
Trabajo autónomo del estudiante		
Carpeta de aprendizaje		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación en los debates y otras herramientas de trabajo virtuales	10.0	20.0
Carpeta de aprendizaje	10.0	20.0
Prueba escrita	20.0	30.0
Elaboración de informes	20.0	40.0
Actividades de auto y co-evaluación	10.0	20.0
Informes de análisis de casos	15.0	25.0
<b>5.5 NIVEL 1: Profesionales de la comunicación digital</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Nuevos perfiles profesionales en el entorno digital</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Según Asignaturas	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	9	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>

Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Profesionales para la interacción digital: redes sociales, posicionamiento</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Creación y producción de contenidos audiovisuales para pantallas convergentes</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No

<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>NIVEL 3: Profesionales del periodismo web-native</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>	
Optativa	3	Semestral	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>			
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>	
	3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>	
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>	
Sí	Sí	No	
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>	
No	No	Sí	
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>	
No	No	No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>			
Especialidad en Periodismo y convergencia digital			
<b>NIVEL 3: El cine: digitalización de la producción, multiplicación de pantallas</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>	
Optativa	3	Semestral	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>			
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>	
	3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>	
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>	
Sí	Sí	No	
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>	
No	No	Sí	
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>	
No	No	No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>			

## Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital

### 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

A la hora de describir los resultados de aprendizaje en este módulo, nos referiremos a los medios audiovisuales englobando en dicho término a los distintos medios de comunicación en que se organizan las asignaturas. Así pues, los medios audiovisuales incluyen la televisión, la radio, el cine, internet y las distintas plataformas y servicios que ahondan en la convergencia digital, con especial atención a los procesos de fusión televisión-internet.

Analizar el mercado de trabajo ¿global y local- y la evolución de las profesiones en los distintos medios digitales.

Distinguir y comprender los factores contextuales, técnicos y de lenguaje que se tienen en cuenta en la dirección, producción y distribución digital.

Conocer las técnicas de dirección y gestión de contenidos adecuadas a los distintos formatos y contenidos audiovisuales para internet y otras plataformas digitales.

Conocer las técnicas de gestión de la interactividad asociadas a los contenidos y plataformas digitales.

Mostrar una actitud crítico-reflexiva e innovadora ante el contexto de crisis y transformación en que se desarrolla la actividad profesional de los contenidos digitales.

Utilizar las aplicaciones informáticas de creación de guiones, de creación de web y de web-native video, y las aplicaciones de gestión de proyectos y de distribución audiovisual digital.

Conocer las necesidades de producción (trabajo, material, equipos, costes) para internet y otras pantallas digitales.

Comparar las estrategias de producción ¿tipo de producto, procesos de producción, requerimientos profesionales- de diversas empresas en cada uno de los ámbitos de los contenidos digitales.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Materia incluida en el módulo 3 que fija su atención en los las necesidades de trabajo y los requerimientos profesionales implicados en la comunicación digital. Esta primera materia focaliza su atención sobre las nuevas demandas y requerimientos que se exigen a los profesionales del campo. Se organiza en dos asignaturas obligatorias, dedicadas a las innovaciones surgidas de la convergencia de pantallas (televisor, ordenador, teléfono u otras tabletas digitales) y de las posibilidades de interacción. Además se ofrecen dos asignaturas optativas vinculadas a las dos especialidades del máster, que abordan las innovaciones profesionales y de producto en el campo del cine (*Especialidad en creación audiovisual y convergencia digital*) y la el periodismo web-native (*Especialidad en periodismo y convergencia digital*).

*Creación de contenidos digitales para pantallas convergentes*

Diseño y desarrollo de la creatividad adaptada a los contenidos digitales y a las tendencias de consumo en internet y otras plataformas digitales. Interactividad, personalización, colaboración entre usuarios, información extendida. Nuevos conceptos creativos (contenidos a la carta, bajo demanda y global)

*Profesionales para la interacción digital: redes sociales, posicionamiento*

La gestión de la interactividad en webs, redes sociales y aplicaciones. Perfiles profesionales: community managers, gestión de medios sociales, planificación y gestión de posicionamiento. Geolocalización. Analítica web. La interactividad en la TDT.

*El cine: digitalización de la producción, multiplicación de pantallas (OP: Especialidad en creación audiovisual y convergencia digital)*

La digitalización de la producción. Plataformas digitales de distribución cinematográfica. Nuevas tendencias creativas y web-native cinema

*Profesionales del periodismo web-native (OP: Especialidad en periodismo y convergencia digital)*

Nuevos requerimientos profesionales para el periodismo on-line: nuevos procesos de selección de información, news-curating, el tratamiento de la fuentes, el periodista y la conversación en redes sociales. Nuevas formas creativas: periodismo de datos, storytelling, video-web multimedia, presentaciones en mapas.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### Modalidades de enseñanza:

Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. Además de clases magistrales la docencia se apoya en el método del análisis de caso y talleres prácticos:

- Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.
- Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de análisis, búsqueda de información y redacción de informes.
- Talleres prácticos, presenciales: Actividades creativas y de práctica en el uso de tecnologías.
- Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual.
- Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.

- Actividades de auto y coevaluación: suponen un ejercicio de reflexión sobre el propio trabajo y el de los compañeros que permite evaluar la actitud crítico-reflexiva.

**Actividades formativas:**

**Actividad formativa: Clases magistrales**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 12 horas**

12h docencia presencial

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%**

**Actividad formativa: Análisis de casos (contenidos digitales informativos/no informativos, estrategias en redes sociales, plataformas de distribución)**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 48 horas**

12h docencia presencial / 12h docencia virtual (estudio de caso y búsqueda de información) / 24h trabajo autónomo de búsqueda de información, lecturas y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 25%**

**Actividad formativa: Clase-taller Magical**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 36 horas**

12 h presenciales / 24 h trabajo autónomo de estudio y búsqueda de información

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 33%**

**Actividad formativa: Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 62 horas**

12h docencia virtual a través de trabajos de producción colaborativa y debate / 50h trabajo autónomo de producción y análisis

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Tutorías**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 6 horas**

3 h tutoría virtual / 3 h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Análisis y debate: contenidos digitales, estrategias en redes sociales**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 29 horas**

5 h docencia virtual / 24 h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Lecturas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 20 horas**

20h trabajo autónomo de lecturas y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Actividades autocorrectivas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 12 horas**

12h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de análisis de casos, donde se evalúan los conocimientos adquiridos a partir de las clases teóricas y seminarios

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 20-30%

**Sistema de evaluación (denominación):** Ejercicios de producción y planificación para los distintos medios, evalúan los conocimientos y habilidades desarrollados en los talleres y seminarios creativos y a través de las lecturas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 25-40%

**Sistema de evaluación (denominación):** participación en los espacios de docencia virtual, donde se evalúa la capacidad de juicio y análisis

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** informes sobre lecturas y otras actividades, para evaluar el aprovechamiento de dichas sesiones

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** actividades de auto y co-evaluación, suponen un proceso reflexivo sobre su propio trabajo

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.

CG4 - Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.

CG5 - Saber valorar la importancia del conocimiento, la investigación y el desarrollo tecnológico para el avance socioeconómico y cultural.

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

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

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita

CT2 - Dominar una lengua extranjera

CT3 - Dominar las TIC

**5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS**

CE4 - Ser capaz de diseñar, crear, desarrollar y dirigir proyectos de producción y gestión de contenidos audiovisuales digitales

CE10 - Ser capaz de reconocer, organizar y gestionar las necesidades profesionales y organizativas requeridas en los procesos de producción de las empresas de contenidos audiovisuales digitales para distintos medios.

**5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral: teórica	12	100
Tutoría	6	0
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	12	0
Lecturas	20	0

Clase-taller Magical	36	33
Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos	62	0
Análisis y debate	29	0
Análisis de casos	48	25
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales presenciales		
Seminarios semipresenciales		
Docencia virtual		
Trabajo autónomo del estudiante		
Carpeta de aprendizaje		
Talleres prácticos, presenciales		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Actividades de auto y co-evaluación	10.0	20.0
Ejercicios de producción y planificación para los distintos medios	25.0	40.0
Informes sobre lecturas y otras actividades	10.0	20.0
Participación en los espacios de docencia virtual	15.0	25.0
Informes de análisis de casos	20.0	30.0
<b>NIVEL 2: Profesionales del audiovisual</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital		
Especialidad en Periodismo y convergencia digital		
<b>NIVEL 3: Dirección y producción radiofónica</b>		

5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Producción y realización televisiva		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Dirección y guión para televisión: programas informativos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Periodismo y convergencia digital		
<b>NIVEL 3: Dirección y guión para televisión: programas no informativos</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>A la hora de describir los resultados de aprendizaje en este módulo, nos referiremos a los medios audiovisuales englobando en dicho término a los distintos medios de comunicación en que se organizan las asignaturas. Así pues, los medios audiovisuales incluyen la televisión, la radio, el cine, internet y las distintas plataformas y servicios que ahondan en la convergencia digital, con especial atención a los procesos de fusión televisión-internet.</p>		

- Analizar el mercado de trabajo ¿global y local- y la evolución de las profesiones en los distintos medios de comunicación audiovisual.
- Distinguir y comprender los factores contextuales, técnicos y de lenguaje que se tienen en cuenta en la dirección, producción y realización audiovisual.
- Conocer las técnicas de dirección adecuadas a los distintos formatos televisivos y radiofónicos.
- Mostrar una actitud crítico-reflexiva e innovadora ante el contexto de crisis y transformación en que se desarrolla la actividad profesional del audiovisual.
- Conocer las tipologías y elementos de evaluación de guiones para programas de televisión y radio.
- Conocer las necesidades de producción (trabajo, material, equipos, costes) para televisión y radio.
- Comparar las estrategias de producción ¿tipo de producto, procesos de producción, requerimientos profesionales- de diversas empresas en el ámbito de la televisión y la radio.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

En esta materia se ofrecen cuatro asignaturas entre las que el estudiante deberá escoger dos.

Cada una focaliza su atención sobre los distintos tipos de productos o servicios (vídeo, radio, cine, plataformas híbridas), poniendo especial atención sobre las nuevas demandas y requerimientos que se exigen a los profesionales del campo. En relación a los estudios de grado, estas asignaturas aportan un mayor grado de especialización y actualización, enfocándose desde la perspectiva de la dirección de empresas y proyectos.

*Profesionales del audiovisual: dirección y producción*

Fundamentos de la dirección y producción televisiva. Nuevos lenguajes y formatos: nuevos profesionales para la producción digital y en red. Revalorización de los fondos de catálogo. Gestión de proyectos audiovisuales: organización y logística, preproducción, plan de producción, elaboración de presupuestos, grabación, ensayos, post-producción, edición.

*Profesionales del audiovisual: realización, guión*

Técnicas de realización para televisión. Transcendencia de la adecuación de los contenidos y servicios tradicionales a las exigencias de los medios emergentes. Nuevas necesidades en la realización para plataformas digitales conectadas. Guión interactivo. Impacto de los contenidos cortos.

*La radio digital*

Dirección, guión, producción y realización en radio. Plataformas digitales de distribución radiofónica. La radio multimedia. Interactividad en la radio.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### **Modalidades de enseñanza:**

Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. Además de clases magistrales la docencia se apoya en el método del análisis de caso y talleres prácticos:

- Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.
- Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de análisis, búsqueda de información y redacción de informes.
- Talleres prácticos, presenciales: Actividades creativas y de práctica en el uso de tecnologías.
- Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual.
- Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.
- Actividades de auto y coevaluación: suponen un ejercicio de reflexión sobre el propio trabajo y el de los compañeros que permite evaluar la actitud crítico-reflexiva.

#### **Actividades formativas:**

**Actividad formativa: Clases magistrales: teoría**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 8 horas**

8h docencia presencial

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%**

**Actividad formativa: Análisis de casos (contenidos televisivos y radiofónicos)**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 32 horas**

8h docencia presencial / 8h docencia virtual (estudio de caso y búsqueda de información) / 8h trabajo autónomo de búsqueda de información, lecturas y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa 5: 25%**

**Actividad formativa: Clase-taller Magical**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 24 horas**

8 h presenciales / 16 h trabajo autónomo de estudio y búsqueda de información

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 33%**

**Actividad formativa: Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 32 horas**

4h docencia virtual a través de trabajos de producción colaborativa y debate / 28h trabajo autónomo de producción y análisis

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Tutorías**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 4 horas**

2 h tutoría virtual / 2 h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Análisis y debate: contenidos digitales, estrategias en redes sociales**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 24 horas**

4 h docencia virtual / 20 h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Lecturas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 20 horas**

20h trabajo autónomo de lecturas y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Actividades autocorrectivas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 4 horas**

4h trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de análisis de casos, donde se evalúan los conocimientos adquiridos a partir de las clases teóricas y seminarios

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 20-30%

**Sistema de evaluación (denominación):** Ejercicios de producción y planificación para los distintos medios, evalúan los conocimientos y habilidades desarrollados en los talleres y seminarios creativos y a través de las lecturas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 25-40%

**Sistema de evaluación (denominación):** participación en los espacios de docencia virtual, donde se evalúa la capacidad de juicio y análisis

<b>Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:</b> 15-25%		
<b>Sistema de evaluación (denominación):</b> informes sobre lecturas y otras actividades, para evaluar el aprovechamiento de dichas sesiones		
<b>Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:</b> 10-20%		
<b>Sistema de evaluación (denominación):</b> actividades de auto y co-evaluación, suponen un proceso reflexivo sobre su propio trabajo		
<b>Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:</b> 10-20%		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.		
CG4 - Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.		
CG5 - Saber valorar la importancia del conocimiento, la investigación y el desarrollo tecnológico para el avance socioeconómico y cultural.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita		
CT2 - Dominar una lengua extranjera		
CT3 - Dominar las TIC		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE4 - Ser capaz de diseñar, crear, desarrollar y dirigir proyectos de producción y gestión de contenidos audiovisuales digitales		
CE10 - Ser capaz de reconocer, organizar y gestionar las necesidades profesionales y organizativas requeridas en los procesos de producción de las empresas de contenidos audiovisuales digitales para distintos medios.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase magistral: teórica	8	100
Tutoría	4	0
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	4	0
Lecturas	20	0
Clase-taller Magical	24	33
Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos	32	0
Análisis y debate	24	0
Análisis de casos	32	25
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales presenciales		
Seminarios semipresenciales		
Docencia virtual		
Trabajo autónomo del estudiante		

Carpeta de aprendizaje		
Talleres prácticos, presenciales		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Actividades de auto y co-evaluación	10.0	20.0
Ejercicios de producción y planificación para los distintos medios	25.0	40.0
Informes sobre lecturas y otras actividades	10.0	20.0
Participación en los espacios de docencia virtual	15.0	25.0
Informes de análisis de casos	20.0	30.0
<b>5.5 NIVEL 1: Tecnologías de la información y la comunicación</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Redes y lenguajes</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	9	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
9		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Lenguajes informáticos y gestores de contenidos</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>

Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: El papel de las redes sociales en la convergencia digital</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Redes y tecnologías de la información para la comunicación</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No

ITALIANO	OTRAS
No	No
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	
<p>Conocer las distintas tecnologías asociadas a los sistemas de información y comunicación.</p> <p>Conocer y comprender el valor y el uso de las redes sociales en el actual panorama de generación y consumo de información.</p> <p>Ser capaz de comprender y utilizar las tecnologías y herramientas para la creación de espacios web multimedia y multiplataforma, particularmente los sistemas de gestión de contenidos.</p>	
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>	
<p>Se incluyen tres asignaturas obligatorias de carácter introductorio sobre las tecnologías que dan soporte a la creación, almacenamiento, transmisión, procesado y modos de consumo de la información digital.</p> <p><i>Redes y tecnologías de la información para la comunicación</i></p> <p>Papel que juegan las redes de telecomunicaciones y las tecnologías de transmisión de información dentro del mundo de la comunicación. Tecnologías de acceso a internet, redes troncales, redes de acceso, tecnologías inalámbricas, servicios www.</p> <p><i>El papel de las redes sociales en la convergencia digital</i></p> <p>La realidad de las distintas redes sociales dentro del panorama de la comunicación digital. El usuario como productor y consumidor de información. El periodista frente al nuevo rol de las redes sociales en el mundo de la comunicación. Redes sociales para empresas e instituciones públicas.</p> <p><i>Lenguajes informáticos y gestores de contenidos</i></p> <p>Las tecnologías ligadas a la producción de información en web. Lenguajes de programación web multiplataforma y con contenidos multimedia. Sistemas tecnológicos para los medios digitales y generación de espacios web personales: los sistemas de gestión de contenidos (CMS).</p>	
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>	
<p><b><u>Modalidades de enseñanza:</u></b></p> <p>Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. Se combinan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.</li> <li>• Conferencias: presentación de casos en sesiones presenciales con agentes del sector. Se complementan con docencia virtual y trabajo autónomo del alumno para preparar las sesiones y la interacción con los conferenciantes.</li> <li>• Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informes.</li> <li>• Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual.</li> <li>• Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.</li> <li>• Carpeta de aprendizaje: Recoge las evidencias del proceso de aprendizaje y la propia reflexión y autoevaluación por parte del estudiante. Permite evaluar competencias de forma transversal</li> </ul> <p><b><u>Actividades formativas</u></b></p> <p><b>Actividad formativa: Clases teóricas</b></p> <p><b>Horas destinadas a la actividad formativa: 20 horas</b></p> <p>20 h docencia presencial</p> <p><b>Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%</b></p> <p><b>Actividad formativa: Clase-taller Centro Demostrador Walqa (Huesca) y Centro Arte y Tecnología (Zaragoza)</b></p> <p><b>Horas destinadas a la actividad formativa: 25 horas</b></p> <p>8 h presenciales / 5 h docencia virtual búsqueda de información / 12 h trabajo autónomo del estudiante</p> <p><b>Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 32%</b></p> <p><b>Actividad formativa : Conferencias</b></p>	

**Horas destinadas a la actividad formativa: 8 horas**

4 h presenciales / 4 h trabajo autónomo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informe

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 50 %**

**Actividad formativa: Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 35 horas**

2 h presenciales / 8 h docencia virtual a través de trabajos de producción colaborativa y debate / 25 h trabajo autónomo de producción y lecturas

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 6%**

**Actividad formativa: Trabajo colaborativo: redes y lenguajes para la comunicación**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 35 horas**

10 h de docencia virtual con actividades colaborativas de análisis de la información y actividades de debate en línea / 25 horas de trabajo autónomo de búsqueda de información, redacción de informes y participación en los espacios virtuales de debate y de creación colaborativa

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Análisis de casos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 36 horas**

3 h docencia presencial / 8h docencia virtual (estudio de caso y búsqueda de información) / 25 h trabajo autónomo de búsqueda de información, lecturas y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 8%**

**Actividad formativa: carpeta del estudiante**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 6 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: otro trabajo autónomo del estudiante: estudio, búsqueda de información, preparación de tutorías**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 40 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de análisis de casos, donde se evalúan los conocimientos adquiridos a partir de las clases teóricas y seminarios

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** Ejercicios de diseño de distintos sistemas y medios tecnológicos, evalúan los conocimientos y habilidades desarrollados en los talleres y seminarios creativos y a través de las lecturas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 25-35%

**Sistema de evaluación (denominación):** participación en los espacios de docencia virtual, donde se evalúa la capacidad de juicio y análisis

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** informes sobre lecturas, conferencias y otras actividades, para evaluar el aprovechamiento de dichas sesiones

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** actividades de auto y co-evaluación, suponen un proceso reflexivo sobre su propio trabajo

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Carpeta de aprendizaje que reúne evidencias ya evaluadas junto con otras aportaciones de reflexión sobre el proceso de aprendizaje. Permite evaluar distintas competencias de forma transversal.

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.

CG4 - Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.

CG5 - Saber valorar la importancia del conocimiento, la investigación y el desarrollo tecnológico para el avance socioeconómico y cultural.

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

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

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita

CT3 - Dominar las TIC

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE5 - Ser capaz de entender el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el funcionamiento de las empresas y mercados de la comunicación, y de adquirir nuevos conocimientos de acuerdo con su evolución.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral: teórica	20	100
Conferencias	8	50
Trabajo colaborativo	35	0
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	6	0
Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos	35	6
Clase-taller Centro Demostrador Walqa (Huesca) y Centro Arte y Tecnología (Zaragoza)	25	32
Otro trabajo autónomo del estudiante	40	0
Análisis de casos	36	8

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases magistrales presenciales

Conferencias

Seminarios semipresenciales

Docencia virtual

Trabajo autónomo del estudiante

Carpeta de aprendizaje

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Carpeta de aprendizaje	10.0	20.0
Actividades de auto y co-evaluación	10.0	20.0
Informes sobre lecturas y otras actividades	10.0	20.0
Participación en los espacios de docencia virtual	10.0	20.0
Memoria de prácticas	25.0	35.0
Informes de análisis de casos	15.0	25.0
<b>NIVEL 2: Tecnologías de producción y emisión</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital		
Especialidad en Periodismo y convergencia digital		
<b>NIVEL 3: Tecnologías para la búsqueda y tratamiento de información digital</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No

<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Periodismo y convergencia digital		
<b>NIVEL 3: Tecnologías de televisión digital y radio digital</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital		
<b>NIVEL 3: Tecnologías y sistemas de vídeo</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>

No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Tecnologías y sistemas de audio</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Conocer las distintas tecnologías asociadas a los sistemas de información y comunicación.</p> <p>Conocer y comprender desde el punto de vista tecnológico la señal de audio y los sistemas que permiten su captación, almacenamiento, tratamiento, transmisión y reproducción.</p> <p>Conocer y comprender desde el punto de vista tecnológico la señal de video y los sistemas que permiten su captación, almacenamiento, tratamiento, transmisión y reproducción.</p> <p>Ser capaz de utilizar las herramientas y sistemas tecnológicos, tanto hardware como software, relacionados con el audio y video para uso periodístico.</p> <p>Conocer los sistemas y tecnologías de televisión y radio digital, sus ventajas con respecto a los sistemas analógicos correspondientes y los servicios de valor añadido asociados a estos medios.</p> <p>Conocer las tecnologías que dan soporte a los sistemas de información digital para una utilización eficiente de los mismos en la búsqueda y tratamiento de la información.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>En este módulo el estudiante deberá optar por dos de las cuatro asignaturas que se especializan en las distintas tecnologías: audio, video, radio y televisión digital o arquitectura de información.</p> <p>Tecnologías y sistemas de audio</p>		

Las tecnologías ligadas a sistemas de audio: captación, almacenamiento, tratamiento, transmisión y reproducción de la señal de audio. El audio digital: sistemas electrónicos, soportes, tecnologías de compresión de audio, ficheros de audio, audio sobre internet.

Tecnologías y sistemas de video

Las tecnologías ligadas a sistemas de video: captación, almacenamiento, tratamiento, transmisión y reproducción de la señal de video. El video digital: sistemas electrónicos, soportes, codificación de la señal, formatos de ficheros de video, video sobre internet

Tecnologías de televisión digital y radio digital (E1)

Los sistemas de televisión digital y radio digital desde el punto de vista tecnológico: captura de la señal, codificación, multiplexado, cabeceras, medios de transmisión de información, receptores digitales, estándares. Servicios de valor añadido sobre televisión y radio digital.

Tecnologías para la búsqueda y tratamiento de información digital (E2)

Tecnologías ligadas al análisis, organización, disposición y estructuración de la información en espacios de información. Selección y presentación de datos en sistemas de información tanto interactivos como no interactivos. Búsqueda y tratamiento de información digital.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

##### **Modalidades de enseñanza:**

Esta materia se desarrolla en modalidad semipresencial. Se combinan:

- Clases magistrales presenciales: presentación de contenidos teóricos. Implican un trabajo autónomo del estudiante de lecturas complementarias y estudio de los contenidos impartidos.
- Conferencias: Presentación de casos en sesiones presenciales con agentes del sector. Se complementan con docencia virtual y trabajo autónomo del alumno para preparar las sesiones y la interacción con los conferenciantes.
- Seminarios semipresenciales: incluyen sesiones presenciales participativas para el análisis de casos, completadas con docencia virtual y trabajo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informes.
- Docencia virtual: se organizan sesiones de debate y presentación de proyectos, y de trabajo colaborativo en grupos a través de las distintas herramientas del campus virtual.
- Trabajo autónomo del estudiante: Incluyen trabajo de lectura y estudio de los contenidos impartidos, además del trabajo asociado a otras actividades docentes.
- Carpeta de aprendizaje: Recoge las evidencias del proceso de aprendizaje y la propia reflexión y autoevaluación por parte del estudiante. Permite evaluar competencias de forma transversal

##### **Actividades formativas**

**Actividad formativa: Clases teóricas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 14 horas**

**14 h docencia presencial**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 100%**

**Actividad formativa: Clase-taller Centro Demostrador Walqa (Huesca) y Centro Arte y Tecnología (Zaragoza)**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 18 horas**

3 h presenciales / 3 h docencia virtual búsqueda de información / 12 h trabajo autónomo del estudiante

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 17%**

**Actividad formativa: Conferencias**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 8 horas**

4 h presenciales / 4 h trabajo autónomo del estudiante de búsqueda de información y redacción de informe

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 50 %**

**Actividad formativa: Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 18 horas**

3 h presenciales / 3 h docencia virtual a través de trabajos de producción colaborativa y debate / 12 h trabajo autónomo de producción y lecturas

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 17%**

**Actividad formativa: Trabajo colaborativo: tecnologías de producción y emisión**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 24 horas**

6 h de docencia virtual con actividades colaborativas de análisis de la información y actividades de debate en línea / 18 horas de trabajo autónomo de búsqueda de información, redacción de informes y participación en los espacios virtuales de debate y de creación colaborativa

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: Análisis de casos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 25 horas**

2 h docencia presencial / 7 h docencia virtual (estudio de caso y búsqueda de información) / 16 h trabajo autónomo de búsqueda de información, lecturas y redacción de informes

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 8%**

**Actividad formativa: carpeta del estudiante**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 4 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: otro trabajo autónomo del estudiante: estudio, búsqueda de información, preparación de tutorías**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 39 horas**

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de análisis de casos, donde se evalúan los conocimientos adquiridos a partir de las clases teóricas y seminarios

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 15-25%

**Sistema de evaluación (denominación):** Ejercicios de diseño de distintos sistemas y medios tecnológicos, evalúan los conocimientos y habilidades desarrollados en los talleres y seminarios creativos y a través de las lecturas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 25-35%

**Sistema de evaluación (denominación):** participación en los espacios de docencia virtual, donde se evalúa la capacidad de juicio y análisis

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** informes sobre lecturas, conferencias y otras actividades, para evaluar el aprovechamiento de dichas sesiones

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** actividades de auto y co-evaluación, suponen un proceso reflexivo sobre su propio trabajo

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Carpeta de aprendizaje que reúne evidencias ya evaluadas junto con otras aportaciones de reflexión sobre el proceso de aprendizaje. Permite evaluar distintas competencias de forma transversal.

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.

CG4 - Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.		
CG5 - Saber valorar la importancia del conocimiento, la investigación y el desarrollo tecnológico para el avance socioeconómico y cultural.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita		
CT3 - Dominar las TIC		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE5 - Ser capaz de entender el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el funcionamiento de las empresas y mercados de la comunicación, y de adquirir nuevos conocimientos de acuerdo con su evolución.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase magistral: teórica	14	100
Conferencias	8	50
Trabajo colaborativo	24	0
Actividades autocorrectivas: la carpeta de aprendizaje	4	0
Seminarios creativos: desarrollo, debate y presentación de proyectos	18	17
Clase-taller Centro Demostrador Walqa (Huesca) y Centro Arte y Tecnología (Zaragoza)	18	17
Otro trabajo autónomo del estudiante	39	0
Análisis de casos	25	8
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales presenciales		
Conferencias		
Seminarios semipresenciales		
Docencia virtual		
Trabajo autónomo del estudiante		
Carpeta de aprendizaje		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Carpeta de aprendizaje	10.0	20.0
Actividades de auto y co-evaluación	10.0	20.0
Informes sobre lecturas y otras actividades	10.0	20.0
Participación en los espacios de docencia virtual	10.0	20.0
Memoria de prácticas	25.0	35.0
Informes de análisis de casos	15.0	25.0

<b>5.5 NIVEL 1: Trabajo fin de máster</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Trabajo fin de master</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Trabajo Fin de Grado / Máster	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	15	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		15
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Creatividad audiovisual y convergencia digital		
Especialidad en Periodismo y convergencia digital		
<b>NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Trabajo Fin de Grado / Máster	15	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		15
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	

### 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Planear propuestas innovadoras a partir de una actitud crítico-reflexiva, que valore el rol de los medios de comunicación en la sociedad y la cultura, y su papel en relación a los derechos fundamentales y los valores propios de una cultura de paz y democracia.

Elaborar un plan de empresa en el ámbito de las actividades audiovisuales (televisión, radio, cine, internet y las distintas plataformas y servicios que abundan en la convergencia digital, con especial atención a los procesos de fusión televisión-internet).

Elaborar un plan de producción audiovisual.

Demostrar la viabilidad de los proyectos empresariales o de producción.

Demostrar capacidad expositiva y argumentativa en defensa del plan de empresa o de producción audiovisual.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

El Trabajo de Fin de Máster (TFM) consiste en la elaboración de un plan de empresa para el desarrollo de negocios o de productos y servicios audiovisuales (televisión, radio, cine, internet, internet-televisión y otras plataformas digitales). Se contempla tanto la posibilidad de elaboración planes para la puesta en marcha de empresas en el ámbito audiovisual digital, como de planes para el desarrollo de una producción concreta. Según el tipo de contenidos implicados, informativos o no informativos, el TFM se adscribirá a una de las dos especialidades del máster.

La elaboración de dicho plan empresarial reúne conocimientos, habilidades y procesos desarrollados en los distintos módulos. Así, el plan empresarial debe incluir un análisis del contexto general e industrial en el que se ubica la propuesta; el correspondiente análisis de mercado, el plan de marketing, el plan de producción, el plan financiero y la forma jurídica adecuada para el desarrollo del proyecto.

El TFM puede presentarse en las distintas lenguas que se contemplan en el máster (catalán, castellano, inglés).

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### **Modalidades de enseñanza:**

El trabajo de fin de máster implica principalmente trabajo autónomo del alumno, pero acompañado de un proceso de tutorización cercano, tanto a través de modalidades a distancia, como a través de algunas actividades presenciales. También se contemplan otras actividades presenciales y virtuales de presentación y debate de proyectos, introduciendo elementos colaborativos:

- Actividades de orientación para la selección y planteamiento del TFM
- Tutorías: además del tutor asignado, que formará parte del personal académico de las universidades participantes, se programarán también tutorías con los profesores visitantes provenientes del mundo profesional, atendiendo a las características de cada proyecto. Se realizarán tutorías presenciales y virtuales.
- Trabajo autónomo del estudiante: a partir de la guía que representan las tutorías, la mayor carga de créditos corresponde al trabajo autónomo de los estudiantes, de búsqueda de información y creación de un proyecto.
- Sesiones de puesta en común y debate: análisis, reflexión y debate a través de herramientas virtuales que permitan poner en común el trabajo de los distintos estudiantes. Se organizarán sesiones en grupo (trabajos del mismo ámbito) y sesiones generales.
- Presentaciones de los TFM, acompañados de actividades de co-evaluación.

#### **Actividades formativas:**

**Actividad formativa: sesión de orientación: presentación de modalidades de TFM, recursos y métodos de trabajo**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 5 horas**

3 horas presenciales / 2 horas virtuales

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 60%**

**Actividad formativa: tutorías**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 30 horas**

5h de tutorías presenciales / 10 h de tutorías virtuales / 15h de trabajo autónomo de preparación de las tutorías

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 16%**

**Actividad formativa: estudio de mercado y búsqueda de información**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 105 horas**

5h de docencia virtual / 100 horas de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: elaboración del proyecto de producción o proyecto empresarial**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 130 horas**

5h de docencia virtual / 125 horas de trabajo autónomo

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: sesiones de puesta en común y debate de proyectos**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 45 horas**

20 h de docencia virtual con actividades colaborativas de puesta en común de la evolución del trabajo y de debate entre alumnos y tutores / 25 horas de trabajo autónomo de preparación de presentaciones y búsqueda de información

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Actividad formativa: presentación final y defensa del trabajo**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 60 horas**

15 h de actividad presencial / 15 h actividad virtual de reflexión y análisis / 30 h trabajo autónomo de preparación de presentaciones y elaboración de informes de co-evaluación

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 21%**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de auto y co-evaluación

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Participación en debates y otros espacios virtuales

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**Sistema de evaluación (denominación):** Plan de empresa o plan de producción

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 60-70%

**Sistema de evaluación (denominación):** Presentación y defensa del TFM

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación:** 10-20%

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG2 - Ser competente en habilidades de comunicación, particularmente en entornos de negocio.

CG3 - Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional

CG4 - Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.

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

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

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

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita

CT2 - Dominar una lengua extranjera

CT4 - Respetar los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos

**5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS**

CE1 - Ser competente en el análisis de la estructura y dinámicas de la industria y los mercados de la comunicación		
CE2 - Saber identificar y explotar oportunidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y de los contenidos digitales		
CE3 - Ser capaz de generar e implementar propuestas competitivas e innovadoras en el campo profesional y empresarial del audiovisual y los contenidos digitales		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Tutoría	30	16
Búsqueda de información	105	0
Sesión de orientación: presentación de modalidades de TFM, recursos y métodos de trabajo	5	60
Elaboración del proyecto de producción o proyecto empresarial	130	0
Sesiones de puesta en común y debate de proyectos	45	0
Presentación final y defensa del trabajo	60	21
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Trabajo autónomo del estudiante		
Actividades de orientación para la selección y planteamiento del TFM		
Sesiones de puesta en común y debate		
Presentaciones de los TFM, acompañados de actividades de co-evaluación		
Tutorías		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación en los debates y otras herramientas de trabajo virtuales	10.0	20.0
Actividades de auto y co-evaluación	10.0	20.0
Plan de empresa o plan de producción	60.0	70.0
Presentación y defensa del TFM	10.0	20.0
<b>5.5 NIVEL 1: Prácticas en empresas</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Prácticas en empresas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Prácticas Externas	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	15	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		18
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No

GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas en empresas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	15	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		15
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Desarrollar la visión de los procesos económicos y financieros implicados en la producción y comercialización de contenidos audiovisuales digitales.</p> <p>Planear propuestas innovadoras adaptadas a las necesidades de la empresa.</p> <p>Demostrar capacidad de trabajo, individual y en equipo, en entornos profesionales.</p> <p>Desarrollar eficientemente tareas de planificación, dirección y gestión de proyectos.</p> <p>Comunicarse e interaccionar con clientes, usuarios y proveedores en un entorno laboral</p> <p>Adquirir las actitudes adecuadas para saber estar en el mundo laboral y conocer los diferentes roles que se desarrollan en la empresa.</p> <p>Adquirir un mejor conocimiento de los procesos productivos y comerciales de las empresas de contenidos y servicios digitales y audiovisuales.</p> <p>Conocer las dinámicas de las organizaciones, los estilos de dirección y, en definitiva, la cultura empresarial.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Las prácticas se enfocaran al ejercicio de tareas de dirección, producción, realización, gestión de interactividad y desarrollo de proyectos. Se contempla la realización de prácticas en medios de comunicación así como en empresas de tecnologías de la información y la comunicación.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p><b>Modalidades de enseñanza:</b></p> <p>Las prácticas en empresa incluyen el trabajo presencial en la empresa como parte fundamental. Además, se planificarán actividades presenciales y virtuales orientativas y tutorías con el tutor asignado en cada empresa y el coordinador de prácticas. Los estudiantes deberán elaborar una memoria de práctica donde se evalúe el desempeño profesional y el aprendizaje desarrollado en la empresa.</p>		

**Actividades formativas:**

**Actividad formativa: Presentación: sesión de orientación**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 5 horas**

3h presenciales / 2 horas virtuales

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 60%**

**Actividad formativa: tutorías**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 20 horas**

5 h de tutorías presenciales / 10h de tutorías virtuales / 5h de trabajo autónomo de preparación de las tutorías

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 25%**

**Actividad formativa: prácticas en la empresa**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 235horas**

200h trabajo rpresencial / 35h trabajo del alumno

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 85%**

**Actividad formativa: puesta en común y debate**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 60horas**

20h trabajo virtual / 40h trabajo del alumno

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa 3: 0%**

**Actividad formativa: memoria de prácticas**

**Horas destinadas a la actividad formativa: 55 horas**

15 h de actividad virtual de reflexión y análisis / 40 h trabajo autónomo de preparación de presentaciones y elaboración de informes de co-evaluación

**Porcentaje de presencialidad de la actividad formativa: 0%**

**Métodos de evaluación:**

**Sistema de evaluación (denominación):** Informes de auto y co-evaluación

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación: 40/60%**

**Sistema de evaluación (denominación):** Informe de evaluación del tutor de prácticas

**Ponderación mínima y máxima atribuida a cada sistema de evaluación: 40/60%**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG1 - Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.

CG2 - Ser competente en habilidades de comunicación, particularmente en entornos de negocio.

CG3 - Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional

CG4 - Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT1 - Tener una correcta expresión oral y escrita		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Saber identificar y explotar oportunidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y de los contenidos digitales		
CE3 - Ser capaz de generar e implementar propuestas competitivas e innovadoras en el campo profesional y empresarial del audiovisual y los contenidos digitales		
CE7 - Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de del marketing de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.		
CE8 - Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de la financiación de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.		
CE9 - Ser competente en el conocimiento y análisis del marco legal que afecta a las empresas y mercados de la comunicación, utilizando las distintas herramientas y fuentes de información al respecto.		
CE10 - Ser capaz de reconocer, organizar y gestionar las necesidades profesionales y organizativas requeridas en los procesos de producción de las empresas de contenidos audiovisuales digitales para distintos medios.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Tutoría	20	25
Debate	60	0
Presentación: sesión de orientación	5	60
Prácticas en la empresa	235	85
Memoria de prácticas	55	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Trabajo presencial en la empresa		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Actividades de auto y co-evaluación	40.0	60.0
Informe de evaluación del tutor de prácticas	40.0	60.0
Memoria de prácticas	30.0	40.0

## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Lleida	Profesor Visitante	44.8	30.7	28,2
Universidad de Lleida	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	6.9	50	3,8
Universidad de Lleida	Profesor Contratado Doctor	27.6	100	32,1
Universidad de Lleida	Profesor Titular de Universidad	27.6	100	35,9
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
92	5	95
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>El Consejo de Gobierno de la Universidad de Lleida (UdL) de 8 de Julio de 2004 aprobó la creación, dentro del organigrama de los Centros, de la figura de Coordinador de titulación que asume las competencias organizativas del equipo de dirección, en el ámbito de una titulación determinada. El 29 de enero de 2009, el Consejo de Gobierno aprueba la regulación de la figura de coordinador de programa formativo, que amplía las funciones del coordinador.</p> <p>Las funciones del /de la Coordinador/a de programa formativo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar el proceso formativo</li> </ul> <p>Velar por la aplicación del programa formativo aprobado por el Consejo de Gobierno y por los organismos de la administración educativa.</p> <p>Proponer la planificación anual de la docencia a la comisión de estudios del centro, de acuerdo con el jefe de estudios.</p> <p>Coordinar al profesorado implicado en el programa a través de los medios mas adecuados y velar por la correcta utilización de la Tabla de Planificación Docente de las asignaturas por parte de todo el profesorado del programa</p> <p>Gestionar las quejas y sugerencias de los estudiantes recogidas a través de los mecanismos de los que dispone la universidad.</p> <p>Velar por el mantenimiento de la página web de la titulación. Esta contendrá toda la información referente al programa y sus resultados, según los protocolos de calidad.</p> <p>Velar por la ejecución del plan de acción tutorial.</p> <p>Velar por un correcto desarrollo del prácticum, de sus objetivos y evaluación.</p> <p>Velar por el correcto desarrollo y evaluación de los proyectos de final de titulación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir los resultados del proceso formativo y proponer acciones para su mejora</li> </ul>		

- Valorar la evolución de los indicadores estratégicos del título.
  - Valorar el rendimiento académico de los estudiantes y analizar las posibles causas en los casos de bajo rendimiento.
  - Valorar los resultados de las encuestas a los agentes implicados en el programa.
  - Velar para que los procedimientos formativos y evaluables aseguren la adquisición y la evaluación de las competencias.
  - Proponer las acciones de mejora que se consideren necesarias.
- Gestionar los recursos asignados a la titulación
    - Valorar la adecuación de los recursos disponibles para el programa.
    - Elevar al órgano responsable las necesidades de recursos identificadas (infraestructuras, servicios, espacios, necesidades docentes especiales, ¿).
    - Informar sobre la adecuación de los servicios ofrecidos a los estudiantes a las necesidades planteadas por el programa formativo (biblioteca, salas de informática, recursos específicos, ¿).

Anualmente, el Coordinador de programa formativo elabora un informe en el que se analizan los resultados obtenidos a lo largo del curso académico. En este informe, dirigido al Vicerrectorado de Calidad y Planificación, se revisan las tasas de éxito y de rendimiento, la evolución de la matrícula y la progresión de las cohortes (tasas de graduación y de abandono). Asimismo se revisan los resultados de la satisfacción de los estudiantes respecto a la actuación docente del profesorado y se plantean las propuestas de mejora que se consideran necesarias, (Procedimiento PG03 *Revisar y mejorar los programas formativos*)

Junto con este procedimiento general para el seguimiento y valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, con la definición de los nuevos perfiles profesionales, cada titulación definirá la pertinencia de establecer pruebas específicas en las que se evalúen el nivel de adquisición de las competencias y habilidades de los estudiantes.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="http://www.oqua.udl.cat/export/sites/Oqua/modules/adjunts_qualitat/Presentacio_SGIQ_de_la_UdL_castella.pdf">http://www.oqua.udl.cat/export/sites/Oqua/modules/adjunts_qualitat/Presentacio_SGIQ_de_la_UdL_castella.pdf</a>
--------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
CURSO DE INICIO	2014
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
<b>10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>	
No aplicable.	
<b>10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN</b>	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

## 11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

<b>11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO</b>			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
	María Nieves	Vila	Rubio
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Plaça Víctor Siurana	25003	Lleida	Lleida
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
ees@vd.udl.cat	973703199	973702002	Vicerrectora de Estudiantado, Postgrado y Formación Continua
<b>11.2 REPRESENTANTE LEGAL</b>			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
	María Nieves	Vila	Rubio
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Plaça Víctor Siurana	25003	Lleida	Lleida
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
ees@vd.udl.cat	973703199	973702002	Vicerrectora de Estudiantado, Postgrado y Formación Continua
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			

11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
	María Nieves	Vila	Rubio
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Plaça Victor Siurana	25003	Lleida	Lleida
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
ees@vd.udl.cat	973703199	973702002	Vicerrectora de Estudiantado, Postgrado y Formación Continua

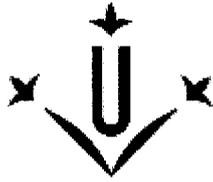
## **Apartado 1: Anexo 1**

**Nombre :** Convenio MU en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital.pdf

**HASH SHA1 :** 002E797B4C969FCA11B969EF644C5CEDE25143CB

**Código CSV :** 125814873736115826225412

**Ver Fichero:** Convenio MU en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital.pdf



Universitat de Lleida



Universidad  
Zaragoza

**CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN INTERUNIVERSITARIA ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LLEIDA Y LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA PARA LA REALIZACIÓN CONJUNTA DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS AUDIOVISUALES Y CONVERGENCIA DIGITAL**

**REUNIDOS**

De una parte, el Dr. Roberto Fernández Díaz, Magnífico Rector de la Universitat de Lleida, en adelante UdL, que actúa en nombre y representación de esa universidad en virtud del Decreto 340/2011, de 17 de mayo, de nombramiento del rector (publicado en el DOGC núm. 5882 de 19 de mayo de 2011), y de conformidad con lo que establecen la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de universidades, y el Decreto 3963/2003, de 8 de septiembre, en el cual se aprueban los Estatutos de esta Universidad.

 De otra parte, D. Manuel José López Pérez, Rector Magnífico de la Universidad de Zaragoza, en adelante UNIZAR, en nombre y representación legal de la misma, en ejercicio de las facultades que le autoriza su nombramiento en virtud del Decreto 101/2012, de 3 de abril, del Gobierno de Aragón (BOA de 12 de abril), y de acuerdo con las competencias que le otorgan el artículo 20 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, y el artículo 66 de los Estatutos de la Universidad de Zaragoza, aprobados por Decreto 1/2004, de 13 de enero, del Gobierno de Aragón (BOA 19/01/2004).

Todas las partes se reconocen la capacidad legal necesaria para este acto, y

**MANIFIESTAN**

- 
- I. Que la Universidad de Lleida y la Universidad de Zaragoza incluyen entre sus objetivos la organización y el desarrollo de másteres universitarios.
  - II. Que el Real decreto 1393/2007 de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real decreto 861/2010 de 2 de julio, determina que las universidades podrán, mediante convenio con otras Universidades, organizar enseñanzas conjuntas conducentes a la obtención de un único título oficial de Máster Universitario. A tal fin, el plan de estudios deberá acompañarse del correspondiente convenio.

- III. Que, atendida la coincidencia de objetivos formativos, además de la acreditada experiencia en el ámbito de la ciencias de la comunicación y la ingeniería de telecomunicaciones e informática, las universidades mencionadas se han propuesto realizar conjuntamente el Máster Universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital, que se ha presentado a fin de ser aprobado por los órganos competentes de la UdL y la UNIZAR, verificado por el Consejo de Universidades y aprobada su implantación por las Comunidades Autónomas correspondientes a las universidades firmantes, de acuerdo con la normativa legal vigente.
- IV. Que es voluntad de las partes el establecimiento de una fórmula de colaboración para la organización y el desarrollo del máster mencionado.

Y, con el fin de formalizar la colaboración mencionada, las partes acuerdan subscribir el presente convenio específico, que se regirá por las siguientes

## CLÁUSULAS

### Primera. Objeto

1. El presente convenio tiene por objeto establecer las condiciones de la colaboración entre las universidades firmantes para la realización y la organización de la enseñanza conjunta de máster universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital que se ha propuesto para que sea impartido conjuntamente por la Universidad de Lleida y la Universidad de Zaragoza a partir del curso académico 2014-2015.

2. El máster estará formado por un programa formativo común con un único plan de estudios, en el que ambas universidades participantes impartirá el número de créditos con un porcentaje mínimo equivalente a la sexta parte de los créditos obligatorios de la estructura común, excluido el trabajo de fin de master, las prácticas profesionales o practicum, y los complementos formativos o, impartir toda una especialidad.

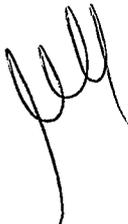
3. El programa formativo del máster será conjunto (iguales competencias, objetivos y resultados) y el plan de estudios será único en la UdL y la UNIZAR. El número de créditos del Plan de estudios que impartirá cada universidad se especifica en el documento que se adjunta como anejo 1 de este convenio. En el supuesto de que en sucesivas ediciones del máster haya una variación en la participación de alguna de las universidades incluidas en este convenio sin que afecte el resto del contenido del convenio, la modificación se formalizará mediante la suscripción de las adendas correspondientes, siempre que esta variación no requiera la verificación de una nueva memoria.

4. El máster se convocará de manera conjunta y toda la documentación recogerá expresamente su carácter interuniversitario haciendo constar las universidades participantes.

## **Segunda. Aprobación del máster**

1. Cada una de las universidades realizará en su ámbito, de acuerdo con los criterios establecidos, la propuesta del máster así como de sus contenidos organizativos y académicos que tendrá que ser aprobada por los órganos competentes de las universidades firmantes.
2. La propuesta del máster deberá ser verificada por el Consejo de Universidades y autorizada su implantación por las correspondientes Comunidades Autónomas donde se imparta, de acuerdo con la normativa legal vigente. La Universidad coordinadora ostentará la representación en el procedimiento de verificación y realizará los trámites oportunos para someter la propuesta del máster al mencionado proceso de verificación que será objeto de una única solicitud en la que se incluirá a ambas universidades participantes en el programa conjunto (*RD 861/210 de 2 de julio*).
3. La eficacia del convenio queda supeditada a estas aprobaciones.

## **Tercera. Procedimiento de modificación y extinción de planes de estudios**

- 
1. En aplicación del RD 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el RD 861/2010 de 2 de julio, le corresponderá a la Universidad de Lleida en calidad de universidad coordinadora del máster, presentar las propuestas de modificación del programa, en la forma determinada en sus estatutos y en función de sus normas de organización y funcionamiento, así como las correspondientes normativas vigentes establecidas por la Comunidad Autónoma de Cataluña, ante los órganos de verificación competentes, los cuales requerirán la aprobación previa antes de su implantación académica.
  2. La Universidad de Lleida en calidad de universidad coordinadora notificará y requerirá el acuerdo mutuo de las partes sobre los cambios del programa. En el caso de no ser ratificado por la Universidad de Zaragoza, esta propuesta de modificación no será presentada para su aprobación.
  3. En el caso que un nuevo plan de estudios sustituya al aprobado en la memoria del máster, a los estudiantes que lo estén cursando y no hayan obtenido el título se les permitirá su adaptación al nuevo plan de estudios. A tal efecto se establecerá una tabla de correspondencia entre las asignaturas del plan de estudios extinguido y las respectivas asignaturas del nuevo plan de estudios que faciliten la adaptación de los expedientes académicos de los estudiantes.
  4. La ausencia de atractivo de la titulación, que se traduzca en una baja demanda sostenida durante más de dos cursos académicos, será el indicador principal a tener en cuenta, para plantear la interrupción provisional o definitiva de su impartición.
  5. El seguimiento que desde la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña se efectúe del máster, será otro de los aspectos a tener en cuenta, y permitirá, desde el primer año de su impartición, aplicar los correspondientes mecanismos sobre el análisis de satisfacción, con el objetivo de anticipar y solventar las situaciones que puedan surgir. La Universidad coordinadora hará llegar de forma anual a la Universidad de Zaragoza el informe de seguimiento de la titulación.
- 

6. El sistema de garantía de calidad de la Universidad de Lleida, incluye el proceso a seguir para la extinción del título. En el caso de que se produzca la extinción, esta se realizará gradualmente y de común acuerdo entre todas las universidades participantes, curso por curso.

#### **Cuarta. Órganos de gobierno del máster y mecanismos para asegurar la coordinación interuniversitaria.**

1. La institución coordinadora del máster es la Universidad de Lleida.

2. Para garantizar la coordinación de la oferta formativa y el aseguramiento de la calidad, se crearán los siguientes órganos de gobierno y mecanismos de coordinación del máster interuniversitario:

- A. Coordinador/a general del máster, de la Universidad coordinadora, designado de acuerdo con los mecanismos establecidos por la universidad coordinadora
- B. Responsable o coordinador/a interno/a del máster para cada una de las universidades, que se designa de acuerdo con los mecanismos establecidos por cada universidad.
- C. Comisión paritaria de coordinación del máster, que será el órgano responsable del desarrollo del programa, y de la que formarán parte el/la coordinador/a general y los coordinadores internos o responsables de cada universidad.

3. Las funciones de los diferentes órganos de gobierno del máster son las siguientes:

A. Coordinador/a general del máster, perteneciente a la universidad coordinadora:

- a) Coordina las actividades del máster universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y convergencia digital, de acuerdo con los criterios del centro al cual esté adscrito el máster.
- b) Es responsable de la gestión diaria del máster y de las relaciones institucionales, especialmente en colaboración con la dirección del centro, Escuela o Facultad, al que se adscribe el máster, así como con el vicerrectorado competente.
- c) Vela por el buen funcionamiento de la comisión paritaria de coordinación y la preside.
- d) Convoca las reuniones de seguimiento.

B. Responsable o coordinador/a interno/a de cada una de las universidades participantes en el máster:

- a) Coordina al profesorado implicado de su universidad.
- b) Gestiona las actividades docentes asignadas a su universidad y ejecuta los acuerdos tomados en el seno de la comisión paritaria de coordinación.
- c) Elabora la propuesta de oferta de asignaturas para cada curso académico
- d) Participa en la mejora de la calidad del máster a través de las propuestas que presente la comisión paritaria de coordinación.
- e) Informa a los órganos de gobierno de su universidad de las decisiones tomadas en la comisión paritaria de coordinación, especialmente las referidas a la programación académica.

C. Comisión paritaria de coordinación del máster:

- a) Asume el establecimiento de criterios de valoración de méritos y requisitos específicos de admisión y selección de estudiantes y el proceso de selección, o acuerda la creación de una subcomisión de acceso que asuma estas funciones.
- b) Es depositaria de las candidaturas para la admisión y la selección de estudiantes y responsable de los sistemas de reclamación.
- c) En el proceso de admisión, analiza las propuestas de los coordinadores de cada universidad y decide el conjunto de alumnado admitido.
- d) Resuelve las solicitudes de reconocimiento de créditos.
- e) Desarrolla un protocolo y un plan para distribuir y publicitar el máster.
- f) Informa sobre las condiciones del convenio de colaboración.
- g) Es responsable del funcionamiento general del programa, de estimular y coordinar la movilidad y de analizar los resultados que garantizan la calidad del máster.
- h) Propone el calendario docente y el plan de usos e infraestructuras y servicios compartidos que potencie el rendimiento del estudiante, de aularios y de espacios docentes.
- i) A través del análisis de los puntos débiles y de las potencialidades del máster, plantea propuestas de mejora, y colabora en el seguimiento de la implantación.
- j) Establece la periodicidad de sus reuniones y el sistema de toma de decisiones para llegar a los acuerdos correspondientes, y crea las subcomisiones o comisiones específicas que considere oportunas.
- k) Vela por el correcto desarrollo de las obligaciones, los deberes y los compromisos derivados del contenido del convenio, y resuelve las dudas que puedan plantearse en la interpretación y la ejecución de los acuerdos.
- m) Decide sobre los aspectos docentes que no estén regulados por las disposiciones legales o por las normativas de las universidades.
- n) Promueve todas las actividades conjuntas que potencien el carácter interuniversitario del máster.

**Quinta. Admisión y selección de los estudiantes**

1. La UdL y la UNIZAR aplicarán los criterios de acceso y admisión de estudiantes que constan en la memoria aprobada del máster universitario.
2. La oferta de plazas, los criterios de valoración de méritos y requisitos específicos de acceso y admisión, y la comisión de selección serán únicos.
3. Los estudiantes que estén interesados en cursar el máster se preinscribirán en la universidad coordinadora dentro de los periodos establecidos. Finalizado el plazo fijado, las preinscripciones serán enviadas a la comisión paritaria de coordinación o, si procede, a la subcomisión de acceso a que se refiere el punto 4.C.a) de la cláusula cuarta.
4. Los estudiantes interesados en cursar el máster tienen que acreditar que cumplen los requisitos legales de acceso, así como los requisitos, específicos de admisión y los complementos formativos establecidos, en su caso, en el programa aprobado.
5. La comisión paritaria de coordinación del máster analizará y propondrá la admisión de los estudiantes que reúnan los requisitos legales de acceso y específicos de admisión. En función

del número de plazas, la Comisión hará la selección de los candidatos de acuerdo con los criterios de admisión, de selección y de valoración de méritos fijados.

6. Los estudiantes admitidos en el máster se matricularán en la Universidad de Lleida, coordinadora del máster.

#### **Sexta. Régimen académico de los estudiantes, gestión de expedientes y título**

1. La gestión académica ordinaria de los estudiantes se realizará en la universidad coordinadora. Los aspectos de procedimiento administrativo y de gestión derivados de la aplicación de este convenio se realizarán de conformidad con los acuerdos generales que establezcan las universidades.

2. Los estudiantes matriculados en el máster serán considerados estudiantes de ambas universidades participantes

3. Los estudiantes quedarán vinculados a la normativa académica de la universidad coordinadora.

4. La universidad coordinadora del máster es la responsable de la custodia de los expedientes de los estudiantes y se encargará materialmente de la administración y el depósito de los documentos, de la custodia de las actas y de la tramitación, la expedición material y el registro de un único título oficial de máster universitario conjunto, con la denominación que figure en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RD 1002/10 de 5-8-10).

5. El título conjunto será expedido por la universidad coordinadora y firmado por los rectores de las dos universidades participantes y se materializará en un único soporte en el cual consten los logotipos de ambas, en conformidad con el modelo y los requisitos que establezca el Ministerio de Educación y otras disposiciones legales vigentes en materia de titulaciones.

6. La universidad de Lleida tendrá que proporcionar a la universidad de Zaragoza los datos personales y académicos de todos los estudiantes matriculados, una vez finalizado cada período de matrícula. Al final de cada curso académico también proporcionará los datos académicos de las asignaturas y trabajos fin de master cursados por cada estudiante. La modalidad de ejecución de esa comunicación responderá a criterios de eficacia, fluidez y gratuidad, se realizará directamente entre las unidades administrativas que en cada institución sean competentes en materia de posgrado y afectará a toda la documentación derivada de la impartición del Máster Universitario.

#### **Séptima. Acceso a servicios universitarios**

1. Se garantizará la utilización recíproca de los medios y servicios disponibles en ambas universidades participantes durante el periodo de docencia del máster.

#### **Octava. Compromisos académicos**

1. Para obtener el título oficial de Máster Universitario en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital, los estudiantes tendrán que superar 90 créditos.

2. La Universidad de Lleida y la Universidad de Zaragoza se comprometen a aportar los medios materiales y humanos necesarios para impartir con garantía la docencia de los módulos correspondientes del máster universitario en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital, así como a potenciar y facilitar la participación del profesorado más idóneo de acuerdo con las materias impartidas en esta formación.

3. Cada una de las universidades firmantes podrá reconocer la docencia realizada por sus profesores de acuerdo con sus políticas y normativas internas. En cualquier caso, la docencia impartida por el profesorado universitario no debe comportar honorarios.

4. La UdL y la UNIZAR suscriben el sistema de Garantía de Calidad que figura en la memoria de solicitud de verificación del máster, propuesto por la Universidad coordinadora.

5. Los módulos realizados y evaluados, y los exámenes aprobados en una de las universidades organizadoras, serán reconocidos completamente y automáticamente por las otras universidades, siguiendo los principios del sistema ECTS.

#### **Novena. Movilidad del profesorado y del alumnado**

1. Los órganos responsables del máster de las universidades participantes deberán establecer los mecanismos necesarios para la movilidad del profesorado afectado y, en su caso, del alumnado, así como la supervisión y desarrollo de las prácticas que se deban realizar.

#### **Décima. Condiciones económicas**

1. Los precios públicos que han de abonar los estudiantes serán los que se establezcan en el decreto de precios de la Comunidad Autónoma de Cataluña. A efectos de determinar el precio, la Universidad de Lleida presentará a la Universidad de Zaragoza la propuesta de precio. En cualquier caso, el precio será único para todos los estudiantes matriculados del máster.

2. El porcentaje de créditos que deberá impartir cada una de las universidades participantes es el que consta en el Anejo I. Los porcentajes pueden variar en función de la oferta de asignaturas optativas impartidas por cada universidad participante.

3. En el supuesto de que los créditos a impartir en los siguientes cursos académicos sean diferentes a los fijados en este convenio, la universidad coordinadora redactará una adenda al presente convenio que recogerá los créditos reales impartidos por cada universidad participante y que servirá como base para la distribución económica de los ingresos.

4. Cada universidad firmante aporta al programa, sin que ello represente coste alguno para este, los recursos humanos y materiales necesarios para el buen funcionamiento del máster, como también las estructuras de apoyo administrativo necesarias para hacer frente a la gestión financiera del curso.

5. Cada Universidad abonará, por el procedimiento que tenga establecido en su normativa, los gastos derivados del desplazamiento de sus profesores respectivos cuando impartan docencia del Máster en la otra Universidad firmante del convenio, salvo que el Máster universitario contase con algún tipo de aportación económica externa que tuviera por finalidad sufragar este tipo de gastos.

6. Los gastos extraordinarios asociados a la condición de programa interuniversitario, si es el caso, se cubrirán por acuerdo de los vicerrectorados y de las gerencias de las universidades firmantes del convenio, con cargo a los fondos públicos y privados a los cuales se determine concurrir.

7. Los créditos abonados en concepto de reconocimiento de crédito de asignaturas/módulos a los estudiantes que lo soliciten y los que les sean concedidos mediante resolución expresa y formal, así como las tasas académicas correspondientes, no serán objeto de distribución, entendiéndose que responden a ingresos de gestión realizados desde la universidad coordinadora.

8. La distribución de los ingresos de matrícula entre las universidades participantes será proporcional al número de créditos realmente impartidos por cada una de ellas. Previamente a esta distribución, a los ingresos se les aplicará una retención del 27%, que corresponderá a la universidad coordinadora por los siguientes conceptos:

- a. 15% en concepto de gastos de gestión.
- b. 12% en concepto de gastos generales (aplicación de ayudas, exenciones, impagados...)

9. No será objeto de distribución entre las universidades participantes la hipotética cantidad que la impartición del máster pueda suponer a la universidad coordinadora, en el modelo de distribución de presupuesto que las comunidades autónomas apliquen, salvo que los mecanismos de imputación sean claramente extrapolables y, por tanto, objetivamente distribuibles.

10. La Universidad de Lleida es la responsable de la liquidación económica, por lo que abonará la cantidad correspondiente a la Universidad de Zaragoza una vez finalizado el año.

#### **Undécima. Intercambio y protección de datos**

1. La colaboración interuniversitaria comporta la transmisión de datos de carácter personal registrado en soporte físico, así como su tratamiento posterior. Las partes firmantes de este convenio se comprometen a no hacer uso de los datos de carácter personal que se obtengan como consecuencia de la gestión del máster interuniversitario para una finalidad distinta de la que motiva la formalización del presente convenio, a no comunicarlas a terceros sin el consentimiento de los interesados, así como a cumplir con las medidas de seguridad y otras obligaciones derivadas de la legislación de protección de datos de carácter personal.

#### **Duodécima. Vigencia**

1. Este convenio entrará en vigor en la fecha de su firma y será vigente para el curso académico 2014-2015. Se renovará tácitamente por cursos académicos, siempre que se continúe ofreciendo el máster en las condiciones aprobadas, y siempre que no sea denunciado por alguna de las partes, denuncia que tendrá que formularse por escrito con seis meses de antelación respecto del inicio del curso académico siguiente. Las modificaciones en este acuerdo se harán de común acuerdo según lo establecido en la cláusula decimocuarta.

### **Decimotercera. Incorporación y/o desvinculación de otras universidades**

1. El programa oficial de máster objeto de este convenio estará abierto a la incorporación de otras universidades en cursos futuros siempre que acepten todos los términos del presente acuerdo. Todas las universidades que se adhieran al convenio tendrán los mismos derechos y obligaciones que las que ya participan. La incorporación de otras universidades comportará, en todo caso, un nuevo planteamiento del máster (art. 28 del Real Decreto 861/10) y tendrá que documentarse a través de una adenda al convenio en la que figure la aceptación de las cláusulas y de los compromisos por parte de la nueva universidad, con las firmas de conformidad de los representantes legales de todas las universidades que, en el momento de la adhesión, participen en el programa.

En este sentido, esta modificación también comportará una verificación de la memoria del programa, y por lo tanto, la programación del máster estará condicionada a la aprobación de la consiguiente modificación de la memoria, del convenio, y del nuevo título académico.

Asimismo, la desvinculación de una universidad comportará nuevo planteamiento y nueva verificación del máster y, en cualquier caso, siempre se garantizará a los estudiantes, la posibilidad de finalizar estos estudios, de conformidad con la reglamentación general de extinción de planes de estudios.

### **Decimocuarta. Arbitraje**

Las cuestiones litigiosas que puedan surgir en la interpretación y el cumplimiento de este convenio serán resueltas por acuerdo de las partes y, si este acuerdo no fuera posible, las partes se comprometen a someterse al arbitraje de un comité formado por un miembro designado por cada universidad y por dos árbitros más designados de mutuo acuerdo por los rectores de las universidades firmantes.

### **Decimoquinta. Modificación del convenio**

Cualquier cambio que modifique lo que se ha establecido en este convenio tendrá que ser ratificado de mutuo acuerdo por ambas partes al menos tres meses antes del inicio del curso académico en que se quieran introducir las posibles modificaciones.

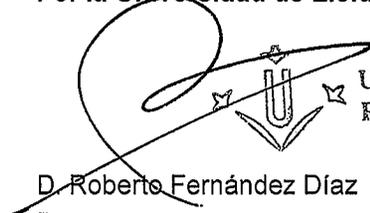
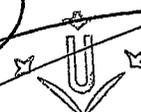
### **Decimosexta. Notificaciones**

1. La Universidad de Lleida trasladará copia de la resolución de verificación, una vez reciba la notificación, y de los informes de seguimiento del máster de cada curso a la Universidad de Zaragoza, así como de cualquier otra resolución que afecte al máster.

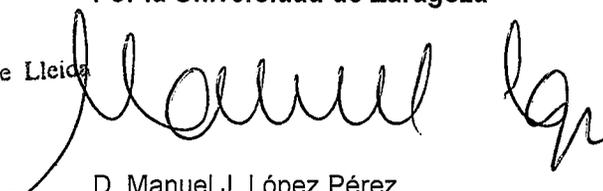
Y, para que conste, firman este documento por duplicado en el lugar y en la fecha señalados más abajo.

Lleida, 15 de Enero de 2014

**Por la Universidad de Lleida**

  
  
Universitat de Lleida  
Rectorat  
D. Roberto Fernández Díaz  
Rector

**Por la Universidad de Zaragoza**

  
D. Manuel J. López Pérez  
Rector

## Anejo 1

### Estructura Plan de Estudios

Master Interuniversitario en Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital

Créditos Master: 90

Universidad Coordinadora: Universidad de Lleida

Universidad Participante: Universidad de Zaragoza.

(1) Topología de la materia: N Materia Niveladora - OB Materia Obligatoria - OP Materia Optativa -

#### CRÉDITOS OFRECIDOS

Nombre materia	Topología Materia(1)	ECTS	ECTS/ Universidad	
			UdL	Unizar
El mapa de la comunicación audiovisual y digital en España y en Europa	OB	6	4	2
Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis	OP	12	8	4
La empresa y el empresario	OB	6	6	0
Marketing, financiación y marco legal	OB	9	7	2
Nuevos perfiles profesionales en el entorno digital	OB/OP	12	8	4
Profesionales del audiovisual	OP	12	10	2
Redes y lenguajes	OB	9	3	6
Tecnologías de producción y emisión	OP	12	3	9
Trabajo fin de master	OB	15	10	5
Prácticas en empresas	OB	15	7.5	7.5
Expresión audiovisual	N	7.5	7.5	
Teoría e historia del periodismo y los medios audiovisuales	N	7.5	7.5	
Narrativas audiovisuales	N	7.5	7.5	
Análisis y producción de la imagen I	N (OP)	7.5	7.5	
Fundamentos y análisis de la información periodística y el discurso audiovisual	N (OP)	7.5	7.5	
Estructura de la comunicación	N	6		6
Géneros informativos en radio	N	6		6
Géneros informativos en TV	N	6		6
Producción de informativos en TV	N	6		6
Producción de informativos en radio	N	6		6

#### RESUMEN CRÉDITOS OFRECIDOS

Universidades	ECTS Obligatorios	ECTS Optativos	ECTS Totales	% ECTS totales	% profesorado
Universidad de Lleida	41,5	25	66,5	61,6	69,0
Universidad de Zaragoza	24,5	17	41,5	38,4	31,0
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>42</b>	<b>108</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



## **Apartado 2: Anexo 1**

**Nombre :** Justificación alegaciones.pdf

**HASH SHA1 :** 75D5A332FFFD56A8C0686D96D0CCE95C293501A4

**Código CSV :** 135264016842887390538216

**Ver Fichero:** Justificación alegaciones.pdf



## **2. JUSTIFICACIÓN**

### **2.1 Justificación del título propuesto en el marco del sistema universitario de Catalunya**

La industria y los mercados audiovisuales están sujetos a un intenso y continuo proceso de cambios, impulsados por los desarrollos tecnológicos, la evolución de unos mercados globalizados, la progresiva convergencia con las industria de tecnologías de la información y las telecomunicaciones, además de por el proceso de crisis más general que afecta al conjunto de la actividad económica.

Los modelos de negocio, el entorno de competencia, las prácticas profesionales, la oferta de productos y servicios, se transforman para adaptarse a la digitalización, entendida como un proceso inacabado, en el que se van desarrollando nuevas formas de creatividad, nuevas oportunidades de distribución y consumo, y también nuevas posibilidades de financiación.

Al mismo tiempo, fruto de estos cambios, de la crisis económica general y de las transformaciones en los modelos de gestión empresarial, el sector de la comunicación se caracteriza también por la externalización de los procesos de producción, que dibuja un escenario industrial formado por grandes grupos empresariales en coexistencia con pequeñas y medianas empresas y microempresas que asumen partes de los procesos de producción o se especializan en nichos de mercado específicos. Así pues, mientras la ocupación directa en los medios de comunicación, escritos y audiovisuales, disminuye, aumentan las posibilidades para profesionales innovadores que tengan la capacidad de asumir el desarrollo de negocios dirigidos al consumidos final o, sobre todo, a las empresas con mayor capacidad económica que actúan en el mercado intraindustrial.

Estos dos elementos -la convergencia digital, y especialmente los más recientes desarrollos que afectan al audiovisual, y la externalización y descentralización de las actividades empresariales- son la base de la propuesta formativa del máster en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital.

La propuesta se ajusta a los objetivos de fomento de la creación de empresas y de desarrollo de proyectos innovadores que figuran tanto en los planes autonómicos como nacionales de formación y de fomento de la ocupación y la actividad empresarial. Así, el Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016 define una línea de Acción Estratégica en Economía y Sociedad Digital en la que se señalan como prioridades temáticas el Internet del futuro y los sistemas, plataformas, servicios y procesos orientados al diseño, producción y empaquetamiento de contenidos digitales y la difusión audiovisual. Así mismo, se señala como objetivo la formación especializada en contenidos digitales y, en general, la formación orientada al fomento de la ocupabilidad y de la innovación empresarial. La implicación de la universidad en el fomento de la innovación y la creación de empresas es también una de las prioridades de las políticas de universidad y empresa de la Generalitat.

El máster que se propone incide precisamente en estos aspectos, con una oferta formativa que combina el desarrollo de competencias ligadas a la emprendedoría y la innovación empresarial, con materias que profundizan en las especificidades del sector de los contenidos digitales y la difusión audiovisual, teniendo en cuenta tanto los aspectos tecnológicos como profesionales.

Dentro del sistema universitario catalán y español, el máster se ofrece como una oportunidad de especialización profesional, con un énfasis especial en las nuevas demandas derivadas de los procesos de cambio en la industria audiovisual digitalizada. También se fomenta la innovación y la ocupabilidad en el sector, con un planteamiento que pone en contacto a los estudiantes con profesionales en activo de reconocido prestigio



en el sector, y les exige el desarrollo de un proyecto de producción o de creación de empresas insertas en la realidad del mercado audiovisual.

El diseño del plan de estudios, la selección del profesorado y la dirección del máster aseguran los objetivos mencionados, gracias a:

- una formación interdisciplinar que combina tres áreas fundamentales: ciencias empresariales, ciencias de la comunicación e ingeniería de las tecnologías de la información y la comunicación.
- una presencia importante de docentes proveniente del mundo profesional, implicado en la innovación de productos y servicios, y en la gestión de proyectos y empresas de comunicación, junto con profesorado de la UdL y la Universidad de Zaragoza de las tres áreas mencionadas;
- docencia semipresencial, para facilitar la participación de este perfil de profesorado y para facilitar también la participación de estudiantes insertos ya en el mundo profesional;
- un alto porcentaje de actividad práctica especializada en las distintas plataformas de creación y distribución de contenidos audiovisuales digitales;
- un peso significativo del trabajo de fin de máster orientado al desarrollo de proyectos profesionales y empresariales, y tutorizado por el equipo docente;
- prácticas externas en empresas que conectan a los estudiantes directamente con el mundo profesional;
- colaboración con los principales centros de producción audiovisual del territorio – *Magical*, en Lleida, y el *Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales (Parque Tecnológico Walqa, Huesca)* y ~~el Centro de Arte y Tecnología Milla Digital (Zaragoza)~~ que incorporan las últimas tecnologías de producción audiovisual digital;
- dirección en manos de un profesional de larga y reconocida experiencia profesional en el sector audiovisual y actual presidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España.

Con estas características, el máster se propone atraer tanto a graduados en estudios vinculados a la comunicación (Comunicación audiovisual, Periodismo, Publicidad y relaciones públicas) como provenientes otros grados, principalmente de administración de empresas y otras ciencias sociales, así como a profesionales que quieran mejorar su formación.

Los destinatarios más directos del máster son los propios estudiantes del Grado de Comunicación y Periodismo Audiovisual de la UdL y del Grado en Periodismo de la Universidad de Zaragoza, con 60 estudiantes de nuevo ingreso anuales cada uno.

De acuerdo con su planteamiento docente, el máster se dirige también a estudiantes de otros grados de las universidades participantes:

- Estudios ingleses / catalanes y occitanos / hispánicos (UdL): 120 alumnos de nuevo ingreso.
- Administración y gestión de empresas (UdL): 220 alumnos de nuevo ingreso.
- Historia / Historia del Arte / Geografía y ordenación del territorio (UdL): 100 alumnos de nuevo ingreso.
- Grado en Información y Documentación (UZ). 40 alumnos de nuevo ingreso anuales.

La especificidad del máster, especialmente en el territorio fuera del área metropolitana de Barcelona, ha de permitir también captar estudiantes de comunicación de otras universidades catalanas.



- Universitat Rovira i Virgili:
  - o Comunicación Audiovisual: 40 alumnos de nuevo ingreso
  - o Publicidad y relaciones públicas: 40 alumnos de nuevo ingreso
  - o Periodismo: 40 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat de Girona:
  - o Publicidad y relaciones públicas: 80 alumnos de nuevo ingreso
  - o Comunicación cultural: 40 alumnos de nuevo ingreso
  - o Audiovisual y multimedia: 50 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat de Vic:
  - o Comunicación Audiovisual: 50 alumnos de nuevo ingreso
  - o Publicidad y relaciones públicas: 50 alumnos de nuevo ingreso
  - o Periodismo: 60 alumnos de nuevo ingreso
  - o Multimedia: 18 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat Autònoma de Barcelona:
  - o Comunicación Audiovisual: 80 alumnos de nuevo ingreso
  - o Publicidad y relaciones públicas: 80 alumnos de nuevo ingreso
  - o Periodismo: 295 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat Pompeu Fabra:
  - o Comunicación Audiovisual: 80 alumnos de nuevo ingreso
  - o Publicidad y relaciones públicas: 80 alumnos de nuevo ingreso
  - o Periodismo: 80 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat de Barcelona:
  - o Comunicación Audiovisual: 50 alumnos de nuevo ingreso
  - o Publicidad y relaciones públicas: 120 alumnos de nuevo ingreso
  - o Cine y medios audiovisuales: 100 alumnos de nuevo ingreso
  - o Información y documentación: 65 alumnos de nuevo ingreso

Finalmente, el máster resulta de interés para profesionales que quieran actualizar su formación y, especialmente, que quieran adquirir competencias emprendedoras para afrontar los cambios en el sector audiovisual.

En el máster se forman profesionales expertos en la dirección y realización audiovisual para distintas plataformas de distribución audiovisual digital, con capacidad para gestionar proyectos de producción y empresas en estos ámbitos.

Los estudiantes pueden encontrar salidas profesionales en diversos ámbitos del sector público y privado, tanto en empresas de producción audiovisual y de contenidos digitales, como en medios de comunicación audiovisual y digital, como en empresas e instituciones culturales. Además, abre oportunidades de auto-ocupación en estas ramas de actividad, caracterizadas por una estructura industrial en la que conviven grandes grupos empresariales con un amplio sector de pequeñas y medianas empresas, microempresas y profesionales autónomos.

La propuesta de este máster ha tenido en cuenta el informe de “Oferta y demanda de profesionales de contenidos digitales en España”, elaborado por el Observatorio Nacional de la Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI. [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe\\_oferta\\_y\\_demanda\\_de\\_profesionales\\_en\\_contenidos\\_digitales.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_oferta_y_demanda_de_profesionales_en_contenidos_digitales.pdf)). El informe señala la necesidad de adaptar la oferta formativa a las necesidades de un mercado de trabajo en el que detectan dificultades para encontrar algunos trabajadores con el perfil y la formación deseada, especialmente en los campos del márketing en internet para nuevas actividades como contenidos para móviles, la postproducción digital, la actualización en nuevas tecnologías, la gestión en contenidos digitales y las redes sociales. El estudio detecta también demanda insatisfecha de



profesionales con capacidad de trabajo en equipo, creatividad y actitud emprendedora. Así mismo, señala el crecimiento de la ocupación en el sector de los contenidos digitales, y destaca el crecimiento del peso de las pequeñas y medianas empresas en el nuevo escenario de la convergencia digital, ligado a la desaparición de barreras de entrada en el sector y a la reducción de los eslabones en la cadena de producción. Aspectos todos ellos que dinamizan la empleabilidad en el sector, ya sea a través de iniciativas autónomas (profesionales free-lance, microempresas y pimes) como a través de la contratación en empresas medianas y grandes.

A partir de estas demandas laborales, el informe de la ONTSI propone adaptar la oferta formativa universitaria teniendo en cuenta los aspectos siguientes, que se han tenido en cuenta en el diseño del máster que se presenta:

- Mejorar la oferta de formación universitaria específica destinada a desarrollo de contenidos digitales: Se proponen ciclos formativos más específicos en imagen y sonido y en comercio y marketing dirigido a Internet. Partiendo de la necesidad de disponer de perfiles polivalentes existen demandas en torno a la creación de un ciclo formativo de grado superior con competencias relacionadas con las nuevas tecnologías y capacidades transversales a los contenidos digitales.
- Fomentar la formación hacia perfiles profesionales polivalentes. Se ha observado la necesidad de este tipo de perfiles en las empresas, de modo que los perfiles más técnicos deben tener competencias más creativas y viceversa
- Acercar el ámbito formativo universitario/ formación profesional a las necesidades de conocimientos requeridos por las empresas: Potenciar los acuerdos de colaboración entre empresas y universidades: formalización de contenidos, enseñanzas, prácticas y con ello oferta de prácticas, desarrollo de proyectos I+D y/o creación de iniciativas empresariales nacidas de esa colaboración, etc. Facilitar el acceso a la formación, tanto para los trabajadores ocupados como ara aquellos que han sido expulsados del mercado de trabajo.

A pesar de la alta concentración de la industria audiovisual en Madrid y Barcelona, la oferta de los estudios de este máster en Lleida y Zaragoza responde a la apuesta de estos dos territorios por ganar peso en el sector. Así, en Lleida, además de las empresas de medios más tradicionales, encontramos el centro de producción audiovisual Magical, que está generando nueva actividad audiovisual en la ciudad, tanto con proyectos de producción de fuera que utilizan sus instalaciones y servicios –entre otros, cabe destacar las grabaciones de El mecanoscrit del segon origen, o la realización de diversos cortometrajes-, como con proyectos de empresas locales. En esta línea, está prevista la apertura, para el próximo año, de un vivero de empresas audiovisuales en el propio centro Magical. Además, el Parque Tecnológico en el que se incluye el Magical acoge también otras empresas punteras del sector de las tecnologías y contenidos digitales, entre las que se pueden mencionar Indra, Lleida.net Acustics Ambient, GFT, R Play Serveis Audiovisual, Webpsilon 2.0 o Use-It Easy Interfaces, todas ellas empresas con un gran componente de innovación y dedicación a nuevas plataformas digitales.

Por su parte, Zaragoza constituye el principal centro de la industria audiovisual y digital de Aragón, y cuenta con importantes infraestructuras de producción. La Televisión de Aragón, cuyo director forma parte del equipo docente del máster, es una de las empresas destacadas en el ámbito audiovisual. Hay que mencionar también la existencia de los dos centros tecnológicos que colaboran con el máster, como dinamizadores del sector y las inversiones en nuevos productos y servicios digitales. El parque Tecnológico Walqa cuenta con la División de Tecnologías Multimedia compuesta por 11 técnicos que vienen desarrollando su actividad en líneas tales como Nuevas Formas de Interactividad como Realidad Aumentada/Virtual, motores gráficos de videojuegos, aplicación de técnicas de



inteligencia artificial o tecnologías móviles, Análisis Inteligente de Imagen y Video o Tecnologías Audiovisuales entre las que se encuentra TV interactiva con el nuevo estándar HbbTV. Además, el parque acoge también una veintena de empresas del sector de las aplicaciones, web y productos y servicios para telefonía móvil.

## 2.2 Referentes externos (nacionales o internacionales)

En la actualidad, existe en España una amplia oferta de programas educativos de postgrado en el ámbito de la Comunicación. Bajo esta premisa, hay que esclarecer que muchos de ellos están dedicados a la investigación y el doctorado, mientras que otros muchos con carácter profesionalizante están relacionados con la comunicación aplicada a varios campos, como pueden ser: los problemas socioculturales, el periodismo deportivo, la educación, el sector audiovisual, el periodismo económico, industrias creativas, la publicidad, comunicación multimedia, marketing, comunicación científica, psicología, relaciones públicas, cultura, periodismo digital, redes sociales, televisión o reporterismo. Existen 35 programas de postgrado impartidos por universidades españolas públicas y privadas verificados por ANECA como títulos oficiales y que podrían contar con características similares en alguna parte de su programa académico con el Máster Universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y convergencia digital, aunque nunca en su totalidad. A éstos, hay que añadir los distintos títulos propios ofrecidos por las universidades.

Entre todos estos programas, oficiales y propios, cabe destacar los siguientes como los referentes más cercanos y que se han tenido en cuenta en la elaboración de la presente propuesta:

Títulos en universidades públicas:

**Universidad Autónoma de Barcelona**

Máster Universitario en Diseño y Gestión de la Producción Audiovisual

**Universidad Carlos III**

Máster en Dirección de la Empresa Audiovisual \* (no ofertado en el curso 2013-2014)

**Universidad Carlos III**

*Máster en Gestión y Dirección de Medios en Internet*

**Universitat Oberta de Catalunya**

Postgrado Universitario en Innovación en Creación de Contenidos Audiovisuales

Postgrado en Creación de contenidos para nuevos medios audiovisuales

Títulos en universidades privadas:

**Universidad Ramón Llull**

Máster Universitario en Producción y Gestión de la empresa Audiovisual

**Universidad de Navarra**

Gestión de Empresas de Comunicación \*

**Universidad San Pablo-CEU**

Máster Universitario en Comunicación Multimedia

**Universidad Camilo José Cela**

Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Audiovisuales

**Universidad Europea de Madrid**

Máster Universitario en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales Mediaset

**Universidad de Valencia**

Máster Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales



**Universidad de Deusto**

Máster Universitario en Gestión de la Comunicación Audiovisual, Empresarial e institucional

**Universidad de Vigo**

Máster universitario en Creación, Desarrollo y Comercialización de Contenidos Audiovisuales

**Universidad Católica San Antonio**

Máster Universitario en Gestión y Producción Audiovisual Multiplataforma

(Aparecen con un asterisco \* aquellos programas de postgrado que han sido reconocidos entre los cinco mejores de su especialidad en el especial de el Ranking 2012/2013 del periódico *El Mundo* publicado el 20 de junio de 2012).

Los distintos masters mencionados, y la nueva propuesta que se presenta, coinciden en gran parte en una propuesta docente que, con distintos énfasis, trata los diversos aspectos de la gestión empresarial en actividades de comunicación (dirección, marketing, producción, financiación, forma jurídica). Los medios audiovisuales, con mayor oferta de títulos, e Internet y nuevas plataformas digitales son las actividades que reciben mayor atención, aunque también hay ofertas, como la de la Universidad de Navarra, que ofrecen una perspectiva más amplia, considerando el conjunto de actividades de comunicación. La estructura de los distintos mercados y ramas dentro de la industria de la comunicación es también otra área de atención compartida por los distintos postgrados, incluyendo ahí tanto la situación en cuanto a oferta y demanda, como la regulación y aspectos tecnológicos que inciden en la estructura y dinámica de dichos mercados.

En este marco compartido, las ofertas docentes presentan especificidades, principalmente por su mayor atención a un medio u otro, y por su mayor atención a aspectos de creación y producción de contenidos, o un mayor énfasis en distintas facetas de la gestión empresarial. En este sentido, la propuesta docente que se presenta delimita su área de interés, en cuanto a actividades y mercados, en el nuevo espacio del audiovisual conectado, fruto de la convergencia digital. Y se profundiza en tres aspectos que se consideran clave para la gestión empresarial y el desarrollo de proyectos, como son las tecnologías y las características y nuevos requerimientos de las profesiones implicadas, y el escenario industrial y de mercado.

Así pues, en relación a la oferta existente, el título propuesto viene a cubrir un vacío en el sistema público del área territorial de Catalunya (especialmente fuera del área metropolitana de Barcelona, donde se concentran los dos masters, uno público y otro privado, relacionados con la producción y gestión audiovisual) y Aragón.

Al mismo tiempo, el nuevo título propuesto ofrece algunas especificidades respecto a los títulos existentes, ya sean de universidades públicas como privadas. Así, el máster se propone dotar a los alumnos de capacidades emprendedoras, aspecto compartido con algunos de los programas mencionados, pero con un énfasis específico en lo que ya es una realidad en el sector, los medios emergentes nacidos de Internet y su interrelación con la radio y la televisión, a diferencia de otros programas, más centrados en lo audiovisual, por un lado, o en Internet, por otro.

El título propuesto ofrece, también, una formación específica en aspectos tecnológicos que resulta innovadora respecto a los masters analizados y que responde a la evolución de un sector, el de los contenidos, cuyo principal motor de cambio son estas tecnologías de la información y la comunicación. Así mismo, se contempla también el impacto de estas tecnologías en el campo de la gestión empresarial más en general.



A semejanza de algunos programas existentes en innovación y gestión empresarial, el máster que se presenta otorga una importancia capital al desarrollo de un proyecto empresarial que se inserte en la realidad del sector y dispone de las instalaciones de centros de producción audiovisual del territorio.

A nivel internacional existe también una amplia oferta de estudios de postgrado relacionados con la producción audiovisual y digital, tanto con un enfoque centrado en las cuestiones creativas, como orientados a la formación en conocimientos y habilidades empresariales. Entre estos últimos, cabe señalar los siguientes, cuyos planteamientos se han tenido en cuenta en el diseño del máster:

**Boston University**

Master of Science in Business & Economics Journalism

MS in Television

**King's College London**

MA Cultural & Creative Industries

**Copenhagen Business School**

MSc of Social Science in Management of Creative Business Processes

**University of Southern California**

Business of Entertainment Program

**Cardiff Business School and Cardiff's School of Journalism, Media and Cultural Studies**

MBA in Media Management

**Metropolitan College of New York**

MBA in Media Management

**St. Edward University (Austin, Texas)**

MBA in Digital Media Management

**University of Cambridge**

Cultural, Arts & Media Management

**Drexel's Antoinette Westphal College of Media Arts & Design**

Graduate Program in Television Management

Estos programas comparten una formación que se centra en aspectos industriales y de mercado, así como en las particularidades del marketing, la producción y la financiación de las empresas de medios y empresas culturales, aspectos que se recogen también en la presente propuesta formativa.

### **2.3 Coherencia con el potencial de la UdL y con su tradición en la oferta de enseñanzas**

El máster en *Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital* responde a los objetivos estratégicos de las universidades implicadas, en su apuesta por los estudios en Comunicación y Periodismo Audiovisual, por un lado, y en atención a una formación profesionalizante que vincule a la universidad con el mundo profesional y empresarial, por otro lado.

En la Universitat de Lleida, una vez asentados los estudios de grado en Comunicación y Periodismo Audiovisual, cuya primera promoción de graduados finalizó los estudios en el curso 2012-2013, la puesta en marcha del máster supone una oportunidad para estos estudiantes de proseguir con su formación, con una oferta claramente orientada a la



inserción laboral. Así mismo, con este máster se abre una vía para el acceso a los estudios de doctorado de aquellos estudiantes interesados en proseguir una carrera de investigación académica. Así pues, la oferta del máster da continuidad a unos estudios, los del grado en Comunicación y Periodismo Audiovisual, que han consolidado una demanda de 60 alumnos nuevos por curso.

La apuesta de la UdL por la formación y la investigación en el área de la comunicación y el periodismo audiovisual se refleja también en la puesta en marcha, en 2011, de la Cátedra de Universidad y Empresa de Periodismo y Comunicación de la UdL, que tiene como objetivos ampliar la colaboración entre la UdL y las empresas de medios de comunicación, promover la investigación en comunicación y organizar actividades científicas, jornadas de reflexión, conferencias y otras actividades en el campo del periodismo y la comunicación, con un énfasis especial en la búsqueda de puentes entre el entorno universitario y el entorno profesional, empresarial y social. Una de las actividades promovidas por la Cátedra es la celebración de un seminario sobre Periodismo y Política, dirigido por Iñaki Gabilondo. La UdL aporta también su experiencia en el área de Ingeniería informática, en la que destaca el grupo de investigación en Interacción persona ordenador e integración de datos.

De la misma manera, la puesta en marcha del máster supone también la oportunidad para los estudiantes del Grado en Periodismo de la Universidad de Zaragoza (cuya primera promoción ha finalizado en el año 2012) de proseguir su formación de cara a la inserción laboral, o de acceder a los estudios de doctorado.

La Universidad de Zaragoza ha complementado la formación de sus estudiantes de Periodismo con diferentes actividades entre las que se destaca la puesta en marcha de Radio Unizar ([radio.unizar.es](http://radio.unizar.es)) y diversos cursos de verano desarrollados en Jaca. Además, la participación de la Universidad de Zaragoza aporta su experiencia en el campo de la ingeniería de las telecomunicaciones y la tecnología audiovisual.

El profesorado implicado en la docencia del máster ha participado en distintos grupos de investigación y en publicaciones que guardan relación directa con los contenidos del máster. Además, forman parte del equipo docente profesionales de dilatada experiencia en el sector audiovisual, cuya aportación se considera imprescindible para un máster claramente orientado a la profesionalización.

## **Producción del profesorado titular del área de empresa**

### ***Libros, capítulos de libro y artículos***

Alonso Martínez, José Manuel (2009) *Quadern de l'emprenedor. Guia per a l'elaboració del Pla d'empresa*, Diputació de Lleida. CEEI.

Ruiz González, Manuel; Alonso Martínez, José Manuel (1999) *Lleida, dels Pirineus a la Plana*. Estudi Estratègic Comarcal. Lleida: Pages Editors

Ruiz González, Manuel; Alonso Martínez, José Manuel; Otal Portolés, María Luisa y Esther Serra Barberá (1997) *Manual para la redacción de un Plan de Empresa*. Paperkite Editorial.

Ruiz González, Manuel; Alonso Martínez, José Manuel y UPD-UdL (1996) *Agentes de Promoción Económica en la provincia de Lleida*. Paperkite Editorial.

Alonso Martínez, José Manuel (2007) “Influencia de la familia en la creación de empresas. Una revisión de la literatura”, en: *Gestión de la empresa familiar*. McGraw Hill.

(2003) “Creació d'empreses en entorns rurals. Resultats del projecte europeu ROW en les comarques de Lleida”, en: *L'empresa en la societat del coneixement*. Edicions de la Universitat de Lleida. Pág.15-43.

(2000) “Promoción y apoyo empresarial a través de las Unidades de Promoción y Desarrollo”, en: *Jornadas Internacionales de Desarrollo Rural*. Centro Tecnológico Forestal de Catalunya, pág.179-186.

(2000) “Promoción y apoyo empresarial a través de las Unidades de Promoción y Desarrollo”, en: *Jornadas Internacionales de Desarrollo Rural*. Centro Tecnológico Forestal de Catalunya, pág.179-186.

Enciso, Pere; José Manuel Alonso; Rafael Allepuz (2011) “Butlletí socioeconòmic de Lleida”. Edición trimestral Num. 01-Abril 2009 hasta Num. 12- Octubre 2011.

Alonso Martínez, José Manuel (2007) “Influencia de la familia en la creación de empresas. Una revisión de la literatura”, en: *Gestión de la empresa familiar*. McGraw Hill.



Alonso Martínez, José Manuel y Frederic Marimon Viadiu (2007) “Incubadores d’empreses: un Instrument de Suport a l’emprenedoria amb bona salut a Catalunya”, en: *Revista Econòmica de Catalunya*. Vol. 55, 2007 pp 13-31.

Marimon Viadiu, Frederic y José Manuel Alonso Martínez (2006) “Tipologías de viveros de empresas: tradicionales y especializados”, en: *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* Vol. 12 N°1, 2006 pp.133-152.

Saladrigues, Ramon (2008) “El marco conceptual de la contabilidad”, en: *El Nuevo PGC en la práctica. Ejercicios y soluciones*. Barcelona: Bresa Ed-ACCID.

Gallizo, J.L.; Gargallo, P.; Saladrigues R.; Salvador, M. (2013): “The persistence of return on assets: differences between industries and differences between firms”, in *working papers Neu Trends in accounting management*, University of Lleida

(2010): “Financial Convergence in transitions economies: EU enlargement”, in *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 46-3 p. 95-114.

(2008): “Los nuevos miembros de la Unión Europea. Análisis contable de las divergencias y similitudes de las variables financieras de las empresas”, in *Spanish Journal of Finance and Accounting*, Vol. XXXVII-139 p. 501-526.

### **Investigación y transferencia**

*Estudio para determinar las posibilidades de desarrollo e implantación de pequeñas empresas en el futuro sector de actividades económicas de Torregrossa*. Financiado por el Ajuntament de Torregrossa y Diputación de Lleida. Desde 1/10/11 hasta 29/02/12. Investigador principal UdL: José Manuel Alonso Martínez

*Xarxa d’emprenedoria universitàri*”. Financiado por la Generalitat de Catalunya. Desde 1/07/10 hasta 31/12/11. Coordinador del proyecto: Dr. Jaume Valls. Investigador principal UdL: José Manuel Alonso Martínez .

*Growth Accelerator*. Financiado por Fundación CEEI Lleida. Desde 1/03/09 hasta 31/12/09. Coordinador del proyecto: José Manuel Alonso Martínez y CEEI Lleida. Investigador principal: José Manuel Alonso Martínez y otros.

*Creación y desaparición de empresas en Lleida. ¿Porqué se fracasa tanto?*. Financiado por el Patronat de Promoció Econòmica de la Diputació de Lleida. Desde 1/09/07 hasta 28/02/08. Director del proyecto e investigador principal: José Manuel Alonso Martínez.

*Proyecto LEADER PLUS en la comarca del Alt Urgell*. Financiado por el Consell Comarcal de l’Alt Urgell. Desde 1/1/00 hasta 31/12/00. Director del proyecto: Dr. Manuel Ruiz González (UdL) y Dr. Xavier Llinàs Audet (UPC). Investigador principal: José M. Alonso (UdL) y Dr. Joan C. Gil Martín (UPC).

*Estudio estratégico de bases para la dinamización y desarrollo del área de Boix (Ivars de Noguera)*. Financiado por el Patronato de Promoción Económica (Diputación de Lleida). Desde 1/7/98 hasta 31/4/99. Director del proyecto: Dr. Manuel Ruiz González. Investigador principal: José Manuel Alonso Martínez.

Saladrigues, Ramon

Grupo consolidado de la UdL- Proximitat econòmica de les empreses de la Unió Europea: Aspectes financers i de mercat.

## **Producción del profesorado titular del área de periodismo y comunicación:**

### ***Libros, capítulos de libro y artículos***

Nerea Vadillo Bengoa, Carmen Marta Lazo, Daniel Horacio Cabrera Altieri (2010) “Proceso de adaptación de los estudios de Comunicación al EEES. El caso de Aragón, una comunidad pionera”, *Revista Latina de comunicación social*, ISSN-e 1138-5820, Nº. 65.

Daniel Horacio Cabrera Altieri (2009) “La modernidad y los límites”, *Estudios filosóficos*, ISSN 0210-6086, Vol. 58, Nº 167, 2009 (Ejemplar dedicado a: La sociedad líquida), págs. 77-92

(2009) “Walter Benjamin, el alquimista de la modernidad”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 225, 2009 (Ejemplar dedicado a: Walter Benjamin: la experiencia de una voz crítica, creativa y disidente / coord. por Daniel Horacio Cabrera Altieri), págs. 23-29

(2009) “Cronología biográfica de Walter Benjamin” *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 225, 2009 (Ejemplar dedicado a: Walter Benjamin: la experiencia de una voz crítica, creativa y disidente / coord. por Daniel Horacio Cabrera Altieri), págs. 32-34

(2009) “Bibliografía de y sobre Walter Benjamin”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 225, 2009 (Ejemplar dedicado a: Walter Benjamin: la experiencia de una voz crítica, creativa y disidente / coord. por Daniel Horacio Cabrera Altieri), págs. 35-40

(2009) “El "atras" como fantasmagoría moderna”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 225, 2009 (Ejemplar dedicado a: Walter Benjamin: la experiencia de una voz crítica, creativa y disidente / coord. por Daniel Horacio Cabrera Altieri), págs. 41-51

(2009) “Pensar la política y la comunicación desde la "apariencia", *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 224, 2009 (Ejemplar dedicado a: Hannah Arendt: pluralidad y juicio. La lectura secreta de un pensar diferente), págs. 100-112

(2007) “La educación en el camino de las nuevas tecnologías”, *Razón y palabra*, ISSN-e 1605-4806, Nº. 59, 2007 (Ejemplar dedicado a: RELACIONES DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES DE PODER)

(2007) “Lo imaginario o la centralidad subterránea”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 215, 2007 (Ejemplar dedicado a: Michel Maffesoli: Una sociología de lo actual y lo concreto. La emergencia de nuevos fenómenos de tribalismo.), págs. 92-103

(2006) “Movimiento y conexión”, *Política y sociedad*, ISSN 1130-8001, Vol. 43, Nº 2, 2006, págs. 91-105

(2005) “Z. Bauman y C. Castoriadis: la teoría social como pensamiento crítico”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 206, 2005 (Ejemplar dedicado a: Zygmunt Bauman : teoría social y ambivalencia : una perspectiva crítica), págs. 126-140

(2004) “La matriz imaginaria de las nuevas tecnologías”, *Comunicación y sociedad = Communication & Society*, ISSN 0214-0039, ISSN-e 2174-0895, Vol. 17, Nº. 1, 2004, págs. 9-45

(2003) “Técnica y progreso como significaciones imaginarias sociales. Elementos para una hermenéutica social de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento*, ISSN 1137-3636, Nº 198, 2003 (Ejemplar dedicado a: Cornelius Castoriadis), págs. 106-125

(2012) “Acerca del imaginario lingüístico del pasado/atrás”, *La sabiduría de*



*Mnemósine: ensayos de historia de la lingüística* / coord. por José Luis Mendivil Giró, María del Carmen Horno Chéliz, 2012, ISBN 978-84-15538-09-7, págs. 23-32

Daniel Horacio Cabrera Altieri, María del Carmen Agustín Lacruz, María Isabel Ubieta Artur (2011) “Innovación y calidad docente en el Grado de Periodismo”, *Experiencias de innovación e investigación educativa en el nuevo contexto universitario* / coord. por Javier Paricio Royo, Ana Isabel Allueva Pinilla, María del Carmen Agustín Lacruz, Fernando Cruz Bello, 2011, ISBN 978-84-15-03190-1, págs. 1251-1264

Nerea Vadillo Bengoa, Carmen Marta Lazo, Daniel Horacio Cabrera Altieri (2009) “Bolonia en Aragón: Los estudios de comunicación, adaptados 100% al EEES”, *Actas I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: La Laguna, Tenerife, miércoles, 9 a viernes, 11 de diciembre de 2009* / coord. por José Manuel de Pablos Coello, 2009, ISBN 978-84-9941-001-2

Daniel Horacio Cabrera Altieri (2008) “Imaginario de lo imaginario”, *Fragmentos del caos: filosofía, sujeto y sociedad en Cornelius Castoriadis* / coord. por Daniel Horacio Cabrera Altieri, 2008, ISBN 978-950-786-648-7, págs. 15-36

(2008) “Nistagmus: sobre la mirada, el pensar y la vocación filosófica”, *Fragmentos del caos: filosofía, sujeto y sociedad en Cornelius Castoriadis* / coord. por Daniel Horacio Cabrera Altieri, 2008, ISBN 978-950-786-648-7, págs. 37-48

(2011) *Comunicación y cultura como ensoñación social: ensayos sobre el imaginario tecnológico*. Madrid : Fragua, D.L. ISBN 978-84-7074-417-4

(2006) *Lo tecnológico y lo imaginario: las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Biblos. ISBN 978-950-786-525-1

(2008) *Fragmentos del caos: filosofía, sujeto y sociedad en Cornelius Castoriadis*. Biblos. ISBN 978-950-786-648-7

Capdevil, Joaquim (2007) *Societat Catalana, Societat Limitada?* . El Cep i la Nansa.

(2008) *Art i catalanisme: entre la inquietud regeneradora i la voluntat institucionalitzadora. Josep Güell ( 1899-1930 ): escrits*. Col. Natan Estudis, Ajuntament de Tàrraga.

Marta, Carmen (2005) *La televisión en la mirada de los niños*. Barcelona:Gedisa.

Marta, Carmen, et altri (2008) *Consumos y mediaciones de familias y Pantallas*. Zaragoza: Gobierno de Aragón.

Marta, Carmen (2011) “Infancia y adolescencia en la web 2.0.” Gedisa.

(2011) “Aplicación del mapa mental como modo de estructurar el relato radiofónico en el entorno web”. Madrid: Fragua.

(2010) “Medición de audiencias: prensa escrita y prensa digital”. Madrid: Editorial Universitat.

(2008) “Education in values through televisión”. Observatorio Europeo de la Televisión Infantil.

(2007) “Telebasura vs televisión de calidad”. Eunsa.

Marta, Carmen

(2010) “Transformaciones producidas por la instauración de la televisión digital terrestre en España”, en: *Razón y Palabra*, 71.

(2009) *Diferencias en el consumo audiovisual y multimedia de los menores: entorno rural y urbano*”, en: *Anàlisi*, 39.



- (2008) “El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos, en: *Comunicar*, 31.
- (2008) “La competencia televisiva en el currículo escolar”, en: *Zer*, 25.
- (2008) “La familia en el escenario multipantalla”, en: *Doxa*, 7.
- (2008) “La televisión: epicentro de la convergencia entre pantallas”, en: *Enlace. Revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, n. 5.
- (2007) ‘El consumo televisivo responsable en el niño’, en: *TELOS*, 73.
- (2007) ‘La educación para el consumo de pantallas como praxis holística’, en: *Revista Latina de Comunicación Social*, 62.
- (2006) ‘La guía paterna en el consumo televisivo: Un modelo cuantitativo y cualitativo en el aprendizaje de contenidos, en: *Ámbitos*, nº 15.
- (2005) ‘Agentes mediadores y responsables del consumo infantil de televisión: Familia, escuela y medios de comunicación’, en: *Comunicación y Hombre*, 1.
- Miquel Pueyo París (2007). *La política lingüística com a política social. El paper de les llengües en una societat oberta; La política lingüística como política social. El papel de las lenguas en una sociedad abierta; Language policy as social policy. The role of languages in open society. A La política lingüística com a política social. El paper de les llengües en una societat oberta; La política lingüística como política social. El papel de las lenguas en una sociedad abierta; Language policy as social policy. The role of languages in open society.* (pp. 1 - 56). Generalitat de Catalunya.<http://www20.gencat.cat/portal/site/Llengcat/menuitem.b318de7236aed0e7a129d410b0c0e1a0/?vgnnextoid=ca940995b4709110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchann>
- (2005). “Viure en català en un context multilingüe”. A *Català. Galego. Euskara. Polítiques lingüístiques para el siglo XXI*. (pp. 53 - 72). Euskara Kultur Elkargoa. ISBN: 84-932845-7-2.
- (2007). “El fantasma de la mort del català. Cap a un nou discurs sobre la llengua catalana”. A *El fantasma de la mort del català. Cap a un nou discurs sobre la llengua catalana*. (pp. 1 - 125). Edicions Proa. ISBN: 978-84-8437-935-5.
- (2001). “Llengua, persona i comunitat. Aspectes socials i culturals. Llengua i cultura. Llengua i societat. Identitat lingüística. Llengua i pannacionalisme català”. A *Enciclopèdia de la Llengua Catalana* (pp. 318 - 320). Edicions 62. ISBN: 84-297-5026-6.
- (2007). “14 de desembre de 2003: un nou govern a Catalunya i una nova política lingüística”. A *Llengua i ciutadania. El paper de l'aprenentatge de les llengües en l'adquisició de l'autonomia personal* (pp. 28 - 39). CCOO.[http://sl.ccoo.cat/sl/incl/Llengua\\_i\\_Ciutadania.pdf](http://sl.ccoo.cat/sl/incl/Llengua_i_Ciutadania.pdf)
- Miquel Pueyo; Albert Turull (2003). “Diversitat i política lingüística en un món global”. A *Diversitat i política lingüística en un món global*. (pp. 1 - 192). Portic. ISBN: 84-7306-865-3.
- Mercè Solé, Albert Branchadell, Joaquim Torres, Miquel Pueyo (2002). “ Tercera taula rodona: Mirades al futur”. A *El català: mirades al futur. M. Carme Junyent i Virginia Unamuno* (eds.) (pp. 59 - 106). Octaedro-EUB. ISBN: 84-8312-039-9.
- Miquel Pueyo París (2006). “The catalan language today”. A *Política i planificació*



*lingüística a la Unió Europea. Language policy and language planning in the EU* (pp. 167 - 180). Editorial Mediterrània Eivissa. ISBN: 84-95565-66-8.

Miquel Pueyo París; Albert Turull Rubinat (2001). “Política i planificació lingüístiques. Documents de Lectura”. A *Política i planificació lingüístiques. Documents de lectura* (pp. 1 - 76). Fundació Universitat Oberta de Catalunya. ISBN: 84-8429-343-2.

Miquel Pueyo; Albert Turull (2001). “Diversitat i política lingüística en un món global”. A *Diversitat i política lingüística en un món global*. (pp. 1 - 192). Portic. ISBN: 84-8429-261-4.

Miquel Pueyo París (2004). “Sociolingüística i comunicació no verbal”. A *Les fronteres del llenguatge. Lingüística i comunicació no verbal*. (pp. 39). Publicacions de la Universitat de Barcelona - Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. ISBN: 84-477-0886-1.

Riera Gil, Elvira; Pueyo París, Miquel (2012). *Sociolingüística aplicada: les bases sociolingüístiques de la política lingüística a l'àrea catalana*. (pp. 1 - 46). Universitat Oberta de Catalunya (UOC).[http://materials.cv.uoc.edu/continguts/PID\\_00194729/index.html?ajax=true](http://materials.cv.uoc.edu/continguts/PID_00194729/index.html?ajax=true)

Pueyo París, Miquel (2000). “Fonts d'informació sobre política i planificació lingüístiques a Internet”. *Revista de Llengua i Dret* (33), 75-96. [http://www10.gencat.net/eapc\\_rld/revistes/revista.2008-09-19.4036524410/article.2008-11-13.4615042121/ca](http://www10.gencat.net/eapc_rld/revistes/revista.2008-09-19.4036524410/article.2008-11-13.4615042121/ca) ISSN: 0212-5056

(2000). “La facilitació: una hipòtesi per a comprendre millor la recessió de la llengua catalana a Espanya, França i Itàlia”. *Els Marges: revista de llengua i literatura*(66), 77-107. <http://www.raco.cat/index.php/Marges/article/view/90672/156753> ISSN: 0210-0452

### ***Investigación y transferencia***

Cabrera, Daniel.

*Clases creativas en España: composición, formación y creatividad*, Plan Nacional I+D+I, Ministerio de Ciencia e Innovación, España. (Ref. CSO2010-17139) 2011-2013.

Capdevila, Joaquim

*Grup d'estudis de la cultura i les identitats a l'Europa contemporània*. Grupo Consolidado de Investigación por la Generalitat de Catalunya, periodo 2014–2016 (Referencia 2014 SGR 729). Investigador principal.

Marta, Carmen

IP Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID)

Grupo de Investigación en Educomunicación (GIEC). (USan Jorge)

Grupo de Cibercultura, Procesos Comunicativos y medios audiovisuales. (UGranada)

*La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital*. 2010-2013. I+D MEC. IP: Dr. Joan Ferrés i Prats (UPF).

Miquel Pueyo

Càtedra Universitat-Empresa de Periodisme i Comunicació, aprovada el 29 d'abril de 2011 pel Consell de Govern de la Universitat de Lleida. Direcció. 2011

Grup d'Estudis de la Cultura i les Identitats a Europa. Departament de Filologia Catalana i Comunicació Audiovisual. Facultat de Lletres. Universitat de Lleida. Història de les identitats comunicació audiovisual Europa Cultura

2006 - 2008. Grup consolidat d'Oficina de llengua i literatura de Ponent i del Pirineu. (Ajuts de suport a la recerca de grups i xarxes). Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya (DURSI). Ref. 2005SGR00041. IP: Ramon Sistac Vicen (2006-2008) IP: Ramon Sistac Vicen

1998 - 2001. Anàlisi de l'efectivitat de tres models d'educació multilingüe.El cas de la Vall d'Aran. (Ajuts de l'Ajuntament de Lleida (La Paeria) (PAE)). Ajuntament de Lleida 'La Paeria'. Ref. P98-105. IP: Angel Huguet Canalis (7 Investigadors). 13.522,77 € (1998 -2001 ). IP: Angel Huguet Canalis

2012 - 2014. Estudio y dinamización de las hablas pirenaicas del catalán occidental (EDHPCO). (Programa Nacional de Promoción General del Conocimiento - Filología y Filosofía (BFF)). Ministerio de Ciencia e Innovación. Ref. FFI2011-28091. IP: Ramon Sistac Vicen (9 Investigadors). 35.090,00 €. IP: Ramon Sistac Vicen

### **Producción del profesorado titular del área de ingeniería:**

#### ***Libros, capítulos de libro y artículos***

José Ramón Beltrán; Raquel Lacuesta. “Multiresolution Approaches for Edge Detection and Classification Based on Discrete Wavelet Transform”, en: *Discrete wavelet transforms - algorithms and applications*. pp. 81 - 100.2011. ISBN 978-953-307-4.

José Ramón Beltrán Blázquez - Miguel Ángel Varona Badorrey y Sergio Lasuén Hernández. “Sistema de sonificación del arte mudéjar mediante composición automática basada en la simetría en el plano”, en: *Mudéjar- el legado andalusí en la cultura española* :[exposición] Paraninfo de la Universidad de Zaragoza del 6 de octubre de 2010 al 9 de enero de 2011.pp. P. 393 - 407.2010.ISBN 9788492522262

Jesús Ponce De León; José Ramón Beltrán. “Blind separation of overlapping partials in harmonic musical notes using amplitude and phase reconstruction.”, en: EURASIP JOURNAL ON ADVANCES IN SIGNAL PROCESSING.2012 - 1, pp. 0 - 223.2012. ISSN 1687-6172 **Índice de impacto:** 0,81

J. R. Beltrán; J. Ponce De León. “Estimation of the instantaneous amplitude and the instantaneous frequency of audio signals using complex wavelets”, en: SIGNAL PROCESSING. 90 - 12, pp. 3093 - 3109.2010. ISSN 0165-1684 **Índice de impacto:** 1.373

G. Palacios; J. R. Beltrán. “A Wavelet Transform Based Multiresolution Edge Detection and Classification Schema - Art. no. 70000U”, en: PROCEEDINGS OF SPIE, THE INTERNATIONAL SOCIETY FOR OPTICAL ENGINEERING. 7000, pp. U0 - U0.2008. ISSN 0277-786X

Guillermo Palacios; José Ramón Beltrán. “Medical Image Segmentation by means of Multiresolution Analysis and Clustering Methods”, en IADAT JOURNAL OF ADVANCED TECHNOLOGY ON IMAGING AND GRAPHICS.1 - 2, pp. 81 - 84.2005.ISSN 1885-6411.

J.M. Artacho, M. Nasarre, E. Bernues, S. Cruz (2007) “A feasible application of constrained optimization in the IMRT system”. IEEE Transactions on Biomedical engineering Vol. 54, pp. 370-379, Marzo.



M.A. Santiago, G. Cisneros, E Bernues (2007) "Iterative desensitisation of image restoration filters under wrong PSF and noise estimates". EURASIP Journal on Advances in Signal Processing. Vol: 2007. pp. 43-71, enero.

(2010) "A MLP neural net with L1 and L2 regularizers for real conditions of deblurring". EURASIP Journal on Advances in Signal Processing. Vol. 2010, Sept.

(2011) "Boundary reconstruction process of a TV-based neural net without prior conditions". EURASIP Journal on Advances in Signal Processing. Vol, 2011, nov.

### **Investigación y transferencia**

AMBER\_American Bridge for the Excellence in Research with Europe Ámbito del proyecto: Unión Europea. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/es responsable/es: Jose Ramon Beltran Blazquez .Número de investigadores/as: 4. Entidad/es financiadora/s: UNION EUROPEA Fecha de inicio: 01/01/2013 , 2 años. Cuantía total: 375.124,51

Denominación del proyecto: TEC2009-14779-C02-02 INTERACTION OF HEMODYNAMICS AND VASCULAR GEOMETRY IN DETERMINING BIOLOGIC RESPONSE TO ENDOVASCULAR IMPLANTS Ámbito del proyecto: Nacional. Entidad de realización: Universidad de Zaragoza. Número de investigadores/as: 5. Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION Fecha de inicio: 01/01/2010 , 3 años

Denominación del proyecto: TEC2009-14414-C03-01 PROCESADO DE SONIDO PARA ENTIDADES EMERGENTES DE COMUNICACIÓN. Ámbito del proyecto: Nacional. Entidad de realización: Universidad de Zaragoza. Número de investigadores/as: 10. Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION Fecha de inicio: 01/01/2010 , 3 años

Denominación del proyecto: EASY LINE+.UNION EUROPEA.CONTRACT:045515.LOW COST ADVANCED WHITE GOODS FOR A LONGER INDEPENDENT LIFE OF ELDERLY PEOPLE Ámbito del proyecto: Unión Europea. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/es responsable/es: Armando Santiago Roy Yarza. Número de investigadores/as: 17. Entidad/es financiadora/s: UNION EUROPEA Fecha de inicio: 01/01/2008 , 2 años. Cuantía total: 298.500

Denominación del proyecto: EASY LINE+.UNION EUROPEA.CONTRACT:045515.LOW COST ADVANCED WHITE GOODS FOR A LONGER INDEPENDENT LIFE OF ELDERLY PEOPLE Ámbito del proyecto: Unión Europea. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/es responsable/es: Armando Santiago Roy Yarza. Número de investigadores/as: 17. Entidad/es financiadora/s: UNION EUROPEA Fecha de inicio: 01/01/2007 , 2 años - 6 meses Cuantía total: 298.500

ASESORÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN PLAN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA SOCIEDAD DE PREVENCIÓN MAZ. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Fernando Ángel Beltrán Blázquez. Nº investigadores/as: 2. Entidad/es financiadora/s: SOCIEDAD DE PREVENCIÓN DE MAZ SEGURIDAD LABORAL S.L. Fecha inicio: 01/02/2012 , 6 meses

REALIDAD AUMENTADA EN INSTALACIONES INTERACTIVAS Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2 . Entidad/es financiadora/s: ARSTIC AUDIOVISUAL SOLUTIONS, S.L. Fecha inicio: 01/07/2010 , 6 meses



COLABORACIÓN EN PROYECTO DE DESARROLLO AUDIOVISUAL Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2 . Entidad/es financiadora/s: ARSTIC AUDIOVISUAL SOLUTIONS, S.L. Fecha inicio: 01/02/2009 , 3 meses

ASESORÍA SOBRE IMPLEMENTACIÓN DE SOFTWARE DE CONTROL DE VÍDEO . Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2. Entidad/es financiadora/s: ARSTIC AUDIOVISUAL SOLUTIONS, S.L.. Fecha inicio: 01/12/2008 , 15 días

CARACTERIZACIÓN ACÚSTICA Y ELECTRÓNICA DE SISTEMAS DE ALTAVOCES PARA SONORIZACIÓN. Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2. Entidad/es financiadora/s: RAMPA HUESCA S.L. Fecha inicio: 01/01/2008 , 9 meses

Promotor de la empresa de Spin-off universitaria: Arstic Audiovisual Solutions. Año: 2008

Actividad de divulgación científica mediante arte y tecnología.

Proyecto TRANSFORMA: Instalación de transformación de imágenes basada en la percepción del ojo humano y la transformada wavelet que se expuso en la feria ARCO 2002.

Proyecto FOA: Transformación de imagen de video a partir de información musical para el estudio de arquitectos de Londres FOA (Farshid Moussavi y Alejandro Zaera-Polo). Año 2003.

Proyecto MARTE: La simulación de la transmisión del sonido en la atmósfera de Marte para el primer Pabellón de la Ciencia financiado por el Gobierno de Aragón, Año 2004.

Proyecto GENOMA: La creación de piezas musicales contemporáneas a partir de la estructura molecular del genoma humano. Año 2005.

Proyecto MUDEJAR: La creación de piezas musicales de estilo renacentista utilizando la estructura matemática de las torres mudéjares aragonesas. Año 2007. Este proyecto se presentó en La Aljafería, sede de las Cortes de Aragón en 2007, en la inauguración de la rehabilitación de la Torre de San Martín en Teruel en 2008, en las jornadas Abierto por Obras en la Vitoria en 2008 y en el Paraninfo de la Universidad de Zaragoza en las IV Jornadas de Divulgación Científica en 2011.

Proyecto ISWA: Participación en la exposición Arte y Ciencia en el Paraninfo de la Universidad de Zaragoza en el seno del proyecto europeo ISWA (Immersion in the Science Wolds through the Arts), año 2011.

Tecnologías Audiovisuales Multimedia Avanzadas (TAMA).

Entidad financiadora: Dirección general de Nuevas Tecnologías, Departamento de Industria del Gobierno de Aragón.(3675/2013)

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza.

Duración, desde: Enero 2013 hasta: Diciembre 2014 Cuantía de la subvención: 318.062,20 €

Investigador responsable: Carlos Orrite

Número de investigadores participantes: 14

Sistemas y tecnologías 3D Media sobre Internet del Futuro y REdes de difusión de Nueva generación (SIRENA).

Entidad financiadora: MITYC, INNPACTO, IPT-2011-1269-430000

Entidades participantes: Telnet S.A., ITA, Universidad Politécnica de Madrid, Hispasat,



Aragón Telecom, Retevision, SAPEC, Embou e I3 Television.

Duración, desde: Octubre 2011 hasta: Diciembre 2013. Cuantía de la subvención y préstamo: 1.672.324,3 €

Investigador responsable: Javier Cortes Santaolalla

Número de investigadores participantes: 24

PROYECTO PILOTO EN NUEVAS TECNOLOGÍAS EN TDT 2008-2010

Entidad financiadora: MITYC Avanza I+D, TSI-020501-2008-69

Entidades participantes: Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Aragón TV, TV de Catalunya, Abertis, UPM (G@TV), Aranova, ITA y Activa Multimedia

Duración, desde: Octubre 2008, hasta: Junio 2010. Cuantía de la subvención y préstamo: 1.537.081,5

Investigador responsable: Emiliano Bernués del Rio (hasta 05/10)

Número de investigadores participantes: 18

Plataforma online para la creación de una Radio de servicio público mediante sistemas y contenidos interactivos en comunidad 2.0

Entidad financiadora: MITYC, Avanza I+D, TSI-070100-2008-83

Entidades participantes: Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Universidad de Zaragoza, Aranova, ITA.

Duración, desde: Enero 2008 hasta: Diciembre 2009. Cuantía de la subvención y préstamo: 844.700

Investigador responsable: Rosa Pellicero

Número de investigadores participantes: 30

Diseño de un sistema de sincronismo de subtulado con reconocimiento de voz

Tipo de contrato: Desarrollo

Empresa/Administración financiadora: Corporación Aragonesa de Radio y Televisión

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza

Duración, desde: Enero de 2007 hasta: Diciembre de 2007

Investigador responsable: Eduardo Lleida

Número de investigadores participantes: 3

Diseño y estudio de viabilidad de una red de telecomunicaciones Inter-hospitalaria en Aragón

Tipo de contrato: Investigación

Empresa/Administración financiadora: Empresa Telefónica

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza

Duración, desde: 2003 hasta: 2003

Investigador responsable: José García Moros

Número de investigadores participantes: 7

Asesoría en la infraestructura de telecomunicaciones y multimedia de las Cortes de Aragón.

Tipo de contrato: Desarrollo

Empresa/Administración financiadora: Cortes de Aragón

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza

Duración, desde: Abril 2002 hasta: Septiembre 2003

Investigador responsable: Emiliano Bernués, Enrique Masgrau, Antonio Valdovinos

Número de investigadores participantes: 6

Miembro del Instituto de Investigación de Ingeniería de Aragón (I3A).  
Ponente en las Jornadas Europeas de Técnicas Avanzadas en Informática de 1998 sobre el tema: Televisión Digital  
Conferenciante en la Universidad de Verano de Teruel (1998) en el Curso de Tratamiento Digital de Imagen dirigido por el Dr. Antonio Albiol de la Universidad de Valencia  
Diploma del Curso de Formación Pedagógica del Profesorado Universitario. Impartido por el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Zaragoza.  
Segundo Premio del Concurso IDEA del C.E.E.I. de Aragón del año 2000.

### **Producción del profesorado contratado del área de empresa**

#### ***Libros, capítulos de libro y artículos***

Martín-Fuentes E.; Daries N.; Cristóbal E. (2014) “Perspectivas de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo”, en: *Nuevas Tecnologías aplicadas al Turismo*. Barcelona: Ed. Tirant lo Blanc. Tirant Humanidades. Pp. 83-89.

Hernández-Soriano F.; Cristóbal E. (2013) “Análisis básico de las herramientas web 2.0 de Vilaweb en el contexto de los Cibermedios”. En: *Redes Sociales y lo 2.0 y 3.0*. Madrid: Ed. Visión Libros. Pp. 1-20.

Martín-Fuentes E.; Cristóbal E.; Daries N. (2013) “Influencia de la comunicación institucional en la selección de estudios universitarios”. En: *Códigos comunicativos y docencia*. Madrid: Ed. Visión Libros. Pp. 303-324.

Hernández-Soriano F.; Cristóbal E. (2013) “Revisión del concepto de la calidad percibida y su modelización en los Cibermedios.” En: *Investigaciones de vanguardia en la Universidad de hoy*. Madrid: Ed. Visión Libros. Pp. 309-232.

Cristóbal E. (2012) *La calidad en establecimiento virtual: qué es y cómo se mide*. Madrid: Editorial Académica Española. pp. 277.

(2011) *El marketing hoy: como llegar a tu cliente de manera efectiva*.  
Lleida: Ed. Universidad de Lleida-RPlay Servicios audiovisuales.

Montegut Y; Cristóbal E. (2011) *L'Impacte de les Noves Tecnologies en la Gestió de la Cooperativa Agroalimentària*. Ediciones La Sirena. pp. 65.

Viladrich E.; Cristóbal E.; Granollers A. (2010) *La mesura de la qualitat del servei d'un supermercat online*. Ediciones La Sirena. pp. 155.

Eduard Cristóbal Fransi; Pere Mir Artigues (2010) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions per les empreses de la Ciutat de Lleida i la seva àrea d'influència*. *Cinquena Enquesta. Any 2010*. <http://www.lleida.org/observatori-tic/cat/documents.htm>

Eduard Cristóbal Fransi (2009) *Anàlisi de l'Evolució de la implantació de les Tecnologies de la Informació i les Comunicacions a Lleida (anys 2000-2009)*. Magda Ballester Comunicació. pp. 40.

Eduard Cristóbal Fransi; Pere Mir Artigues (2009) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions a les llars de la Ciutat de Lleida - Any 2009*.



[http://www.lleida.org/observatori-tic/doc/2009/enquesta-els-ciutadans-de-lleida-i-les-tecnologies-de-la-informacio-i-la-comunicacio\\_2009.pdf](http://www.lleida.org/observatori-tic/doc/2009/enquesta-els-ciutadans-de-lleida-i-les-tecnologies-de-la-informacio-i-la-comunicacio_2009.pdf)

Cristóbal E.; Daries N. (2009) El comercio electrónico y la calidad del servicio en línea. Ediciones La Sirena. pp. 290.

Pere Mir Artigues y Eduard Cristóbal Fransi (2008) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions per les empreses de la Ciutat de Lleida i la seva àrea d'influència. Quarta Enquesta. Any 2008.* <http://www.lleida.org/observatori-tic/cat/documents.htm>

Barnes S. J.; Cristóbal E.; Marimon F.; Vidgen R. (2007) "Assessing E-Commerce Quality". En: *E-Commerce and V-Business: Digital Enterprise in the Twenty-First Century*. Editorial Butterworth-Heinemann LTD. Pp. 99-123.

Flavián C. (ed.); Díaz V.; Lozano J.; Guinaliú M.; Cristóbal E.; Gurrea R.; Casaló L. V. (1997) *La promoción de la Expo 2008: Redes virtuales y sociedad del conocimiento*. Fundación Economía Aragonesa FUNDEAR. Pp. 76. Documento de trabajo nº39/07

Eduard Cristóbal Fransi; Pere Mir Artigues (2007) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions a les llars de la Ciutat de Lleida - Any 2007* <http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/DossierenquestaTICllars2007.pdf>

Frederic Marimon i Viadiu y Eduard Cristóbal Fransi (2006) "El sector de la consultoría especializada en ISO 9000: un estudio del comportamiento de las empresas certificadas". En: *ISO 9000, ISO 14001 y otros estándares de gestión: pasado, presente y futuro: "Reflexiones teóricas y conclusiones empíricas desde el ámbito académico"* Editorial THOMSON-CIVITAS. Colección de Estudios y Monografías de Economía y Empresa. Pp. 175-197.

Pere Mir Artigues y Eduard Cristóbal Fransi (2006) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions per les empreses de la Ciutat de Lleida i la seva àrea d'influència. Tercera Enquesta. Any 2006.* <http://www.lleida.org/observatori-tic/cat/documents.htm>

---

(2005) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions a les llars de la Ciutat de Lleida - Any 2005*

[http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/Memoria\\_enquesta\\_TIC\\_llars\\_de\\_Lleida-2005.pdf](http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/Memoria_enquesta_TIC_llars_de_Lleida-2005.pdf)

---

Eduard Cristóbal Fransi (2004) *Comerç Electrònic: Anàlisi de la situació, perspectives de futur i impacte en l'àmbit econòmic i empresarial*. Ediciones de la Universidad de Lleida

Eduard Cristóbal (Coordinador), Jaume Codina, Xavi Sabi, Ramon Saladrígues, Anna Tena, Anna Vendrell y Antoni Colom (2004) *Proceso de adaptación del euro en la empresa: análisis aplicado a la economía de Lleida*. Diputación de Lleida.

Eduard Cristóbal Fransi (2004) *Introducción a la usabilidad en la gestión del establecimiento virtual*. Ediciones de la Universidad de Lleida –AIPO- Interaccion2004.

Pere Mir Artigues y Eduard Cristóbal Fransi (2004) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions per les empreses de la Ciutat de Lleida. Segona Enquesta. Any 2004.*



[http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/Estudi\\_TIC-empreses\\_2004.pdf](http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/Estudi_TIC-empreses_2004.pdf)

---

(2003) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions a les Ilars de la Ciutat de Lleida - Any 2002-03*. <http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/memoriaTIC2002-2003.pdf>

---

Eduard Cristóbal Fransi, María Jesús Gómez Adillón (2003) “La implementación de la gestión de la calidad en los servicios: una aplicación en las entidades deportivas”. *ANUARIO 2002. Fundación Ciudad de Lleida. Zaragoza: Editorial Cometa, S.A. Pp. 127-148.*

Eduard Cristóbal Fransi (2003) “Implicacions de la societat del coneixement en la gestió empresarial: el comerç electrònic en el pla de marketing”. En: *L’empresa en la societat del coneixement*. Lleida: Servei de Publicacions de la Universitat de Lleida. Pp. 159-183.

Pere Mir Artigues y Eduard Cristóbal Fransi (2002) *Ús de les tecnologies de la informació i les Comunicacions per les empreses de la Ciutat de Lleida - Any 2002*. [http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/informe\\_TIC-empreses\\_Lleida\\_2002.pdf](http://www.lleida.org/observatori-tic/documents/informe_TIC-empreses_Lleida_2002.pdf)

Eduard Cristóbal Fransi (2002) *Conceptualización de la calidad de servicio al cliente percibida en el comercio electrónico. Evaluación y aplicación en el establecimiento virtual*. Tesis doctoral publicada.

Inma Rodríguez Ardura, Òscar López Prieto, Gisela Ammetller Montes, Bàrbara Oliver Olivera, Jaume Codina Mejón, Eduard Cristóbal Fransi, Joan Manel Guitart Peracaula, Antoni Sala Velásquez, Carlota Torrens Csonka (2002) *Dirección de Marketing I*. Barcelona: EDIUOC (Ediciones de la Universitat Oberta de Catalunya)

Jaume Codina Mejón, Eduard Cristóbal Fransi, Eduard García Palou, Marcel Gubern Fortuny, Joan Guitart i Peracaula, Carlota Torres Csonka (2002) *Introducción al Marketing*. Barcelona: EDIUOC (Ediciones de la Universitat Oberta de Catalunya).

Jaume Codina Mejón, Eduard Cristóbal Fransi, Joan Manel Guitart Peracaula, Carlota Torrens Csonka (2002) *Material Asociado de Dirección Comercial*. Barcelona: EDIUOC (Ediciones de la Universitat Oberta de Catalunya).

Jaume Codina Mejón, Eduard Cristóbal Fransi, Eduard García Palou, Joan Guitart i Peracaula, Carlota Torres Csonka (2001) *Dirección Comercial I*. Barcelona: RBA. Realizaciones Editoriales S.L. (EDIUOC)

Marcel Gubern Fortuny, Eduard Cristóbal Fransi, Carlota Torrens Csonka (2001) *Mercado y Entorno*. Barcelona: RBA. Realizaciones Editoriales S.L. (EDIUOC).

Jaume Codina Mejón y Eduard Cristóbal Fransi (2000) “La aplicación de las políticas de Marketing en la gestión de entidades culturales”. En: *Historia de la cultura: producción cultural y consumo social*. Lleida: Editorial Institut d’Estudis Ilerdencs. Pp. 429-448.

---

Pilar Cos Sánchez, Eduard Cristóbal Fransi y Jaume Codina Mejón (1996) *Estudio de mercado del sector industrial, servicios y comercio de Mollerusa*. Lleida: Diputación Provincial.

Hernández-Soriano F.; Cristóbal E. (2013) “ Estado de la cuestión y nuevas perspectivas en la evaluación de la calidad percibida en los cibermedios”, en *Revista Historia y Comunicación Social*. Vol. 18, N° Esp. Nov. 2013. Pp. 15-27.

Cristóbal, E.; Daries, N.; Martín, E.” El turismo y el comercio electrónico en España: un estudio del consumidor y de la empresa turística”, en: *Revista de Estudios Turísticos*. N° 195. 2013. Pp. 79-99.

Cristóbal, E.; Daries, N.; Baldomar J. P. “Segmentación de los e-consumidores: un estudio aplicado a partir de las perspectivas de uso de Internet”, en: *Cuadernos de Gestión*, vol. 14, nº1, pp. 33-54

Cristóbal, E.; Mir, P. (2013) “¿Estamos preparados para aprovechar las TIC?: un estudio del comportamiento de los usuarios españoles”, en: *Alta Dirección*. Año 46. N° 277/278. 2013. pp. 69-78.

Daries N.; Cristóbal E.; (2013) “La empresa, el consumidor y el comercio electrónico en España”, en: *Alta Dirección*. Año 46. N° 277/278. 2013. pp. 91-100.

Marimon F.; Cristóbal E. (2012) “La influencia de la calidad percibida en el sector de la distribución alimentaria por Internet: perspectiva multidimensional aplicada a un Supermercado Online”, en: *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época. Número 1. 2012. pp. 131-148.*

Cristóbal E.; Marimon F.; Daries N.; Montegut Y. (2011) “Spanish E-Consumer Segmentation and Positioning in Virtual Supermarkets Sector”, en: *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 3, No 2, May 2011. Pp. 16-31.

Cristóbal E.; Marimon F.; Daries N.; Montegut Y. “The Spanish e-Retailing Customers Segmentation”, en: *Review of International Comparative Management*. Vol. 11, issue 5, December 2010. Pp. 779-798.

Cristóbal E. (2010) “El poder de los empleados y los clientes en la empresa”, en: *Manager Focus*. Vol. XV. 21/10. 2010. pp. 1-8.

Montegut Y.; Cristóbal E.; Marimon F. (2011) “Competitive positioning of Spanish agricultural cooperatives”, en: *New Trends in Accounting and Management*\_ N° 4, 2011. pp. 1-27. Working Paper del departamento AEGERN de la UdL. Ediciones de la universidad de Lleida.

Cristóbal E.; Montagut Y.; Daries N.(2010) “El papel del marketing en la gestión de empresas deportivas”, en: *LEA Magazine: Liderazgo, Estrategia y Actualidad Empresarial*. nº 28, 2010, p. 42-47.

Marimon F.; Virgen R.; Barnes S. J.; Cristóbal E. (2010) “Purchasing behaviour in an online supermarket: the applicability of E-S-QUAL”, en: *International Journal of Market Research*\_ Vol 52, nº 1, 2010. pp. 111-129

Cristóbal E.; Gómez M. J.; Thorsson A.; Daries N. (2010) “Measuring Service Quality in



Sport Management: An Application of the SERVQUAL Scale”, en: *New Trends in Accounting and Management*, Nº 3, 2010. pp. 1-26. Working Paper del departamento AEGERN de la UdL. Ediciones de la universidad de Lleida.

Eduard Cristóbal Fransi; Frederic Marimon i Viadiu (2007) “e-Retailing Management: analysing the Spanish e-consumers behaviour “, en: *IADIS International Journal of WWW/Internet*. Vol. 5. nº 1. 2007. Pp 98-112.

Frederic Marimon i Viadiu y Eduard Cristóbal Fransi (2007) “La calidad en la consultoría especializada en ISO 9000: un modelo de evaluación”, en: *Revista de Estudios Empresariales*. Número 1. 2007. pp. 90-109.

Eduard Cristóbal; Carlos Flavián; Miguel Guinaliú (2007) “Perceived e-service quality (PESQ): measurement validation and effects on consumer satisfaction and website loyalty”, en: *Managing Service Quality*. Vol. 17. No. 3. 2007. pp. 317-340.

Eduard Cristóbal Fransi (2007) “Internet: un instrumento esencial para la Investigación de Mercados”, en: *Alta Dirección*. Nº. 249/250. 2007. pp. 33-39.

Frederic Marimon i Viadiu; Eduard Cristóbal Fransi (2006) “Relationship between the principles transmitted by consultants implementing the ISO 9000 Standard and the loyalty of their clients”, en: *International Journal of Services Technology and Management*. Volume 7 - Issue 4, 2006. pp 320-331.

Eduard Cristóbal Fransi y Enric Llurda Giménez (2006) “La formación de Idiomas en España: Tipología de los usuarios de los centros de formación”, en: *Alta Dirección*. Nº. 243/244. 2006. pp. 293-304.

Eduard Cristóbal Fransi (2006) “El merchandising en el establecimiento virtual: una aproximación al diseño y la usabilidad”, en: *ESIC MARKET. Economic and Business Journal* (Revista Internacional de Economía y Empresa). Nº 123. Enero-Abril 2006. pp. 115-164.

Frederic Marimon i Viadiu; Eduard Cristóbal Fransi (2005) “A study of the ISO 9000 certification process: consultant profiles and company behaviour”, en: *Managing Service Quality*. Vol. 15 No. 3 (2005). Pp 290-305.

Eduard Cristóbal Fransi y M<sup>a</sup> Jesús Gómez Adillón (2005) “Desarrollo del comercio electrónico en la gestión empresarial: análisis de su situación en España”, en: *Economía Industrial*. N.º 357. 2005. pp. 165-174.

Eduard Cristóbal Fransi y M<sup>a</sup> Jesús Gómez Adillón (2004) “La Evaluación de la Calidad de los Servicios en la Gestión de Entidades Deportivas”, en: *Revista de Estudios Empresariales*. Nº 10. 2004. pp 65-85.

Jaume Codina Mejón, Eduard Cristóbal Fransi y Ann Thorsson Johansson (2004) “Marketing Management in Cultural Institutions: A Case Study of Catalan Museums”, en: *International Journal of Arts Management*. Volume 6, number 2 (winter). January. 2004. pp. 11-22.



Eduard Cristóbal Fransi (2004) “E-marketing: las Variables de Marketing en un Entorno Virtual”, en: *Thomson Business Journal*. Núm. 2. Mayo de 2004. Pp. 101-113.

Eduard Cristóbal Fransi y Frederic Marimon i Viaiu (2004) “Els serveis oferts per les consultores especialitzades en ISO 9000 a Catalunya” , en: *Revista Econòmica de Catalunya*. Nº 48. pp. 52-63. 2004.

Eduard Cristóbal Fransi y M<sup>a</sup> Jesús Gómez Adillón (2004) “La situación de la venta de contenidos online en España: un estudio del lector de prensa digital”, en: *Boletín Económico de Información Comercial Española*. MINISTERIO DE ECONOMÍA. Nº 2793. Enero-febrero, 2004. Pp.17-23.

Eduard Cristóbal Fransi (2003) “La prensa digital: ¿se puede vender el periódico en Internet?”, en: *Revista Harvard Deusto Marketing & Ventas*. Nº 58. Julio-Agosto, 2003. pp. 76-79.

Eduard Cristóbal Fransi (2003) “Marketing deportivo: La comercialización del producto deporte”, en: *Alta Dirección*. Nº 230. Julio-Agosto, 2003. Pp. 11-16.

Jaume Codina Mejón y Eduard Cristóbal Fransi (2002) “La Gestión Comercial de las Entidades Culturales: una aplicación empírica”, en: *ESIC MARKET. Revista Internacional de Economía y Empresa*. Número 111. Enero-Abril 2002. pp. 141-158.

Eduard Cristóbal Fransi (2001) “El comercio electrónico y el mercado español”, en: *Boletín Económico de Información Comercial Española*. MINISTERIO DE ECONOMÍA. Núm. 2704. Octubre de 2001. Pp. 9-17.

Eduard Cristóbal Fransi (2001) “La tienda en Internet: cómo diseñar y dar a conocer un establecimiento virtual con éxito”, en: *Boletín Económico de Información Comercial Española*. MINISTERIO DE ECONOMÍA. Núm. 2687. Abril 2001. Pp. 3-11.

Jaume Codina Mejón y Eduard Cristóbal Fransi (2001) “El marketing en las entidades culturales”, en: *Alta Dirección*. Nº 218. Julio-Agosto. 2001. pp. 19-25.

Eduard Cristóbal Fransi (2000) “Como comercializar las actividades deportivas”, en: *Revista Harvard Deusto Marketing & Ventas*. Número 36 Enero - Febrero, 2000. Pp. 18-21.

Jaume Codina Mejón y Eduard Cristóbal Fransi (1999) “El marketing en la gestión de entidades culturales: cómo vender la cultura”, en: *Revista Harvard Deusto Marketing & Ventas*. Número 35 Noviembre - Diciembre, 1999. Pp. 24-28.

Pilar Cos Sánchez, Eduard Cristóbal Fransi y Jaume Codina Mejón (1999) “Instrumentos promocionales del Marketing Público: una aplicación empírica”, en: *ESIC MARKET. Revista Internacional de Economía y Empresa*. Número 103. Mayo-Agosto, 1999. Pp. 109-124.

### **Investigación y transferencia**

*Empresas y sector financiero de los países en transición. Convergencia hacia la integración Económica Europea.*



*ENTIDAD FINANCIADORA:* Programa nacional de difusión y divulgación científica y técnica. Plan Nacional de I+D+I. Ministerio de Educación y Ciencia. N° de la referencia del proyecto: SEJ2007-67639/ECON. IMPORTE: 24.000 €. *DESDE:* 2007 *HASTA:* 2010. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. José Luis Gallizo Larraz

*Una proposta de transversalitat i interdisciplinarietat en el Grau de Turisme mitjançant el disseny i execució d'un projecte (PBL) consistent en la creació i gestió d'un establiment d'intermediació turístic.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Lleida. Proyecto 9/2011. *DESDE:* 2012 *HASTA:* 2013 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Prof. Natalia Daries Ramon

*La implementación de metodologías activas en la docencia en el ámbito de la Comercialización e Investigación de Mercados.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Lleida. Proyecto nº 0821 art. 28. *DURACION DESDE:* 2010 *HASTA:* 2011 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Prof. Jaume Codina Mejón.

*Intervención pedagógica en las asignaturas en Inglés a la FDE y ETSEA*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Lleida. Proyecto nº 0821 art. 28. *DURACION DESDE:* 2010 *HASTA:* 2011 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Prof. Guzman Mancho Barés.

*Serveis de disseny, coordinació i anàlisi dels resultats de les enquestes sobre l'ús de les TIC a la ciutat de Lleida*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* ACCES – Institut Municipal d'Informàtica. Ayuntamiento de Lleida. Referencia de la concesión: 2009\_NEG\_17. *IMPORTE:* 32.952,50€ *DURACION DESDE:* 2009 *HASTA:* 2012 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Eduard Cristóbal Fransi.

*Actividades de promoción y fomento de la economía cooperativa*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya. Referencia: 00002160-2009. *IMPORTE:* 7.200 € *DURACION DESDE:* septiembre de 2009 *HASTA:* Enero de 2010 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dra. Yolanda Montegut Salla.

*Cuarto estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de las empresas de Lleida y su zona de influencia.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Ayuntamiento de Lleida. IMPORTE: 15.000 € *DURACION DESDE:* 2007 *HASTA:* 2008 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Eduard Cristóbal Fransi.

*Cuarto estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de la población de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Ayuntamiento de Lleida. IMPORTE: 14.000 € *DURACION DESDE:* 2006 *HASTA:* 2007 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Eduard Cristóbal Fransi.

*Las redes sociales virtuales en el avance de la sociedad del conocimiento. El caso del promoción de Zaragoza-Expo2008.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Fundación de Economía Aragonesa (FUNDEAR). Referencia de la concesión: 2006/0200. IMPORTE: 6.000 € *DURACION DESDE:* 01/03/2006 *HASTA:* 31/12/2006 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Carlos Flavián



Blanco.

*Marketing Estratégico y Teorías de Organización y Dirección (METODO)*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Gobierno de Aragón. *IMPORTE:* 18.000 € *DURACION DESDE:* enero de 2005 *HASTA:* diciembre de 2007 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Carlos Flavián Blanco.

*Adecuación al nuevo marco de Enseñanza Europea Superior de los estudios de ámbito económico y jurídico. Desarrollo de la evaluación continuada en la Facultad de Derecho y Economía de la Universitat de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Lleida. Proyecto nº 0821. *IMPORTE:* 3.000 € *DURACION DESDE:* 2005 *HASTA:* 2006 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dra. Agnés Pardell Veà

*Tercer estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de las empresas de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Ayuntamiento de Lleida. *IMPORTE:* 12.000 € *DURACION DESDE:* 2005 *HASTA:* 2006. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Pere Mir Artigues.

*Recopilación y prueba de métodos de evaluación de la usabilidad y aplicación a los sitios web de la Universidad Española*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* AIPO (Asociación Interacción Persona Ordenador) *DURACION DESDE:* 2004 *HASTA:* 2005 *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Jesús Lorés Vidal.

*Tercer estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de la población de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Ayuntamiento de Lleida. *IMPORTE:* 12.000 € *DURACION DESDE:* 2004 *HASTA:* 2005. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Pere Mir Artigues.

*Vilars RA. Un nuevo modelo aplicado de interacción con el patrimonio arqueológico*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Programa nacional de difusión y divulgación científica y técnica. Plan Nacional de I+D+I (2000-2003). Ministerio de Educación y Ciencia. Nº de la referencia del proyecto: DIF2003-10370-E. *IMPORTE:* 18.000 € *DURACION DESDE:* 2003 *HASTA:* 2004. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Jesús Lorés Vidal.

*Segundo estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de las Empresas e Instituciones de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Ayuntamiento de Lleida. *IMPORTE:* 6.000 € *DURACION DESDE:* 2003 *HASTA:* 2004. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Pere Mir Artigues.

*Segundo estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de la población de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Ayuntamiento de Lleida *DURACION DESDE:* 2002 *HASTA:* 2003. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Pere Mir Artigues.

*Primer estudio sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de las Empresas e Instituciones de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Ayuntamiento de Lleida. *DURACION DESDE:* 2001 *HASTA:* 2002. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Pere Mir Artigues.

*Impacto de la implantación del Euro en los diferentes agentes económicos del área de influencia de Lleida.*

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Lleida. *DURACION DESDE:* 2000 *HASTA:* 2003. *INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Dr. Antoni Colom i Gorgues.

---

### **Producción del profesorado contratado del área de periodismo y comunicación:**

#### ***Libros, capítulos de libro y artículos***

Juan Pablo Artero Muñoz (2010) “Online Video Business Models: YouTube vs. Hulu”, *Palabra Clave*, ISSN-e 0122-8285, Vol. 13, Nº. 1.

Juan Pablo Artero Muñoz, Alfonso Sánchez-Tabernero, Mónica Herrero Subías (2010) “Impacte econòmic de la digitalització i la convergència en el sector audiovisual a Espanya”, *Quaderns del CAC*, ISSN-e 1138-9761, Nº. 34, 2010, págs. 59-65

Juan Pablo Artero Muñoz, Mónica Herrero Subías, Alfonso Sánchez-Tabernero (2010) “La calidad de la oferta televisiva en el mercado español: las percepciones del público” *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, ISSN-e 1137-1102, Nº. 28, págs. 49-63

Mónica Herrero Subías, Juan Pablo Artero Muñoz, Alfonso Sánchez-Tabernero (2009) “Los contenidos editoriales como herramienta determinante para construir una marca: el caso de "El Mundo", *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, ISSN 1696-019X, Nº. 8, págs. 163-183

Juan Pablo Artero Muñoz (2009) “Medios de comunicación. Las variaciones en el consumo de medios obligan a las empresas a prever el futuro”, *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, ISSN 0213-084X, Nº. 79, págs. 39-48

Juan Pablo Artero Muñoz, Renata Moraes (2008) “Opciones estratégicas de las agencias de noticias europeas: Reuters, France Presse y EFE”, *Comunicación y sociedad = Communication & Society*, ISSN 0214-0039, ISSN-e 2174-0895, Vol. 21, Nº. 1, págs. 53-79

Alfonso Sánchez-Tabernero, Juan Pablo Artero Muñoz (2008) “Competencia entre televisiones públicas y televisiones privadas en el mercado europeo”, *Palabra Clave*, ISSN-e 0122-8285, Vol. 11, Nº. 2.

Juan Pablo Artero Muñoz, Mercedes Medina Laverón, Alfonso Sánchez-Tabernero (2006) “Ventajas competitivas en el sector audiovisual español”, *Comunicación y pluralismo*, ISSN 1885-8201, Nº. 0, 2006, págs. 13-33

Mónica Herrero Subías, Juan Pablo Artero Muñoz, Alfonso Sánchez-Tabernero (2005) “Monopolio, oligopolio y competencia en los últimos quince años de televisión en España”, *Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, ISSN-e 1180-9210, Nº. 5, págs. 83-98

Juan Pablo Artero Muñoz (2008) “Industria de la Comunicación: clasificación de sectores y metodología de muestra”, *I+C Investigar a comunicación [Recurso electrónico]: Invetigar la comunicación = Invetigar la comunicació = Komunikazio-Ikerketa* : Actas y memoria final : Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela, 30, 31 de enero y 1 de febrero de 2008, ISBN 978-84-612-3816-3

de Mateo, R.; Bergés, L. y Sabater, M. (2009) *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

(2009) *Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

Bergés, Laura y Reguero, Núria (2013) “Media regulators in Europe: Spain”, a: Helena



Sousa, Wolfgang Trützschler, Joaquim Fidalgo i Mariana Lameiras (eds.) *Media Regulators in Europe: a cross-country comparative analysis*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) Universidade do Minho. [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/1546/1448](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1546/1448)

Bergés, Laura; Sabater, Marta. (2013) “La publicitat”, en: Civil, M; Blasco, J.J.; Guimerà, J.A. (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2011-2012*. Barcelona: InCom-Generalitat de Catalunya, Col·lecció Lexikon.

(2011) “La publicitat”, a: Miquel de Moragas i Spà, Marta Civil i Serra, Isabel Fernández Alonso, José Joaquín Blasco Gil, Bernat López (eds.). *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2009-2010*. Barcelona: Generalitat de Catalunya-Universitat Autònoma de Barcelona.

(2009) “La publicitat”, a: de Moragas, M.; Fernández Alonso, M.I.; Almirón, N.; Blasco, J.J.; Corbella, J.M.; Civil, M. Gibert, O. (eds.). *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2007-2008*. Barcelona: Generalitat de Catalunya-Universitat Autònoma de Barcelona.

(2007) “La publicitat”, a: de Moragas, M.; Fernández Alonso, M.I.; Blasco, J.J.; Guimerà, J.J.; Corbella, J.M.; Gibert, O. (eds.). *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2005-2006*. Barcelona: Edicions UAB.

(2005) “La publicitat”, en: Corominas, M.; Moragas, M; Guimerà, J.A. (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2003-2004*. Bellaterra: UAB-Aldea Global.

Vartanova, Elena; Bergés Saura, Laura; Steemers, Jeanette; Papathanassopoulos, Stylianos (2011) “Media industries: ownership, copyright and regulation”, en: Trappel, Josef / Meier, Werner A. / d’Haenens, Leen / Steemers, Jeanette / Thomass, Barbara (eds.) (2011): *Media in Europe Today*. Bristol, Intellect.

Bergés Saura, L. y Gunn Sara Enli (2011) “Commercial Television: Business in Transition”, en: Trappel, Josef / Meier, Werner A. / d’Haenens, Leen / Steemers, Jeanette / Thomass, Barbara (eds.) (2011): *Media in Europe Today*. Bristol, Intellect.

Bergés, Laura. (2010) “Culture and Business in the Revision of Copyrights”, a: Vartanova, Elena (ed.) *Content, Channels and Audiences in the New Millennium: Interaction and Interrelations*. Moscou: Faculty of Journalism, Lomonosov MSU – MediaMir.

(2009) “Actors, Evolution, and Production Models in the Commodification of Spanish Television”, en: *Comparative Media Systems. European and Global Perspectives*. Budapest: Central European University Press.

(2000) “Finançament i economia de la televisió pública”, en: *La televisió pública a l’era digital*. Barcelona: Pòrtic.

de Mateo, R. y Bergés, L. (2011) “Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la industria de la comunicación y en la gestión empresarial”, en: Campos Freire (coord.) *El nuevo escenario mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

(2007) “Fat Cats: Private Commercial Television in Europe”, en: *Power, Performance and Politics. Media Policy in Europe*. Baden Baden: Nomos.

de Mateo, R., Bergés, L., y Garnatxe, A. (2010) “Crisis, ¿qué crisis? Los medios de comunicación: empresas y periodismo en tiempos de crisis.”, a: f. Campos, *El cambio*



mediático. *Sevilla/Zamora: Comunicación Social*.

de Mateo, R.; Becerra, M. y Bergés, M (2009) “La información en el mercado global de la comunicación.”, a: Julio Carvajal i Gustavo Rodríguez (eds.) *Comunicación informativa y nuevas tecnologías*. Buenos Aires: Gran Aldea Editores.

de Mateo, R., Bergés, L.; Sabater, M (2005) “Grups de comunicació”, en: Corominas, M.; Moragas, M; Guimerà, J.A. (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2003-2004*. Bellaterra: UAB-Aldea Global.

de Mateo, Rosario, Puig, Núria, Bergés, Laura (2003) “Grups de comunicació”, en: Corominas, M.; Moragas, M (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya 2001-2002*. Bellaterra: UAB-Aldea Global.

de Mateo, R., Bergés, L., Puig, N., Sabater, M. (2000) “Els grups de comunicació”, en: Corominas, M.; Moragas, M (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: INCOM.

Bergés, Laura (2013) “15M, Indignados, #spanishrevolution: counter hegemonic communication experiences to face the crisis in Spain” Paper en: *Annual Conference: Crises, ‘Creative Destruction’ and the Global Power and Communication Orders*. International Association for Media and Communication Research. Dublin, Irlanda, 25-29/06/2013

(2012) “Controlling the Internet: whose responsibility?”. Paper a: *Conflict of public values and private interests? European media in 2012*. University of Helsinki (M.Soc.Sci. in Media and Global Communication, Communication Research Centre), FACE Project (Academy of Finland)

(2009) “Culture and Business in the Revision of Copyrights”. Paper a: *Mass Media and Communications, 2009. Content, channels and audiences in the new millennium: interactions and interrelations*. Lomonosov Moscow State University Faculty of Journalism.

(2008) “Economics and politics in refining public service communication”. Paper a: *RIPE2008. Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise. Participation+Partnership*. Media Management Programme at the University of Tampere. Mainz.

(2006) “Economics of Information Supply in Spanish Television”. Paper a: *Annual Conference: Knowledge Societies for All: Media and Communication Strategies*. International Association for Media and Communication Research – IAMCR. El Cairo.

(2006) “Relationship between economic changes and television: the Spanish case”. Paper a: *Annual Conference: Knowledge Societies for All: Media and Communication Strategies*. International Association for Media and Communication Research – IAMCR. El Cairo.

de Mateo, Rosario; Bergés, Laura; Garnatxe, Anna (2010) “Crisis, what crisis? The media: business and journalism in times of crisis”. *Triple C. Cognition, Communication, Co-operation*, vol 8(2), pp. 237-250

de Mateo, Rosario; Bergés, Laura (2005) “Tendencias de la televisión privada en Europa”. *Diálogos de la Comunicación*, vol. 72, pp. 40-59

de Mateo, Rosario; Bergés, Laura; Sabater, Marta (2007) “La producció informativa a la televisió”. *Quaderns del CAC*, vol 29, pp. 69-79.



Carmen Marta Lazo, José Antonio Gabelas Barroso (2013) “Investigación sobre el grado de competencia mediática de los ciudadanos aragoneses” *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, ISSN-e 1139-1979, N.º. 22, págs. 121-130

Carmen Marta Lazo, José Antonio Gabelas Barroso, Miguel Ángel Ortiz Sobrino

(2013) “Stanley Kubrick y Jean Renoir: Dos miradas filmicas a la Gran Guerra”

*Historia y comunicación social*, ISSN 1137-0734, N.º 18 (Ejemplar dedicado a: I Guerra Mundial), págs. 157-167

Carmen Marta Lazo, José Antonio Gabelas Barroso (2013) “Hábitos de consumo televisivo de ficción entre los universitarios que estudian Comunicación”,

*Revista de la SEECI*, ISSN-e 1576-3420, N.º. 31, págs. 14-33

(2012) “La creación de un cortometraje como metáfora de la educación mediática”, *Icono14*, ISSN-e 1697-8293, Vol. 10, N.º 1 (Ejemplar dedicado a: El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales)

(2009) “Diferencias en el consumo audiovisual y multimedia de los menores: entorno rural y urbano”, *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, ISSN 0211-2175, N.º 39, págs. 203-216

(2008) “La familia en el escenario de las multipantallas”, *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, ISSN 1696-019X, N.º. 7, págs. 109-125

(2008) “La televisión: epicentro de la convergencia entre pantallas”, *Enl@ce: revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, ISSN 1690-7515, Vol. 5, N.º. 1, págs. 11-24

José Antonio Gabelas Barroso, Carmen Marta Lazo (2008) “Modos de intervención de los padres en el conflicto que supone el consumo de pantallas”, *Quaderns digitals: Revista de Nuevas Tecnologías y Sociedad*, ISSN-e 1575-9393, N.º. 53.

Carmen Marta Lazo, José Antonio Gabelas Barroso (2008) “La cercanía en la virtualidad. Las tutorías en otra dimensión”, *Quaderns digitals: Revista de Nuevas Tecnologías y Sociedad*, ISSN-e 1575-9393, N.º. 51.

José Antonio Gabelas Barroso, Carmen Marta Lazo (2008) “Modos de intervención de los padres en el conflicto que supone el consumo de pantallas”, *Revista Latina de comunicación social*, ISSN-e 1138-5820, N.º. 63.

José Antonio Gabelas Barroso (2007) “Una perspectiva de la educación en medios para la comunicación en España”, *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, ISSN 1134-3478, N.º 28, págs. 69-73

Carmen Marta Lazo, José Antonio Gabelas Barroso (2007) “La educación para el consumo de pantallas, como praxis holística”, *Revista Latina de comunicación social*, ISSN-e 1138-5820, N.º. 62.

José Antonio Gabelas Barroso (2007) “Televisión y adolescentes: una mítica y controvertida relación”, *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, ISSN 1134-3478, N.º 25, 1, (Ejemplar dedicado a: Televisión de calidad: Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación. Huelva. 2005), págs. 137-146

R. Saz, J. L. Sesé, Jaume Samarra Pla, José Antonio Gabelas Barroso (2001) “El poder de los medios de comunicación” *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos*



*didácticos*, ISSN 1136-7733, Nº 172, págs. 84-86

José Antonio Gabelas Barroso (1996) “La pantalla doméstica: un mundo de reflejos”, *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, ISSN 1134-3478, Nº 6, 1996 (Ejemplar dedicado a: La televisión en las aulas), págs. 44-47

(1995) “El duende televisivo”, *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, ISSN 1134-3478, Nº 5, 1995 (Ejemplar dedicado a: Publicidad... ¿cómo la vemos?: Análisis de los mensajes publicitarios en el aula), págs. 29-35

(1995) “Actitudes de nuestros hijos ante la TV”, *Padres y maestros*, ISSN 0210-4679, Nº. 209, 1995, págs. 25-26

(1994) “La hora de los informativos”, *Cuadernos de pedagogía*, ISSN 0210-0630, Nº 221, 1994, págs. 52-55

Carmen Marta Lazo, José Antonio Gabelas Barroso (2013) “Nuevas interacciones en competencia digital: de la recepción al empoderamiento”, *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación: la apropiación tecno-mediática* / coord. por Susana Morales, María Inés Loyola, 2013, ISBN 978-950-793-152-9, págs. 65-77

José Antonio Gabelas Barroso, Carmen Marta Lazo, Elisa Hergueta Covacho (2012) “Comunicación, ubicuidad y aprendizajes”, *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, control y resistencias* / coord. por Concha Mateos Martín, Ciro Enrique Hernández Rodríguez, Francisco Javier Herrero Gutiérrez, Samuel Toledano Buendía, Alberto Isaac Ardèvol Abreu, 2012, ISBN 84-15698-06-2

José Antonio Gabelas Barroso, Carmen Marta Lazo (2011) “Adolescentes en la cultura digital”, *Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse* / coord. por Estrella Martínez Rodrigo, Carmen Marta Lazo, 2011, ISBN 978-84-9745-465-0, págs. 1-16

Carmen Marta Lazo, José Antonio Gabelas Barroso (2011) “Hacia la multialfabetización digital de los jóvenes en red”, *Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse* / coord. por Estrella Martínez Rodrigo, Carmen Marta Lazo, 2011, ISBN 978-84-9745-465-0, págs. 37-52

José Antonio Gabelas Barroso, Carmen Marta Lazo, Roberto Aparici Marino (2011) “Goya y Buñuel: Narrativa y plástica que trascienden el realismo”, *Estudios sobre arte y comunicación social* / coord. por José Luis Crespo Fajardo, 2011, ISBN 978-84-939795-4-6, págs. 53-64

José Antonio Gabelas Barroso (2011) “Dieta audiovisual y multimedia: Riesgos tóxicos”, *Psiconutrición del menor: nutrición, psicopedagogía y pantallas sanas* / coord. por María Lourdes de Torres Aured, José Antonio Gabelas Barroso, 2011, ISBN 978-84-8465-395-0, págs. 31-46

José Antonio Gabelas Barroso (2011) “Epílogo”, *Psiconutrición del menor: nutrición, psicopedagogía y pantallas sanas* / coord. por María Lourdes de Torres Aured, José Antonio Gabelas Barroso, 2011, ISBN 978-84-8465-395-0, págs. 293-294

José Antonio Gabelas Barroso (2010) “Escenarios virtuales, cultura juvenil y educomunicación 2.0”, *Educación: más allá del 2.0* / coord. por Roberto Aparici Marino, 2010, ISBN 978-84-9784-605-9, págs. 205-224

José Antonio Gabelas Barroso (2009) “Pantallas y jóvenes en el ágora del nuevo milenio”, *Adicciones y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación: perspectivas de su uso para la prevención y el tratamiento* / coord. por Juan del Pozo Iribarría, Laura



Pérez Gómez, Miguel Ferreras Oleffe, 2009, ISBN 978-84-8125-321-4, págs. 19-32

José Antonio Gabelas Barroso (2002) “Los medios de comunicación de masas: contextos de aprendizaje y comunicación”, *Aspectos didácticos de lengua y literatura*, 2002, ISBN 84-7791-196-7, págs. 141-170

José Antonio Gabelas Barroso (1999) “Estrategias de comunicación para superdotados y talentosos”, *Respuestas educativas para alumnos superdotados y talentosos* : [Actas del Congreso Internacional] / coord. por Antonio Sipán Compañé, Juan Carlos López, José Ramón Manzano, 1999, ISBN 84-89859-48-5, págs. 373-376

Joan Ferrés Prats, Agustín García Matilla, José Ignacio Aguaded Gómez, José Fernández Cavia, Mònica Figueras, Magda Blanes, Lois Alvarez Pousa, Jose Inazio Basterretxea Polo, Lourdes Cabezas, María del Rocio Cruz Díaz, Agueda Delgado Ponce, José Francisco Durán Medina, Pilar Heras, Aquilina Fueyo Gutiérrez, José Antonio Gabelas Barroso, Félix Galindo Soto, Nicanor García Fernández, Francisco García García, Manuel Gómez Sicilia, Cristina González, Sonsoles Guerra Liaño, Angel Hernando, José Vicente Idoyaga Arrospide, Carmen Marta Lazo, José Javier Marzal Felici, Alejandro Navas, Mercé Morey, José Antonio Palao Errando, María Amor Pérez Rodríguez, Txema Ramírez de la Piscina Martínez, Fernando Redondo Neira, Paula Renés Arellano, Carlos Rodríguez, María del Mar Rodríguez Rosell, Jacqueline Sánchez Carrero, José Javier Sánchez Aranda, Josefina Santibáñez Velilla, Josu Sierra Orrantia, Jaume Sureda, Esteban Torres, Fernando Tucho, Javier Trabadella, Miguel Vázquez Freire, Alejandra Walzer, Esther Zarandona de Juan (2011) *Competencia mediática: investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Ministerio de Educación. ISBN 978-84-369-5180-6

José Antonio Gabelas Barroso, Carmen Marta Lazo (2008) *Consumos y mediaciones de familias y pantallas: nuevos modelos y propuestas de convivencia*. Gobierno de Aragón. ISBN 978-84-8380-088-1.

Gómez Patiño, Maria (2012) *Escapistas de la realidad. Los intangibles del turismo*, Barcelona, Editorial Laertes, 2012. ISBN: 978-84-7584-860-0. (158 páginas)

(2005) *PAZ: Femenino, singular. ¿Una beatería feminista o una aportación femenina?* Córdoba, Universidad de Córdoba, 2005 (con la colaboración de la Diputación de Córdoba y la Cátedra de Estudios de la Mujeres “Leonor de Guzmán”. ISBN 84-7801-770-4. (150 páginas).

(1999) *Propaganda poética en Miguel Hernández. Un análisis de su discurso periodístico y político*, Alicante, Instituto de Cultura Juan Gil-Albert, 1999, ISBN 84-7784-351-1. (516 páginas).

Traducción: *El proceso de opinión pública: Cómo habla la gente*. Barcelona, Ariel, 2.000. (255 páginas). Autor: Irving Crespi, Lawrence Erlbaum, New Jersey, USA, 1998. *Introducción*: pp: 13-15. ISBN: 84-344-1281-0

Gómez Patiño, Maria y Cristina Almeida (2005) *Las huellas de la violencia invisible*, junto. Barcelona, Ariel, (con la colaboración del Centro Reina Sofia para el Estudio de la Violencia): Pág. 1-153. ISBN: 84-344-7482-4 (341 páginas).

Gómez Patiño, Maria (1999) “*El gabinete de comunicación, sinónimo de hermetismo*”, en *EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS: FORMACIÓN, PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN*, Servicio de Investigación y Asesoramiento de ETEA, Ariza JA; Lucas, A; y Morales, AC (eds), Córdoba. ISBN 84-699-0304-7. pp. 126-139.

(2000) *PREMIOS INSTITUTO NAVARRO DE LA MUJER. Publicación de*



*comunicaciones seleccionadas Congreso de Cultura Europea, Universidad de Navarra (V y VI ediciones) Pamplona, 2000. NA-3173/2000.*

*(2000) “El papel de la mujer en el panorama cultural y mediático europeo”, ACTAS DEL V CONGRESO “CULTURA EUROPEA”, Pamplona, ARANZADI Editorial, p:1115-1121. D.L. NA 2835/2000.*

*(2000) “Involving of women into management of the future” en New Forms of Management, privatisation and participation, St. Petersburg State University, Technische Universität Chemnitz, Volkswagen Stiftung, St. Petersburg, p:191-198. ISBN 5-7997-0248-4.*

*(2000) “Lo divulgativo y lo científico: Consideraciones en torno a la tarea científico-divulgativa de los medios de comunicación social” en Comunicar la ciencia en el siglo XXI. I Congreso de Comunicación Social de la Ciencia, Libro II. Granada, 2000:713-717. ISBN 84-930639-3-2.*

*(2001) “La mujer en titulares”, Asociación de Estudios Históricos sobre la Mujer, ACTAS JORNADAS DE COMUNICACIÓN Y GÉNERO. Marta Concepción Ayala Castro, Emelina Fernández Soriano y M<sup>a</sup> Dolores Fernández de la Torre Madueño (Coordinadoras), publicado por el Instituto Andaluz de la Mujer y el Servicio de Publicaciones Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga, pp. 172-182. ISBN: 84-7785-428-9.*

*(2002) “La feminización de la paz. La mujer como objeto pasivo en el fenómeno de la violencia, y sujeto activo en el proceso de paz” (2002) ACTAS DEL VI CONGRESO “CULTURA EUROPEA”, Pamplona, THOMSON-ARANZADI Editorial, p.p.:1331-1340. D.L. NA 2845/2002.*

*(2004) “El potencial humanizador de la mujer en la tecnocracia europea” Actas del VII CONGRESO INTERNACIONAL CULTURA EUROPEA” celebrado en la Universidad de Navarra, y organizado por el Centro de Estudios Europeos, 23 al 26 de octubre, 2002, Pamplona, Editorial Aranzadi, 2004: 1103-1110.*

*(2002) “El Nuevo mundo o el imaginario de mujer hispana” en Actas del Cong. Internacional: Las Representaciones de la Mujer en la Cultura Hispánica, Valladolid, Universitas Castellae, Col. “Cultura Iberoamericana”, 7:169-184. ISBN 84-923156-7-9.*

*(2009) Igualdad: un derecho humano no feminizado”, en IGUALDAD, DESARROLLO Y COOPERACIÓN”, Edit. Centro de Iniciativas de Cooperación al Desarrollo (Universidad de Alcalá) y la Asociación Castellano-Manchega de Sociología, 721 páginas. ISBN 978-84-692-6633-5. pp. 99-110.*

*(2009) La sostenibilidad del turismo rural. El caso de Aragón (España) junto con M.V. Sanagustín, Carlos Carlos Gómez Bahillo, JA Moseñe Fierro, Alexis Fornos Martínez, Rafael Gómez Martínez, María Muñoz Lafuente, María Vigar Acirón, Carolina Tobía Pérez y Ricardo Oliván Bellosta, en XXII Seminario Iberoamericano de Sociología de las Organizaciones. Actores del desarrollo en la primera mitad del siglo XXI, Univ. de Salto, Uruguay. ISBN 978-9974-0-0663-8, pp: 285-321.*

*(2009) “Lighthouses: New use of scientific and intellectual tourism”, en Perspectives of seaside tourism challenges for science and business”. INTERNATIONAL CONFERENCE PROCEEDINGS, May 7-8. University of Klaipeda, Lituania, pp. 86-87. ISBN 978-9986-31-273-4.*



(2009) “Mujeres y hombres para la diversidad. Dos componentes de un mismo constructo social”, en *SOCIEDAD Y TECNOLOGÍA: ¿QUÉ FUTURO NOS ESPERA?*, Pilar Nova Melle/Julio del Pino Artacho, Univ. Alcalá Henares, pp. 29-36. ISBN: 978-84-692-3953-7.

(2011) “Comunicación “a la Boloñesa” en el *IX Premio Nacional de Ensayo Breve en Ciencias Sociales “Fermín Caballero”*, Asociación Castellano-Manchega de Sociología: Toledo. ISBN 978-84-693-9848-7. pp.: 31-48.

“Repensar la profesión periodística” en *La comunicación pública secuestrada por el mercado*. Colección Cuadernos de Latina nº 14. ISBN: 13:978-84-939337-5-9, pp. 110-11.

(2011) Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – celebrado en la Universidad de La Laguna (Tenerife) entre el 5-9 de diciembre de 2011. ISBN 10:84-939337-5-3. CD.

(2011) *Comunicación, control y resistencias*. Cuadernos Artesanos de Latina/32. Página 97-98: Universidad de La Laguna (Tenerife) ISBN 10:84-15698-07-0.

(2012) “Sustainable Tourism in Aragon, a Case of a Spanish Inside Region”, in *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*, junto a M. Victoria Sanagustín Fons, José Antonio Moseñe Fierro, and Laura Arena Luna. pp. 79-98. Editor: Murat Kasimoglu and Handan Aydin. RIJEKA: INTECH Publishers: 2012: 356 pp. ISBN: 978-953-51-0566-4.

(2012) “El (re)cambio generacional: del periodista anfibio al comunicador de la Era Amphibia” en *Viejo periodismo, nuevos periodistas*. Ed. Miguel Tüñez (Coordinador), Cap.1: 27-49. CAL, *Cuadernos Artesanos de Latina / 25*: La Laguna. ISBN: 13: 978-84-940111-0-8. (188 pp).

(2012) “La función social del periodismo en tiempos de Guerra: el caso de Miguel Hernández”, en *Miguel Hernández / 1910-2010*. III Congreso Internacional, Vol. I. y II. 804 páginas. Pp: 305-315 Vol. Instituto de Cultura Juan Gil-Albert. Alicante. ISBN: 978-84-7784-620-8 (O.C.): 978-84-7784-621-5 (Vol. I)

(2013) “El periodista mutante. La innovación en las rutinas profesionales”. *Colección Cuadernos Artesanos de Latina nº 34: Evaluación de la implantación del EEES en los estudios de Comunicación*. Coords. Carmen Marta & Nerea Vadillo. Cap. 4.:79-102. La Laguna, ISBN: 13:978-84-15698-11-1. (184 pp.)

(2013) “Entre los “indignados” y el *laissez faire*: comunicación política y participación política” en Crespo, Ismael & Del Rey, Javier: *Comunicación política & campañas electorales en América Latina*, Madrid: Biblos. 442 pp. 139-152. ISBN: 978-987-691-132-0.

(2013) “Claves para la recuperación económica del turismo de interior enogastronómico” en *Respuestas alimentarias a la crisis económica*, González Turmo, Isabel (coord.), con JM Puyuelo Arilla, JM Martínez Urtasun y J Lozano Pérez,

(2013) Rompiendo estereotipos patriarcales sobre lo “femenino”. El caso del Sorteo Extraordinario del Turista, Lotería Nacional, en *VVAA: La sociedad ruido/Entre el dato y el grito*. Cuadernos Artesanos de Comunicación/53. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social. ISBN: 978-84-15698-28-29. pp: 64-65.

(2013) “Algunos aspectos de la comunicación interna en el caso de France-Telecom” en Fabra Galofre, Amparo y Giménez Adelantado, Ana (Eds.): *El cambiante mundo*



*de las organizaciones. Teoría y, metodología e investigación.* Castellón: Universidad Jaume I. pp. 165-186. ISBN 987-84-8021-924-2.

(2014): “Las agencias de comunicación aragonesas: su presencia en Internet”, junto a Elena Bandrés, en MARTA LAZO, Carmen (coord.): *La comunicación digital en Aragón.* Salamanca: Comunicación Social, pp. 141-186. ISBN: 978-84-15544-76-4.

(2009) “Una mirada retrospectiva, femenina y transatlántica”, en *AUTOGESTIÓN, COOPERACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN LAS CIENCIAS SOCIALES*, Antonio Colomer Viadel (Coord.) Colección Amadis, Valencia, 2009: 317-324. ISBN: 978-84-613-5902-8, 382 págs.

(2010) "RECYCLING SEASIDE TOURISM. The new social use of lighthouses", in *TILTAI-BRIDGES*, 2010.3 (52). pp. 39-51. ISSN 1392-3137. Klaipeda University, Lituania [http://www.ku.lt/leidykla/leidiniai/tiltai/tiltai\\_2010\\_3\(52\).pdf](http://www.ku.lt/leidykla/leidiniai/tiltai/tiltai_2010_3(52).pdf)

(2010) “Repensar la identidad femenina”, en *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia. Revista del Seminario Interdisciplinar de Estudios de las mujeres, Universidad de León.* N° 5. ISSN: 1699-597X. pp. 541-562.

(2010) “La educación empresarial y el mercado laboral global”, en *Revista de Economía Aragonesa*, N° 42, Septiembre de 2010: pp: 93-110. ISSN: 1576-7736. Publicación cuatrimestral de la Caja de Ahorros y M.P. de Zaragoza, Aragón y Rioja.

(2010) “Repensar la identidad individual en el proceso de participación en el nuevo estilo de management”, en *Revista ENFOQUES: Ciencia Política y Administración Pública* de la Universidad Central de Chile (Santiago), vol. VIII, 2010, n° 13 pp. 197-210. ISSN: 0718-0241. Junto con Aldo Meneses Carvajal. Disponible en:

<http://www.politicaygobierno.cl/documentos/enfoques/13/12-GOMEZ.pdf>

(2010): “Repensando la universidad europea”, en *TEMAS SOCIOLOGICOS*; Rev. de la Universidad Católica Silva Henríquez de Santiago de Chile (CHILE) n° 14: 75-98. ISSN 0717-2087.

(2011): “Análisis del tratamiento de la mujer en la prensa escrita. Día Internacional de las Mujeres”, en *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico EMP* de la UCM, 17(1):119-140. ISSN 1134-1629.

(2013): “La influencia de la Revolución cultural en las mujeres chinas”, en *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia. Revista del Seminario Interdisciplinar de Estudios de las mujeres*, Universidad de León. N° 8: 257-273. ISSN: 1699-597X.

(2013): “Comunicación Política y Educación en tiempos de guerra: El caso de Miguel Hernández”, *Index Comunicación*, N° 3: 121-137, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. ISSN: 2174-1859.

(2013): “Mujer y Turismo rural: ¿Opción u obligación?”, *Revista de Desarrollo rural y cooperativismo agrario*, N° 14: 195-206. ISSN: 1199-7748.

Nieto, Jorge (2013) *Cine en papel. Cultura y crítica cinematográfica en España, 1962-1982.* Valencia. Generalitat Valenciana.

(2012) (ed.) *1808-1810. Cine e independencias.*

(2011) (ed.) *El destino se disculpa. El cine de José Luis Sáenz de Heredia.*

(2009) *Cine en Papel. Cultura y crítica cinematográfica en España, 1939-1962.* Valencia. Generalitat Valenciana.



(2006) *Posibilismos, memorias y fraudes. El cine de Basilio Martín Patino*. Valencia: Ediciones de la Filmoteca.

(2006) (ed.) *Por un cine de lo real. Cincuenta años después de las «Conversaciones de Salamanca»* (premi al millor treball col·lectiu de recerca de la Asociación Española de Historiadores del Cine en 2006).

### **Investigación y transferencia**

Bergés, Laura

*Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura*, Grupo Consolidado de Investigación por la Generalitat de Catalunya, periodo 2014–2016 (referencia 2014/SGR-01594). Miembro del grupo, formado por 19 investigadores y 16 colaboradores externos

*Media Regulation in Portugal: the ERC's Case. Media Regulators in Europe: a Cross-Country Comparative Analysis*. Financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia de Portugal y la UE. Investigador principal: Elena Sousa.

*El mercat publicitari a Catalunya i el finançament dels mitjans de comunicació*. Financiado por la Generalitat de Catalunya. Investigador principal: Laura Bergés

*Análisis económico de la producción de informativos en televisión*. Financiado por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Investigador principal: Rosario de Mateo.

*Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*. Proyecto i+D del Ministerio de Educación y Ciencia. Investigador principal: Antonio Milián.

*La legislación de la concentración en medios de comunicación en cinco países europeos: Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Bélgica*. Encargo de investigación de Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Investigador principal: Laura Bergés

*Libro blanco de la radiodifusión municipal en Catalunya*. Financiado por el Centre d'Investigació de la Comunicació. Investigador principal: Maria Corominas.

*Análisis económico y financiero de de TVE, Antena 3 TV, Telecinco y Canal Plus y su entorno, 1990-2000: la mercantilización de la televisión española*. Tesis doctoral, merecedora del Premio a la Investigación en Comunicación de Massas, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

*Informe anual de l'audiovisual a Catalunya*, del Consell de l'Audiovisual a Catalunya. Participación como investigadora principal, en los primeros años, y como miembro del equipo de investigación ampliado, posteriormente. 1998-2005.

*Informes de impacto económico y asesoría* en aspectos económicos de las instrucciones del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Asesoría para la elaboración de las *cláusulas económicas del concurso de adjudicación de licencias de TDT local* por parte del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Evaluación de las propuestas económica presentadas en el concurso.

Gabelas, José Antonio

Miembro del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID)



Gómez Patiño, María

Dirección, coordinación y gestión del SEMINARIO PERMANENTE DE ESTUDIOS SOBRE LA MUJER, desde su creación, Octubre de 1999 hasta septiembre 2001.

Financiación del Instituto de la Mujer, como responsable del programa, para la realización de actividades durante el curso 1999/2000. Ref. Instituto de la Mujer: 19/99. JORNADAS INTERNACIONALES SOBRE LA MUJER SEMINARIOS UNIVERSITARIOS EN TORNO A LA MUJER.

Financiación del Instituto de la Mujer, como responsable del programa, para la realización de actividades para el curso 2000-2001. Ref. Instituto de la Mujer: 15/00. Nº de Programa: 2 ACTIVIDAD: LA MUJER Y SUS REPRESENTACIONES.

Financiación del Instituto de la Mujer, como responsable del programa, para la realización de actividades para el curso 2001-2002. Ref. Instituto de la Mujer: 11/01. Nº de Programa: 2. ACTIVIDAD: LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Investigadora del Proyecto ECDICE (“Educación Cívica y Democrática para una Identidad Cultural Europea”) nº de registro 15468), para el que se solicitó subvención a la dirección General XXII de la Comisión Europea, dentro de la Convocatoria CONNECT (XXII/99 ES-029) el 30 de junio de 1999. La ayuda financiera fue denegada. En la solicitud de dicho proyecto han participado las Universidades de Sevilla, Cambridge, Dundee, Wuppertal, Oldenburg, Oslo, Lund (Suecia), Pecs (Hungría), Carolina (R. Checa).

Investigadora del Proyecto FIES (“Fundamentos del Diálogo Intercultural. Hacia una educación solidaria”, nº de referencia 99/EXP-PC-A1 E-227), para el que se solicitó subvención a la Dirección General X/C-5 de la Comisión Europea, dentro de la convocatoria “Acciones experimentales con miras al Programa Marco a favor de la Cultura”, el 30 de julio de 1.999. La ayuda financiera fue denegada. Participaron las Universidades de Sevilla, La Sorbona (París-IV), Cambridge, Glasgow, Dundee, Wuppertal, Oldenburg, Oslo, Lund (Suecia), Pecs (Hungría), Carolina (R. Checa).

Concedida financiación: EUROPEAN SCIENCE FOUNDATION. Standing Committee for the Social Sciences (SCSS), para la celebración de un primer Exploratory Workshop on *Identity and Technocracy in a changing Europe (ITCE)*, Ref. PR/SCSS/D43-1S donde María Gómez y Patiño es la investigadora española, y la *Organizadora Local*. J.A. Cherni, la coordinadora, para el encuentro que tuvo lugar en la Universidad Europea CEES entre los días 26 y 29 de abril de 2001, siendo el resto de participantes representantes del Imperial College (Londres-UK); Postdam University, Yad-Tabenkin Institute (Israel); Tel-Aviv University (Israel), CETSAH (EHESS-CNRS) (París-France); Osnabrück Universität, (Alemania).

Aprobado el Proyecto ARESTE de la Comisión Europea, presentado por la Comunidad de Madrid, junto con la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Sevilla, con el título *Violencia de Género en los Medios de Comunicación*, al que renuncio por estar en periodo de excedencia de dos años en la Universidad Europea CEES, a partir de Octubre 2001. Duración del proyecto: 2 años.

Miembro del Grupo de Investigación ESTUDIOS SOBRE LA SOCIEDAD DEL RIESGO, reconocido como CONSOLIDADO por el departamento de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón entre el 1 de enero 2009 y 31 de diciembre de 2010 por resolución de 18 de abril de 2008 (B.O.A. de 9 de mayo de 2008) de la Dirección General de Investigación, Innovación y Desarrollo. Universidad de Zaragoza. Investigador



responsable: Dr. Gaspar Mairal Buil.

Análisis, diagnóstico y propuestas de mejora del turismo en Aragón: del turismo como riesgo a la oportunidad de un turismo sostenible. Entidad financiadora: Gobierno de Aragón y Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio. Entidades participantes: 2. Duración, desde: 2008 hasta: 2010. Cuantía de la subvención: 51.556€. Investigador responsable: Sanagustin Fons, M<sup>a</sup> Victoria. Número de investigadores participantes: 6

Cooperación al desarrollo dentro del marco de la cultura de paz en el valle de los ríos Apurímac y Ene (VRAE) en Perú. Entidad financiadora: Cátedra de Cooperación al Desarrollo de la Universidad de Zaragoza. Entidades participantes: 1. Duración, desde: 25 de marzo de 2010 hasta 24 de marzo de 2011. Cuantía de la subvención: 12.000 €. Investigador responsable: Sanagustin Fons, M<sup>a</sup> Victoria. Número de investigadores participantes: 6

Aplicación del Portafolio Digital como metodología innovadora en la evaluación de los aprendizajes universitarios, PIIDUZ\_09\_1\_416. Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza. Entidades participantes: 1. Duración, desde: 2009 hasta: 2010. Cuantía de la subvención: 3.000 €. Investigador responsable: Sanagustín Fons, M<sup>a</sup> Victoria. Número de investigadores participantes: 8.

La investigación como método de aprendizaje universitario y su evaluación a través del portafolio del estudiante (PIIDUZ\_10\_1-643). Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza. Entidades participantes: 1. Duración, desde: 2010 hasta: 2011. Cuantía de la subvención: 3.000 €. Coordinadores: Sanagustín Fons, M<sup>a</sup> Victoria y Ana Monclús. Número de investigadores participantes: 11

Miembro del Grupo de Investigación ESTUDIOS SOBRE LA SOCIEDAD DEL RIESGO, reconocido como CONSOLIDADO por el departamento de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón entre el *1 de enero 2010 y 31 de diciembre de 2011* por resolución de 15 de abril de 2011 (B.O.A. de 9 de mayo de 2011) de la Dirección General de Investigación, Innovación y Desarrollo. Univ. de Zaragoza. Investigador responsable: Dr. José Ángel Bergua Amores. Dotación: 9758 €.

Hacia la calidad en el Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza (3<sup>a</sup> edición). PIECyT\_11\_2\_614, Programa de Innovación Estratégica de Centros y Titulaciones). Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza. Entidades participantes: 1. Duración, desde: 20/09/2011 hasta: 08/07/2012. Investigador responsable: Francisco Hernández Paricio e Isabel Ubierto Artur. Número de investigadores participantes: 20

*Metodologías activas para la coordinación curricular en el Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza (3<sup>a</sup> edición).* PIECyT\_11\_1\_618, Programa de Innovación Estratégica de Centros y Titulaciones). Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza. Entidades participantes: 1. Duración, desde: 20/09/2011 hasta: 08/07/2012. Investigador responsable: María del Carmen Agustín Lacruz y Francisco Hernández Paricio. Número de investigadores participantes: 20.

*Modelo de evaluación de aprendizajes a través del portafolio en ciencias sociales. Una experiencia interdisciplinaria, compartida e integral* PIIDUZ\_11\_1\_583, Programa de Incentivación de la innovación Docente en la Universidad de Zaragoza. Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza. Entidades participantes: 1. Duración, desde: 20/09/2011 hasta: 08/07/2012. Investigador responsable: María Victoria Sanagustín Fons y Ana Monclús Salamero. Número de investigadores participantes: 9.



Modelo de sostenibilidad para PYMES del sector turístico innovando en RSC como propuesta estratégica”. Entidades participantes: 1. Duración: desde 1 de enero 2012 hasta 31 diciembre de 2012. Investigador responsable: Sanagustin Fons, M<sup>a</sup> Victoria. Número de investigadores participantes: 6.

E-Learning, Comunicación & Open data: Massive Mobile, Ubiquitous & Open Learning. ECO. Ref. Proyecto Europeo: 621127. Entidades participantes: 24 Duración: 1 de octubre 2013 hasta 31 diciembre de 2016. Investigador responsable: Sonia (UNED-Madrid).

Nieto, Jorge.

*Grup d'estudis de la cultura i les identitats a l'Europa contemporània.* Grupo Consolidado de Investigación por la Generalitat de Catalunya, periodo 2014–2016 (Referencia 2014 SGR 729). Miembro del grupo

*La memoria cinematográfica de la Guerra Civil, 1936-1982.* Tesis doctoral.

Visa, Mariona

*Grup d'estudis de la cultura i les identitats a l'Europa contemporània.* Grupo Consolidado de Investigación por la Generalitat de Catalunya, periodo 2014–2016 (Referencia 2014 SGR 729). Miembro del grupo

### **Producción del profesorado contratado del área de ingeniería:**

#### ***Libros, capítulos de libro y artículos***

García R, Gil R, Delgado J.

A Web Ontologies Framework for Digital Rights Management

**Revista:** Journal of Artificial Intelligence and Law Springer-Verlag

**Volum:** 15 **Número:** 2 **Pàgines, inicial:** 137 **final:** 154 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

García R, Gil R.

**Títol:** Facilitating Business Interoperability from the Semantic Web

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science 10th International Conference on Business Information Systems, BIS'07

**Volum:** 4439 **Pàgines, inicial:** 220 **final:** 232 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

Abelló A, García R, Gil R, Oliva M, Perdrix F.

**Títol:** Semantic data integration in a newspaper content management system

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science Ontologies, DataBases, and Applications of Semantics, ODBASE'06

**Volum:** 4277 **Pàgines, inicial:** 40 **final:** 41 **Any:** 2006 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

García R, Gil R.

**Títol:** An OWL Copyright Ontology for Semantic Digital Rights Management

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science IFIP WG 2.12 & WG 12.4 International Workshop on Web Semantics, SWWS'06

**Volum:** 4278 **Pàgines, inicial:** 1745 **final:** 1754 **Any:** 2006 **Lloc de publicació:** ALEMANYA



García R, Gil R, Delgado J.

**Títol:** Intellectual Property Rights Management using a Semantic Web Information System

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science Ontologies, DataBases, and Applications of Semantics, ODBASE'04

**Volum:** 3291 **Pàgines,** inicial: 689 **final:** 704 **Any:** 2004 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

Gil R, García R, Delgado J.

**Títol:** Delivery context negotiated by mobile agents using CC/PP

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science Mobile Agents for Telecommunication Applications, MATA'03

**Volum:** 2881 **Pàgines,** inicial: 99 **final:** 110 **Any:** 2003 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

Delgado J, Gallego I, García R, Gil R.

**Títol:** An Architecture for Negotiation with Mobile Agents

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science Mobile Agents for Telecommunication Applications, MATA'02

**Volum:** 2521 **Pàgines,** inicial: 21 **final:** 31 **Any:** 2002 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

García R, Perdrix F, Gil R, Oliva M.

**Títol:** The Semantic Web as a Newspaper Media Convergence Facilitator

**Revista:** Journal Of Web Semantics

**Volum:** 6 **Número:** 2 **Pàgines,** inicial: 151 **final:** 161 **Any:** 2008 **Lloc de publicació:** PAÏSOS BAIXOS

García R, Gil R.

**Títol:** A Web Ontology for Copyright Contracts Management

**Revista:** International Journal of Electronic Commerce

**Volum:** 12 **Número:** 4 **Pàgines,** inicial: 99 **final:** 113 **Any:** 2008 **Lloc de publicació:** ESTATS UNITS D'AMÈRICA

Gil R, Collazos. C.

**Títol:** Integrating Emotions and Knowledge in Aesthetics Designs Using Cultural Profiles

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science

**Volum:** 4560 **Pàgines,** inicial: 344 **final:** 353 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

García R, Gil R.

**Títol:** Semantic Copyright Management for Internet-wide Knowledge Sharing and Reuse

**Revista:** Online Information Review

**Volum:** 32 **Número:** 5 **Pàgines,** inicial: 585 **final:** 595 **Any:** 2008 **Lloc de publicació:** ESTATS UNITS D'AMÈRICA

García R, Gil R.

**Títol:** Facilitating Business Interoperability from the Semantic Web

**Revista:** Lecture Notes in Computer Science 10th International Conference on Business



Information Systems, BIS'07

**Volum:** 4439 **Pàgines,** inicial: 220 **final:** 232 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

García R, Gimeno J M, Perdrix F, Gil R, Oliva M.

**Títol:** A Platform for Object-Action Semantic Web Interaction

**Revista:** Lecture Notes in Artificial Intelligence 16th Int. Conf. on Knowledge Engineering and Knowledge Management, EKAW'08 Proceedings Paper

**Volum:** 5268 **Pàgines,** inicial: 404 **final:** 418 **Any:** 2008 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

García R, Gimeno JM, Perdrix F, Gil R, Oliva M.

**Títol:** The Rhizomer Semantic Content Management System

**Revista:** Lecture Notes in Artificial Intelligence 1st World Summit on the Knowledge Society, WSKS'08 Proceedings Paper

**Volum:** 5288 **Pàgines,** inicial: 385 **final:** 394 **Any:** 2008 **Lloc de publicació:** ALEMANYA  
**ISSN:** 0302-9743

López JM, Gil R, García R, Cearreta I, Garay N.

**Títol:** Towards an ontology for describing emotions

**Revista:** Lecture Notes in Artificial Intelligence 1st World Summit on the Knowledge Society, WSKS'08. Proceedings Paper

**Volum:** 5288 **Pàgines,** inicial: 96 **final:** 104 **Any:** 2008 **Lloc de publicació:** ALEMANYA

García R, Gil R.

**Títol:** Content Value Chains Modelling using a Copyright Ontology

**Revista:** Information Systems

**Volum:** 35 **Número:** 4 **Pàgines,** inicial: 483 **final:** 495 **Any:** 2009 **Lloc de publicació:** ANGLATERRA

Oliva M, Iglesias C, Bovet I, Santiveri F, García R, Gil R.

**Títol:** Colaboración Multidisciplinar Para el Diseño de un Wiki en el Marco de un Proyecto de Innovación Docente en la Universitat de Lleida

**Revista:** Red-U: Revista de docencia universitaria Año III. Número Monográfico IV: Número especial dedicado a WIKI y educación superior en España (I parte)

**Número:** Monográfico IV **Pàgines,** inicial: 1 **final:** 18 **Any:** 2009 **Lloc de publicació:** ESPANYA

García, R.; Gimeno, J.M.; Perdrix, F.; Gil, R.; Oliva, M.; López, J.M.; Pascual, A.; Sendín, M.

**Títol:** Building a Usable and Accessible Semantic Web Interaction Platform

**Revista:** World Wide Web-Internet And Web Information Systems

**Volum:** 13 **Número:** 1-2 **Pàgines,** inicial: 143 **final:** 167 **Any:** 2010 **Lloc de publicació:** PAÏSOS BAIXOS

García, R.; Gil, R.; Gimeno, J.M.; Granollers, T.; López, J.M.; Oliva, M.; Pascual, A.

**Títol:** A Semantic Wiki for Quality Management in Software Development Projects

**Revista:** Iet Software



**Volum: 4 Número: 6 Pàgines, inicial: 386 final: 395 Any: 2010 Lloc de publicació: ANGLATERRA**

Brunetti, J.M.; Gil, R.; Gimeno, J.M.; García, R.

**Títol:** Improved Linked Data Interaction through an Automatic Information Architecture

**Revista:** International Journal of Software Engineering and Knowledge Engineering

**Volum: 22 Número: 3 Pàgines, inicial: 325 final: 343 Any: 2012 Lloc de publicació: SINGAPUR**

González Sánchez, J.L.; Gil Iranzo, R.M

**Títol:** Factores hedónicos y multiculturales que mejoran la experiencia de usuario en el diseño de productos

**Revista:** Profesional de la Informacion

**Any: 2012 Lloc de publicació: ESPANYA**

González Sánchez, J.L.; Gil Iranzo, R.M.; Gutiérrez Vela, F.L

**Títol:** Enriqueciendo la Evaluación en Videojuegos

**Revista:** Novatica

**Any: 2012 Lloc de publicació: ESPANYA**

González, J.L.; García, R.; Brunetti, J.M.; Gil, R.; Gimeno, J.M.

**Títol:** Using SWET-QUM to Compare the Quality in Use of Semantic Web Exploration Tools

**Revista:** Journal Of Universal Computer Science

**Volum: 19 Número: 8 Pàgines, inicial: 1025 final: 1046 Any: 2013 Lloc de publicació: ESTATS UNITS D'AMÈRICA**

García R, Gil R.

**Títol:** Improving Human Semantic Web Interaction: The Rhizomer Experience

**Llibre:** 3rd Italian Semantic Web Workshop, SWAP'06

**Editorial:** CEUR Workshop Proceedings

**Volum: 201 Pàgines, inicial: 57 final: 64 Any: 2006 Lloc de publicació: Pisa (ITÀLIA)**

Gil R, García R, Delgado J.

**Títol:** Measuring the Semantic Web

**Llibre:** Advances in Metadata Research, Proceedings of MTSR'05

**Editorial:** Rinton Press

**Pàgines, inicial: 72 final: 78 Any: 2006 Lloc de publicació: (ESTATS UNITS D'AMÈRICA)**

Jesús Lorés, Rosa Gil.

**Títol:** Diseño Sostenible Centrado en el Usuario (DSCU).

**Llibre:** VII Congreso Internacional de Interacción Persona-Ordenador. Interacción 2006

**Editorial:** Comité de organización de VII CI de interacción persona ordenador (Interacción 2006)

**Any: 2006 Lloc de publicació: (ESPANYA)**

García R, Gil R, Gallego I, Delgado J.

**Títol:** Formalising ODRL Semantics using Web Ontologies

**Llibre:** Open Digital Rights Language Workshop, ODRL'05



**Editorial:** ADETTI

**Pàgines, inicial:** 33 **final:** 42 **Any:** 2005 **Lloc de publicació:** (PORTUGAL)

Gil R, García R, Delgado J.

**Títol:** An interoperable framework for IPR using web ontologies

**Llibre:** Legal Ontologies and Artificial Intelligence Techniques, LOAIT'05. IAAIL Workshop Series

**Editorial:** Wolf Legal Publishers

**Volum:** 4 **Pàgines, inicial:** 135 **final:** 148 **Any:** 2005 **Lloc de publicació:** (PAÏSOS BAIXOS)

Gil R, Choukair Z, Delgado J.

**Títol:** Characterizing Ad hoc B2B applications using ontologies and complex systems

**Llibre:** IEEE 19th International Conference on Advanced Information Networking and Applications, AINA 2005

**Editorial:** IEEE Computer Science

**Pàgines, inicial:** 885 **final:** 892 **Any:** 2005 **Lloc de publicació:** (TAIWAN)

Gil R, García R, Delgado J.

**Títol:** Measuring the Semantic Web

**Llibre:** SIGSEMIS Bulletin

**Editorial:** SIGSEMIS bulletin

**Volum:** 1 **Número:** 2 **Pàgines, inicial:** 69 **final:** 72 **Any:** 2004 **Lloc de publicació:** (ESTATS UNITS D'AMÈRICA)

García R, Perdrix F, Gimeno J.M, Gil R, Oliva M.

**Títol:** Acercando la Web Semántica a los Usuarios

**Llibre:** II Jornadas sobre Ontologías y Web Semántica, WebSemántica'07

**Editorial:** THOMSON

**Pàgines, inicial:** 29 **final:** 38 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** (ESPANYA)

Tejedor J, García R, Fernández M, López F, Perdrix F, Macías JA, Gil R, Oliva M, Moya D, Colás J, Castells P.

**Títol:** Ontology-Based Retrieval of Human Speech

**Llibre:** Proceedings of the 18th International Conference on Database and Expert Systems Applications (DEXA '07)

**Editorial:** IEEE Computer Society Press

**Pàgines, inicial:** 485 **final:** 489 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** (ESTATS UNITS D'AMÈRICA)

Perdrix F, García R, Gil R, Oliva M, Macías J.A, Moya D.

**Títol:** Interfaces basados en la Web Semántica para la Gestión de Contenidos Multimedia

**Llibre:** VIII Congreso Internacional de Interacción Persona-Ordenador, Interacción'07

**Editorial:** THOMSON

**Pàgines, inicial:** 271 **final:** 280 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** (ESPANYA)

Perdrix F, Gimeno JM, Gil R, Oliva M, García R.

**Títol:** Semantic Web for Media Convergence: a Newspaper Case

**Llibre:** Semantic Web for Business: Cases and Applications

**Editorial:** IGI Global



**Pàgines, inicial:** 170 **final:** 193 **Any:** 2008 **Lloc de publicació:** (ESTATS UNITS D'AMÉRICA)

Delgado, J.; Gallego, I.; Garcia, R. and Gil, R.

**Títol:** An architecture for negotiation with mobile agents

**Llibre:** 21

**Editorial:** Springer

**Volum:** 31 **Any:** 2002 **Lloc de publicació:** (ALEMANYA)

Perdrix F, García R, Gil R, Oliva M, Macías J.A

**Títol:** Semantic Web Interfaces for Newspaper Multimedia Content Management

**Llibre:** New Trends on Human-Computer Interaction

**Editorial:** Springer

**Pàgines, inicial:** 23 **final:** 32 **Any:** 2009 **Lloc de publicació:** (ALEMANYA)

García R, Gil R.

**Títol:** Copyright Licenses Reasoning using an OWL-DL Ontology

**Llibre:** Law, Ontologies and the Semantic Web

**Editorial:** IOS Press

**Volum:** 188 **Pàgines, inicial:** 145 **final:** 162 **Any:** 2009 **Lloc de publicació:** (PAÏSOS BAIXOS)

García R, Gil R.

**Títol:** Improving Human Semantic Web Interaction: The Rhizomer Experience

**Llibre:** CEUR Workshop Proceedings

**Editorial:** Springer-Verlag

**Volum:** 201 **Any:** 2006 **Lloc de publicació:** (ITÀLIA)

García R, Gil R, Oliva M, Bovet I, Santiveri P, Iglesias C.

**Títol:** La wiki como instrumento para el desarrollo de la competencia de trabajo en equipo en el EEES (desde el profesor hasta el alumno)

**Llibre:** Actas del Congreso Internacional de Docencia Universitaria e Innovacion (CIDUI 2008), Id-25, Lleida,

España, 2-4 Julio, 2008.

**Any:** 2008 **Lloc de publicació:** (ESPANYA)

García R, Gil R.

**Títol:** Facilitating Business Interoperability from the Semantic Web

**Llibre:** 10th International Conference on Business Information Systems, BIS'07

**Editorial:** Springer

**Volum:** 4439 **Número:** --- **Pàgines, inicial:** 220 **final:** 232 **Any:** 2007 **Lloc de publicació:** (ALEMANYA)

Llúcia Masip, Rosa Gil, Toni Granollers, César A. Collazos

**Títol:** Evaluación de la multiculturalidad e internacionalización en interfaces web.

**Llibre:** X Congreso Internacional de Interacción Persona-Ordenador. Interacción 2009

**Editorial:** Comité de organización de VII CI de interacción persona ordenador (Interacción 2006)

**Pàgines, inicial:** 399 **final:** 408 **Any:** 2009 **Lloc de publicació:** Armenia (COLÒMBIA)



Oliva, M.; Iglesias, C.; Bovet, I.; Santiveri, F.; García, R.; Gil, R.

**Títol:** Colaboración multidisciplinar para el diseño de un Wiki en el marco de un proyecto de innovación docente en la Universidad de Lleida

**Llibre:** Red-U Revista de docencia universitaria

**Pàgines, inicial: --- final: --- Any: 2008 Lloc de publicació:** (ESPANYA)

Iglesias, C. ; Santiveri, F.; Alcázar, J.; Bovet, I.; Chocarro, C.; Gil, R.; Piqué, T.1; Sala, N.; Oliva, M

**Títol:** Experiencia de coordinación en un proyecto de innovación docente multidisciplinar en la UdL (España)

**Llibre:** Seminario Internacional 2-09. La coordinación mediante equipos docentes en la Educación Superior (ES):

fortalezas, recursos y necesidades

**Pàgines, inicial: --- final: --- Any: 2008 Lloc de publicació:** (ESPANYA)

García, R., Gil, R. and Delgado, J.

**Títol:** Intellectual Property Rights Management using a Semantic Web Information Systems

**Llibre:** Book: 3291

**Editorial:** Springer

**Volum: 689 Any: 2004 Lloc de publicació:** (ALEMANYA)

García R, Gil R.

**Títol:** Publishing XBRL as Linked Open Data

**Llibre:** Linked Data on the Web, LDOW'09

**Editorial:** CEUR Workshop Proceedings

**Volum: 538 Pàgines, inicial: 36 final: 40 Any: 2009 Lloc de publicació:** Madrid (ESPANYA)

Gil, R, García, and Delgado, J.

**Títol:** Delivery context negotiated by mobile agents using CC/PP

**Llibre:** 99

**Editorial:** Springer

**Volum: 110 Any: 2003 Lloc de publicació:** (ALEMANYA)

García, R.; Gil, R.

**Títol:** Triplifying and linking XBRL financial data

**Llibre:** Proceedings of the 6th International Conference on Semantic Systems, I-SEMANTICS'10

**Editorial:** ACM Press

**Pàgines, inicial: 20 final: 27 Any: 2010 Lloc de publicació:** (ESTATS UNITS D'AMÈRICA)

García, R.; Gil, R.

**Títol:** Controlled Natural Language rendering of Copyright Ontology licenses

**Llibre:** Proceedings of the 8th International Workshop for Technical, Economic and Legal Aspects of Business

Models for Virtual Goods

**Editorial:** Namur University Press



**Pàgines, inicial: 61 final: 76 Any: 2010 Lloc de publicació: (BÈLGICA)**

Carmen Iglesias, Rosa M. Gil, Ramon Rourera (Eds.) Paquita Santiveri, Maria José Puyalto, Teresa Armengol, Mercè Castillo, Cristina Chocarro, Ana Tena, Anna Vendrell

**Títol:** De la enseñanza al aprendizaje. El cambio de sentido

**Editorial:** Edicions de la Universitat de Lleida

**Pàgines, inicial: 1 final: 67 Any: 2011 Lloc de publicació: LLEIDA (ESPANYA)**

Sánchez J; Gil R; Oliva M.

**Títol:** Más allá del cuchillo de palo: hacia una herramienta integrada para un verdadero diseño centrado en el usuario

**Llibre:** Garrido JL; Paternò F; Panach JI; Benghazi K; Aquino N.(ed). Actas del XI Congreso Internacional de Interacción Persona-Ordenador, Interacción 2010

**Editorial:** Ibergarceta Publicaciones S.L.

**Pàgines, inicial: 299 final: 308 Any: 2010 Lloc de publicació: Madrid**

Santiveri, F.; Rourera, R.; Chocarro, C.; Gil, R.; Tena, A.; Vendrell, A.; Iglesias, C.

**Títol:** Impacto de la metodología docente en el rendimiento académico de los estudiantes de primer curso. Resultados preliminares de un sondeo realizado en la UdL.

**Llibre:** Congreso Internacional de Docencia Universitaria e Innovacion (CIDUI 2010), Id-25, Barcelona, España, 30 junio - 2 julio, 2010.

**Editorial:** Octaedro

**Pàgines, inicial: 125 final: 131 Any: 2010 Lloc de publicació: Barcelona**

García, R.; Brunetti, J.M.; López-Muzás, A.; Gimeno, J.M.; Gil, R.

**Títol:** Publishing and Interacting with Linked Data

**Llibre:** Proceedings of the 1st International Conference on Web Intelligence, Mining and Semantics (WIMS'11)

**Editorial:** ACM Press

**Any: 2011 Lloc de publicació: Sogndal (NORUEGA)**

García R, Brunetti JM, Gimeno JM, Gil R.

**Títol:** Componentes de Arquitectura de la Información basados en Tecnologías de la Web Semántica

**Llibre:** Actas del XI Congreso Internacional de Interacción Persona Ordenador (Interacción 2010)

**Editorial:** Garceta Grupo Editorial

**Pàgines, inicial: 207 final: 216 Any: 2010 Lloc de publicació: Valencia**

García, R.; Gil, R.

**Títol:** Linking XBRL Financial Data

**Llibre:** Linking Enterprise Data

**Editorial:** Springer

**Pàgines, inicial: 103 final: 125 Any: 2010 Lloc de publicació: (ALEMANYA)**

J. L. González Sánchez; R. M. Gil Iranzo; F. L. Gutiérrez Vela

**Títol:** Enriqueciendo la Evaluación en Videojuegos

**Llibre:** XII Congreso Internacional de Interacción Persona Ordenador (Interacción 2011)

**Pàgines, inicial: 273 final: 282 Any: 2011 Lloc de publicació: Lisboa**



J. L. González Sánchez; R. M. Gil Iranzo ; F. L. Gutiérrez Vela

**Títol:** Enriching Evaluation in Video Games

**Llibre:** Human-Computer Interaction ñ INTERACT 2011.

**Editorial:** Springer-Verlag

**Pàgines, inicial:** 519 **final:** 522 **Any:** 2011 **Lloc de publicació:** (ALEMANYA)

García, R.; Brunetti, J.M.; López-Muzas, A.; Gimeno, J.M.; Gil, R.

**Títol:** Publishing and Interacting with Linked Data

**Nombre d'autors:** 5

**Any:** 2011 **Lloc de publicació:** (NORUEGA)

García, R.; Brunetti, J.M.; Gimeno, J.M.; Gil, R.

**Títol:** Componentes de Arquitectura de la Información basados en Tecnologías de la Web Semántica

**Nombre d'autors:** 4

**Any:** 2010 **Lloc de publicació:** (ESPANYA)

Iglesias,C; Gil,R.M; Rourera,R;Santiveri,P; Puyalto,M.J;  
Armengol,T;Castillo,M;Chocarro,C; Tena,A; Vendrell,A

**Títol:** De la enseñanza al aprendizaje.El cambio de sentido Análisis de datos, discusión y propuestas de mejora de la actividad docente. Universitat de Lleida. Informe de investigación

**Editorial:** Edicions de la Universitat de Lleida . ICE-CFC

**Any:** 2011 **Lloc de publicació:** Lleida (ESPANYA)

González Sánchez, J. L.; Gil Iranzo, R. M.; Gutiérrez Vela, F. L

**Títol:** Enriching the Experience in Video Games Base on Playability Techniques

**Editorial:** IGI Global

**Pàgines, inicial:** 87 **final:** 116 **Any:** 2012 **Lloc de publicació:** (ESTATS UNITS D'AMÉRICA)

Brunetti, J.M.; Gil, R.; López-Muzás, A.; Gimeno, J.M.; García, R.

**Títol:** Evaluación de una plataforma semántica para la Interacción con la Web de Datos

**Llibre:** XII Congreso Internacional de Interacción Persona Ordenador, Interacción 2011

**Pàgines, inicial:** --- **final:** --- **Any:** 2011 **Lloc de publicació:** (ESPANYA)

García, R.; Brunetti, J.M.; López-Muzás, A.; Gimeno, J.M.; Gil, R.

**Títol:** Interacting with Linked Data through an Automatic Information Architecture

**Llibre:** Proceedings of the Spanish Artificial Intelligence Conference, CAEPIA'11

**Pàgines, inicial:** --- **final:** --- **Any:** 2011 **Lloc de publicació:** (ESPANYA)

### ***Investigación y transferencia***

*Búsqueda semántica personalizada y escalable de contenidos de texto y habla en la web semántica*

Programa Nacional de tecnologías informáticas (TIN). Ministerio de Educación y Ciencia  
TIN2005-06885 Duración: 2005- 2008

Investigador/a Principal: Pablo Castells Azpilicueta  
investigadores participantes: 15



*Area2000: Contenidos y Servicios Multimedia, Movilidad y Seguridad .'*

Programa Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIN).  
Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICYT). TIC2000-0317-P4-05 Duración: 2001-2003  
Investigador/a Principal: Jaime Delgado  
investigadores participantes: 20

*AgentWeb: Agentes y Ontologías para Gestión de Derechos Digitales y Servicios'.*

Programa Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIN).  
Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICYT). TIC2002-01336 Duración: 2002-2004  
Investigador/a Principal: Jaime Delgado  
investigadores participantes: 20

*MARS Multimedia Advanced brokerage and Redistribution Surveillance '*

Programa: Infraestructura de la Generalitat de Catalunya (PEIR). Consorci i2cat. TIC2002-01336 Duración: 2000 - 2000  
Investigador/a Principal: Jaime Delgado  
investigadores participantes: 20

*VISNET (Networked audiovisual media technologies) NoE '*

Programa: Information Society Technologies (IST). Unió Europea. IST-2003-506946  
Duración: 2003 - 2005  
Investigador/a Principal: Jaime Delgado  
investigadores participantes: 20

*AXMEDIS: Automating Production of Cross Media Content for Multichannel Distribution'*

Programa: Information Society Technologies (IST). Comisión Europea. FP6-IST-511299  
Duración: 2004 - 2008  
Investigador/a Principal: Jaime Delgado  
investigadores participantes: 20

*Red Temática de Web Semántica*

Programa: Redes temáticas de carácter científico-técnico. Ministerio de Educación y Ciencia. TSI2007-29712-E Import: 12.000,00 Duración: 2007 - 2008  
Investigador/a Principal: Asunción Gómez-Pérez  
investigadores participantes: 200

*Plataforma abierta para la gestión de la distribución multicanal de contenidos (OMediaDis)*

Programa: Área Temática de Ciencias de la Computación y Tecnología Informática (INF).  
Ministerio de Educación y Ciencia. TIN2008-06228 Import: 26.620,00 Duración: 2009 - 2011  
Investigador/a Principal: Roberto García González  
investigadores participantes: 9

*Replikants*

Programa: Área Temática de Ciencias de la Computación y Tecnología Informática (INF).  
Ministerio de Educación y Ciencia. TIN2011-24660 Import: 26.620,00 Duración: 2011 - 2014  
Investigador/a Principal: Francisco José Serón



investigadores participantes: 9

**Producción del profesorado invitado:**

Campo Vidal, M. (2011) *¿Por qué los profesionales no comunicamos mejor?*. Madrid: RBA.

(2008) *¿Por qué los españoles comunicamos tan mal?*. Madrid: Plaza y Janés.

(1996) *La transición audiovisual pendiente*. Barcelona: Ediciones B.

(1986) *Confidencias: La TV por dentro*. Barcelona: El Aleph Editores.

Campo Vidal, M *Concentración de poder en el mapa mediático español*. Tesis doctoral.

Calero, Alberto (2013) “Nueva Ciencia y tecnología de Redes - Una nueva forma de tratar la complejidad” - *Big Data*, Número 95 - Junio – Septiembre.

Gómez Ponce, M.; Torres Burriel, D. (2009). “Periodismo 2.0 y experiencias de usuario. Nuevas formas de contar historias en la red”. En: *La formación en competencias del futuro periodista digital en Aragón*”. *Retos del periodismo digital. Reflexiones desde la Universidad*. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón, 2009.

Gallego, M., Gómez Ponce, M. (2006). “De la exclusión a la oportunidad. La integración de las mujeres al desarrollo y la apropiación de las TICs”; III Congreso online del Observatorio de la Cibersociedad: Conocimiento Abierto, Sociedad Libre. ISBN 1578-0007.

Gómez Ponce, M. R. (2010). “El futuro de la televisión tradicional se juega en la red: participación ciudadana y nuevos formatos mixtos de televisión en la red”. En: *Crisis analógica, futuro digital: actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad, celebrado del 12 al 29 de noviembre de 2009* (1ª ed., ) Meddia, cultura i comunicació.

(2011). “El primer debate 2.0 en España”. *Academiav: la revista de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión*, (125), 34-36.

(2012); “El debate pre-electoral entre Mariano Rajoy y Alfredo Rubalcaba en Twitter” (CL) en *El debate del Debate*, Universidad Rey Juan Carlos, Academia de Televisión, 2011.

Terribas, M. (1997). *Televisió, identitat nacional i esfera pública. Formats*.

Gifreu, J. & Terribas, M. (2001). “L'agenda electoral en els mitjans de comunicació a les eleccions al Parlament de Catalunya, 1999”. A: J. Gifreu & F. Pallarès (eds.), *La Campanya més disputada*. Barcelona: Pòrtic - Fundació Jaume Bofill.

Terribas, M. (2002). “El discurs dels executius televisius sobre qualitat en el sector públic i privat”. *Quaderns del CAC*, nº 13, 13-25.

Vaca Berdayes, Ricardo (2010). *El perfil de la audiencia de Cuatro y laSexta: 2005-2008*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(2009) *El puzle de la audiencia televisiva*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(2006) *El Ojo Digital. Audiencias 2*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(2004) *El Ojo Digital. Audiencias 1*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(1997) *Quién manda en el mando. Comportamiento de los espectadores ante la televisión*. Madrid: Editorial Visor.



### **Experiencia profesional en el sector audiovisual y de los contenidos digitales:**

Entre los trabajos de investigación y transferencia reseñados en el apartado anterior, se pueden identificar numerosos proyectos vinculados a la empresa, ya sea de desarrollo de productos, como de investigación de mercado y evaluación de estrategias y comportamientos empresariales. Además, algunos profesores tienen también experiencia profesional en el ámbito empresarial (televisión, radio y prensa, tecnologías informáticas y de audio: ver años de dedicación profesional en la tabla de profesorado del apartado 6).

Entendiendo que el profesorado universitario lógicamente tiene una vinculación más débil con el mundo de la empresa, dada su dedicación a tiempo completo a la universidad, la propuesta de máster contempla un equipo docente reforzado con profesores invitados procedentes del mundo de la empresa, a los que se otorga un papel significativo que garantice el carácter profesionalizante del máster.

- Emiliano Bernués

7 años de experiencia profesional

Director Gerente de Aragon Telecom, desde Enero de 2009 hasta Enero de 2013 encargada del despliegue de la TDT en Aragón y encargado de crear una red de comunicaciones para todo Aragón.

Director Técnico de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, siendo el responsable de todos los sistemas técnicos e infraestructuras de la radio y televisión autonómicas. Incluyendo los sistemas de audio, vídeo, telefonía, red de datos, internet, infraestructuras, edificios, etc, (2005-2009).

Director Técnico de la producción '5' en 3D, Concierto de Violadores del Verso, premiado con la mejor producción de televisión de 2011 por la revista Producción Profesional. <http://www.3d5.tv>.

Vicepresidente de Unired 2011 hasta Enero 2013. Miembro por Unired de la Mesa de Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para el estudio de las interferencias entre los sistemas TDT y LTE.

- Manuel Campo Vidal

5 años de experiencia docente

30 años de experiencia profesional como periodista y como ejecutivo de medios de comunicación:

TVE, Antena 3 TV, Canal Sur Televisión, Canal Internacional, Audiovisual Sport. Presidente de la Academia de las Artes y las Ciencias de la Televisión en España.

- Alberto Calero

30 años de experiencia profesional: presidente de A&JCalero Engineering, partner de Maven7, Director CEO Innovación y productos France Telecom, Director de innovación y contenidos de Amena, Director de Innovación y Tecnología de Prisa, Director de márketing de Hewlett-Packard, Director de márketing de Kodak, Project manager en Telefónica.

Vicepresidente del Consejo Consultivo del campus Madrid de la Universidad de Sant Louis.



- Enric Company  
18 años de experiencia profesional:  
Agencia 360 Grados (planes y campañas de comunicación especializadas en el sector del medio ambiente)  
Agencia audiovisual Video Eject  
“España Directo”, de TVE1;  
La2 y canales locales  
“El matí a 4 bandes” de RNE-Radio 4, otros programas de RNE y radios locales.

- Fernando Navarrete  
45 años de experiencia profesional.  
Realizador en TVE,  
Productora PNN,  
Productor y realizador independiente para cadenas de televisión nacionales e internacionales

- Gorka Zumeta  
2 años de experiencia docente  
32 años de experiencia profesional.  
Periodista y ejecutivo en la cadena Ser y en Punto Radio  
Profesor de la Escuela ESIC Business & Marketing y de la Escuela Superior de Imagen y Sonido CES.

- Mònica Terribas  
12 años de experiencia docente y de investigación.  
24 años de experiencia profesional  
Directora de TVC  
Directora y presentadora de programas en TVC i Catalunya Radio.  
Profesora titular en la UPF.

- Pepe Carbajo  
42 años de experiencia profesional.



Productor y director de producción en TVE  
Jefe de retransmisiones.  
Productor cinematográfico

- Pepe Quílez

34 años de experiencia profesional  
Director de Aragón TV,  
Redactor y editor de TVE,  
Director de TVE-Aragón.  
Redactor y redactor jefe en Radio Popular

- Pío Rodríguez

Ejecutivo del grupo Europroducciones (dirección de canales temáticos, publicidad no convencional),  
Director general de programación Radio Voz,  
Consultor en marketing y comunicación

- Rosa Maria Calaf

43 años de experiencia profesional.  
Corresponsal de TVE en diversos países.  
Miembro del equipo fundador de TVC.

- Lluís Oliva

36 años de experiencia profesional.  
Director general Imagic Telecom.  
Consejero delegado i director general de Catalunya Comunicació (Godó),  
Cargos ejecutivos en la productora Prodigiús Audivisual, en Grupo Planeta, Televisió de Catalunya, Antena 3 Radio Catalunya, etc.

- Jaume Ripoll

10 años de experiencia profesional  
Filmin: distribución online de largometrajes  
Cine independiente Cameo, Manga Films  
Vicepresidencia de EuroVoD, asociación europea de distribución de cine online, opera en 11 países  
Atlántida Film Fest, festival de cine online de largometrajes de cine de autor,  
Coguionista: "Somos gente honrada" (d. Alejandro Marzoa p. El Terrat i Vaca Films) (2013)

- Ángeles González Sinde

15 años de experiencia profesional  
Ministra de Cultura del Gobierno de España con el Presidente Rodríguez Zapatero.  
Presidenta de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España,  
Presidenta de ALMA, Autores Literarios de Medios Audiovisuales, y miembro de la junta directiva de la entidad de gestión DAMA, Derechos de Autor de Medios Audiovisuales.  
Colaboradora periodística en varios medios (YoDona, JotDown, El País, El Mundo, RNE).  
Directora y productora de cine.

- Ricardo Vaca



35 años de experiencia profesional, 10 años de experiencia docente

Directos de diversos medios de comunicación: Radio Ciudad-Real y Radio Toledo (C.R.) (1977-1983); Director Regional de Andalucía C.R. (1983-1987); Director General de la Cadena Rato (1987-1990); primer Director General de Onda Cero (1990); Director de Expansión; Gabinete Técnico; Análisis y Comunicación en Antena 3 TV (1991-1996); Director de Marketing y Comunicación de Audiovisual Sport (1996-1998); presidente de Barlovento Comunicación, consultora audiovisual, que entre otros informes elabora “Barómetro TV: Análisis de la Producción y Distribución televisiva en España” (desde 1998).

## Otros

La oferta de un máster orientado a la creación de empresas y el desarrollo de proyectos de producción enlaza con la tradición de la UdL en la oferta de enseñanzas vinculadas a las ciencias empresariales y la emprendeduría. En este sentido, cabe destacar que la UdL ha puesto en marcha una doble titulación en Ingeniería Informática y Administración y Dirección de Empresas que, junto con el máster que ahora se propone, da respuesta a una realidad del sector productivo caracterizado por la emergencia de nuevos negocios en la convergencia entre informática y medios de comunicación.

Aún en el ámbito de fomento de la emprendeduría y de las relaciones entre universidad y mundo empresarial y profesional, la UdL puso en marcha en ~~2011~~ 2012 la Cátedra ~~Bancaja Joves Emprendadors UdL~~ Santander de Emprendeduría Universitaria, que pretende fomentar el espíritu emprendedor y la creación de empresas en el ámbito de actuación de la Universitat de Lleida. En mayo de 2013 la Cátedra puso en marcha el programa de asesoramiento para la creación de empresas, que en este periodo ha asesorado 15 proyectos de empresa, de los que 3 se han materializado en nuevas empresas, mientras que otros 12 siguen en proceso de maduración del proyecto. Por segundo año consecutivo, la Cátedra organiza también concursos de ideas de negocio, en colaboración con Global Lleida, plataforma inter-institucional de promoción económica y proyección del territorio leridano.

Además la Cátedra organiza diversas actividades de difusión y formación en creación de empresas, como la Jornada Emprendedores e Innovación: Endavant, Jornadas de Emprendimiento y Crecimiento Empresarial, las Jornadas Universidad-Empresa o el Simposio de la Asociación Española de Emprendedores Científicos y Tecnológicos. En cuanto a formación, la Cátedra ha organizado diversos talleres de emprendeduría, cursos de gestión económica y herramientas TIC para la empresa en la Universidad de Verano, y seminarios sobre empresas innovadoras. Así mismo, programa diversas conferencias sobre creación y gestión de empresas.

En la Facultad de Letras de la UdL, además, existen diversos grupos de investigación que guardan relación con la comunicación audiovisual y el periodismo y con los que se buscará la interacción. Así, el Departamento de Filología Catalana y Comunicación Audiovisual acoge al Grupo de Estudios de la Cultura y las Identidades en la Europa Contemporánea, grupo de carácter interdisciplinario que, entre otras cuestiones, aborda la evolución de la cultura audiovisual y su papel en la sociedad contemporánea. También cabe señalar la existencia del grupo consolidado de investigación en Mediación Lingüística, que tiene entre sus focos de interés los nuevos usos del lenguaje en los medios digitales, aspecto de indudable interés en el desarrollo de nuevos productos audiovisuales en red. Así mismo, se pretende promover la colaboración con grupos de investigación del área de la informática



que se asocian a los contenidos del máster. Así, el grupo consolidado de investigación en la *Interacción persona-ordenador e integración de datos* desarrolla diversas líneas en relación a la arquitectura de la información, la interacción persona-ordenador, el diseño centrado en el usuario o los paradigmas de interacción, de sumo interés para un máster que se centra en la convergencia de la televisión e Internet y en las nuevas tendencias de producción y consumo de medios asociadas a la digitalización.

Por su parte, en la Universidad de Zaragoza existen diversos grupos de investigación con una estrecha relación con los contenidos que se tratan en el máster, tanto en el área de la ingeniería como del periodismo. Así, cabe destacar la investigación en tecnologías de televisión y radio digital, y en tecnologías 3D y multimedia avanzado. En la misma línea, se han llevado a cabo proyectos de investigación sobre redes y tecnologías de internet, realidad aumentada, o sonorización. En el ámbito del periodismo y la comunicación social, las líneas de investigación del profesorado de la Universidad de Zaragoza se sitúan también en el campo de interés del máster, con estudios acerca de la interactividad y la recepción en el nuevo escenario de medios digitales, o el desarrollo de nuevas formas periodísticas en internet. Así, el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital, aborda los tres ejes que protagonizan el proceso comunicativo (emisores, receptores y mensajes) en los entornos virtuales y digitales.

#### **Apartado 4: Anexo 1**

**Nombre :** Sistemas información previo alegaciones.pdf

**HASH SHA1 :** B83203A82ED65B4F9B46D50D3AFC1EC473518AE6

**Código CSV :** 135263931060395525293530

**Ver Fichero:** Sistemas información previo alegaciones.pdf



## **4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES**

### **4.1 Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes**

Para poder inscribirse a este Máster, los estudiantes tienen que estar en posesión de:

Una titulación oficial española en Periodismo, Publicidad y Relaciones públicas o Comunicación Audiovisual

Una titulación oficial española en otras materias, especialmente del área de las ciencias sociales.

Un título universitario oficial (ya sea una diplomatura o bien procedan de otros países europeos o extracomunitario con un título universitario de un mínimo de 180 ECTS) de formación equivalente a los nombrados anteriormente

Los estudiantes que provengan de grados distintos a los de Comunicación, Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, o afines, deberán cursar 30 créditos de complementos formativos, pudiendo optar por cursarlos en la Universidad de Lleida o en la Universidad de Zaragoza.

#### **Universitat de Lleida**

- Expresión audiovisual
- Teoría e historia del periodismo y los medios audiovisuales
- Narrativas audiovisuales
- Análisis y producción de la imagen I
- Fundamentos y análisis de la información periodística y el discurso audiovisual

#### **Universidad de Zaragoza**

- Bases culturales de la comunicación: historia del cine y otros medios audiovisuales
- ~~Estructura de la comunicación~~
- ~~Géneros informativos en radio~~
- ~~Géneros informativos en TV~~
- Producción de informativos en TV
- **Narrativa audiovisual**
- **Realización audiovisual**
- **Teoría de la información y la comunicación**

Este Máster es profesionalizante, por lo tanto va dirigido principalmente a personas motivadas en formarse para el desempeño profesional en el campo del audiovisual digital. Por lo tanto se fomentará que el máster constituya una plataforma que conecte a los estudiantes con el mundo profesional, desarrollando su carrera con proyectos propios de producción audiovisual y/o de creación de empresas en dicho campo. Sin embargo, aunque no sea un Máster de investigación, también proporcionará una formación sólida que permita a los estudiantes interesados en la investigación proseguir con el itinerario académico incorporándose a programas de doctorado.

Para informar a los alumnos de la Universitat de Lleida y de la Universidad de Zaragoza se realizarán sesiones de presentación del Máster a los estudiantes de cuarto curso del grado en Comunicación y Periodismo Audiovisual de la UdL, y de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. En estas sesiones se explicarán los objetivos del Máster, los contenidos en módulos y materias y el procedimiento que deberán seguir los alumnos que quieran



Universitat de Lleida

inscribirse. Además se proporcionará información sobre las becas disponibles para la realización de los estudios de Máster.

Así mismo, toda la información referente al Máster será accesible libremente en la página web de las universidades participantes, a la que se llega a partir del sitio en internet de los Másters Oficiales de cada universidad. Esta página web será actualizada periódicamente con información relevante sobre los períodos de preinscripción, de matriculación, horarios, convocatorias de becas, etc.

Los buscadores de Internet de cursos y titulaciones superiores, como emagister.com o Mastermas.com, dan acceso rápido a la información de los títulos de postgrado disponibles, incluidos los Másters de la UdL y la Universidad de Zaragoza, con enlaces a los sitios web de las universidades que los imparten.

Además, cabe destacar que la Universidad de Lleida cuenta con el Servicio de Información y Atención Universitaria (SIAU) <http://www.udl.cat/serveis/seu.html>, que tiene como tarea principal informar, asesorar y orientar a los estudiantes, la comunidad universitaria y a la ciudadanía en general de todos los temas que afectan a la Universidad. De este modo, el SIAU organiza anualmente una campaña de difusión de todas las titulaciones que se imparten en la Universidad de Lleida.

En relación con estos aspectos, la Universidad de Zaragoza ha elaborado dos documentos, que se citan a continuación:

- C4-DOC1: Sistemas de información previa a la matriculación
- C4-DOC2: Procedimientos de acogida y orientación de estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad.

Pueden encontrarse en la página web de la Unidad de Calidad y Racionalización de la Universidad de Zaragoza:

<http://www.unizar.es/innovacion/calidad/procedimientos.html>

La Universidad de Zaragoza cuenta con un Servicio de Información de Información Universitaria y Reclamaciones (CIUR, [www.unizar.es/ciur](http://www.unizar.es/ciur)) que ofrece información de carácter general sobre la Universidad de Zaragoza: acceso, oferta de estudios, planes de estudio, tercer ciclo, títulos propios, matrícula, becas, convalidaciones, cursos de verano, información administrativa, etc., así como la tramitación de las reclamaciones presentadas ante aquellas situaciones que, no hallándose sujetas al procedimiento reglado, el usuario considera que se produce un desajuste en el funcionamiento que puede afectar a la calidad del servicio.

Más específicamente, desde los estudios de Comunicación y Periodismo Audiovisual de la Universidad de Lleida se organiza anualmente la Setmana de la Comunicació, que a través de talleres, charlas y debates entorno aborda temas de actualidad del campo de la comunicación. La Semana de la Comunicación se ofrece como una actividad dirigida a todo el campus, aunque con mayor atención a los estudiantes de la Facultad de letras, en la que se integran los estudios de comunicación, y se aprovechará como una oportunidad para la difusión del máster.

Por su parte, la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza desarrolla diversas actividades para difundir la información sobre las titulaciones que ofrece entre los potenciales alumnos. Asimismo, se programan diferentes acciones destinadas a facilitar la incorporación de los nuevos estudiantes a la vida universitaria en general y a mostrar las características propias del centro y de la titulación concreta en la que se ha

Asimismo la página web del centro <http://www.eina.unizar.es/> constituye un medio eficaz de para hacer públicas tanto la información académica como las actividades extraacadémicas organizadas. Además, se organizan distintas actividades encaminadas a la difusión de la oferta formativa y de las actividades del centro, en particular entre los estudiantes de secundaria. Puede destacarse la participación u organización de los siguientes eventos:

- Organización de la Semana de la Ingeniería y la Arquitectura, para mostrar las actividades académicas y de investigación y las instalaciones del centro a estudiantes de Bachillerato.
- EmpZar, Feria de Empleo de la Universidad de Zaragoza. Se trata de una acción institucional de la UZ dirigida a facilitar el primer empleo a sus egresados y mostrar sus actividades académicas y de investigación, como modo de motivación a los nuevos estudiantes.
- Participación en el Salón de Educación, Formación y Empleo, en la Feria de Zaragoza.

## **Apartado 5: Anexo 1**

**Nombre :** Planificación de las enseñanzas alegaciones.pdf

**HASH SHA1 :** EB55038F8678B1FEEBA9BE8C0E792679468EEA21

**Código CSV :** 135262782802924314061613

**Ver Fichero:** Planificación de las enseñanzas alegaciones.pdf



## **5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS**

### **5.1 Descripción general del plan de estudios**

El plan de estudios del máster *Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital* responde a unos objetivos de formación especializada orientada al desarrollo de proyectos de producción y de proyectos empresariales en el nuevo escenario audiovisual de convergencia entre medios tradicionales, especialmente la televisión, con internet y otras plataformas digitales de distribución y consumo audiovisual.

Con ese objetivo, el plan de estudios combina tres áreas de conocimiento –empresa, comunicación, tecnologías-, con un enfoque práctico, que parte de los contenidos teóricos para aplicarlos al análisis de la realidad del sector y al desarrollo de proyectos empresariales y de producción con vocación de innovación y adaptación a un escenario cambiante.

La organización de las asignaturas distingue un primer módulo de análisis de la industria y el mercado; un segundo módulo que se centra en las habilidades emprendedoras y la planificación empresarial; y un tercer y cuarto módulos que desarrollan con mayor profundidad los aspectos relacionados con la gestión de producción, distinguiendo entre aspectos tecnológicos y requerimientos profesionales.

Así pues, la estructura del plan de estudios responde a un planteamiento de la gestión empresarial y la gestión de proyectos que considera fundamental el conocimiento del mercado (gestión orientada a la demanda), pero también el conocimiento de la propia actividad, las necesidades y rutinas profesionales involucradas, los condicionantes tecnológicos y las nuevas posibilidades de organización y producción surgidas de los avances en TICs (gestión orientada a la producción).

El máster incluye dos líneas de especialización, a partir de una oferta de créditos optativos entre los que el estudiante puede orientarse hacia la producción de contenidos no informativos (especialidad 1-E1) o contenidos de carácter informativo o periodístico (especialidad 2-E2).

La estructura del plan de estudios otorga también un peso muy importante al trabajo de fin de máster (TFM) y las prácticas externas. El TFM consiste en la elaboración tutorizada de un proyecto empresarial o de producción audiovisual que constituye una pieza clave del plan formativo de los estudiantes. La elaboración del TFM se plantea como una actividad formativa en la que el estudiante desarrolla y aplica los conocimientos adquiridos, para obtener como resultado un proyecto empresarial o de producción innovador que le facilite la inserción en el mundo profesional o empresarial.

De acuerdo con el objetivo profesionalizante de la propuesta de máster, se otorga también un peso importante a las prácticas en empresas, que ofrezcan una oportunidad de aprendizaje en entornos de trabajo y faciliten también la posterior inserción de los estudiantes en el mundo laboral y el desarrollo de sus proyectos empresariales o de producción.

Los contenidos se organizan, pues, en seis módulos, impartidos en modalidad semipresencial:

1. *Escenario mediático global: hacia la convergencia digital*

Módulo de 15 créditos (12 obligatorios+ 3 optativos) de análisis del escenario



audiovisual surgido de los procesos de convergencia digital y globalización económica, y sometido actualmente a las presiones de la crisis económica general y de la crisis en la industria de los medios de comunicación.

Consta de dos materias que combinan conceptos teóricos y metodológicos para el análisis industrial y de mercado, con su aplicación al análisis de la situación y evolución de la industria audiovisual y digital. En la primera materia (*El mapa de la comunicación audiovisual y digital en España y en Europa*) se aborda el estudio de los principales agentes en la industria de la información y la comunicación. La segunda (*Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis*) se centra en las nuevas oportunidades y riesgos para la creación audiovisual e informativa, las tendencias en la evolución de los modelos de negocio, y los cambios por el lado de la demanda, teniendo en cuenta a anunciantes y audiencias.

Se incluyen dos asignaturas optativas, vinculadas a las menciones, que se especializan en el análisis del mercado informativo o periodístico y del mercado de creación audiovisual, respectivamente.

Materias y asignaturas:

- *El mapa de la comunicación audiovisual y digital en España y en Europa*
  - *Agentes del mercado global y nacional*
  - *Agentes de los mercados de regionales y locales; de nicho e intra industriales*
- *Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis*
  - *Nuevas estrategias publicitarias*
  - *Prosumers: las audiencias activas*
  - *Proyectos audiovisuales y digitales no informativos (OP: E1)*
  - *Proyectos audiovisuales y digitales informativos (OP: E2)*

## 2. *Capacidades emprendedoras* (primer y segundo semestre)

Módulo de 15 créditos, de carácter obligatorio, de formación en los conocimientos y competencias para el desarrollo de planes empresariales y de planes de producción en el campo de los contenidos y servicios audiovisuales digitales.

Incluye cinco asignaturas. La materia *La empresa y el empresario*, de seis créditos, se dedica a cuestiones relacionadas con la planificación estratégica empresarial y las habilidades de comunicación en entornos de negocio. La segunda materia, *Marketing, financiación y marco legal*, ocupa nueve créditos en los se desarrollan estos tres aspectos teniendo en cuenta la teoría y legislación empresarial general así como las particularidades de las empresas informativas y comunicativas.

Materias y asignaturas:

- *La empresa y el empresario*
  - *El emprendedor y el plan de empresa. Habilidades de comunicación y presentación de nuevos proyectos audiovisuales*
  - *Redes y tecnologías de la información para la estrategia empresarial*
- *Marketing, financiación y marco legal*
  - *Marketing de productos y servicios audiovisuales digitales*
  - *La financiación de la empresa y las actividades audiovisuales digitales*
  - *El marco legal de la empresa y las actividades audiovisuales digitales*

## 3. *Profesionales de la comunicación digital* (segundo semestre)

Módulo de 15 créditos (6 obligatorios y 9 optativos) sobre una oferta de 24 créditos de formación especializada en el ejercicio de las distintas profesiones de creación y producción de contenidos para televisión, radio, cine y nuevos formatos híbridos surgidos de la fusión entre los distintos medios audiovisuales e Internet y demás



plataformas digitales. Se pone especial énfasis en los nuevos requerimientos profesionales surgidos de los procesos de convergencia o fusión entre medios en el nuevo escenario audiovisual digital.

Impartidas por profesionales en activo de cada campo, las asignaturas de este módulo profundizan en los conocimientos y competencias básicas propios de los estudios de grado en comunicación audiovisual y periodismo, desde la perspectiva de la planificación y dirección de la producción. Para el desarrollo de estas asignaturas se cuenta con las instalaciones técnicas y el soporte formativo del centro de producción audiovisual *Magical*. Materias y asignaturas:

- *Nuevos perfiles profesionales en el entorno digital*
  - *Creación y producción de contenidos audiovisuales para pantallas convergentes. La fusión de televisión e internet*
  - *Profesionales para la interacción digital: redes sociales, posicionamiento*
  - *El cine: digitalización de la producción, multiplicación de pantallas (OP: E1)*
  - *Profesionales del periodismo web-native (OP: E2)*
- *Profesionales del audiovisual*
  - *Dirección y guión para televisión: programas no informativos (OP: E1)*
  - *Dirección y guión para televisión: programas informativos (OP: E2)*
  - *Producción y realización televisiva*
  - *Dirección y producción radiofónica*

#### 4. Tecnologías de la información y las comunicaciones

Módulo de 15 créditos (9 obligatorios, 6 optativos) sobre una oferta de 24 créditos de formación especializada en tecnologías de la información y la comunicación.

Para el desarrollo de estas asignaturas se cuenta con las instalaciones técnicas y el soporte formativo del Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales, en el Parque Tecnológico de Walqa, Huesca, y el ~~Centro de Arte y Tecnología Milla Digital, en Zaragoza~~

Materias y asignaturas:

- *Redes y lenguajes*
  - *Redes y tecnologías de la información para la comunicación*
  - *El papel de las redes sociales en la convergencia digital*
  - *Lenguajes informáticos y gestores de contenidos*
- *Tecnologías de producción y emisión*
  - *Tecnologías y sistemas de audio (OP)*
  - *Tecnologías y sistemas de video (OP)*
  - *Tecnologías de televisión digital y radio digital (OP: E1)*
  - *Tecnologías para la búsqueda y tratamiento de información digital (OP: E2)*

#### 5. Trabajo fin de máster (tercer semestre)

Módulo de 15 créditos obligatorios en el que los estudiantes desarrollan un proyecto de producción audiovisual o un proyecto de empresa en el campo del audiovisual y los contenidos digitales. Supone la ampliación y la aplicación de los conocimientos adquiridos al desarrollo de proyectos innovadores en el campo. El trabajo de este módulo será dirigido o tutelado por un profesor del Máster y se buscará la colaboración de empresas externas que puedan acoger proyectos o colaborar de alguna manera en su desarrollo, de acuerdo con la finalidad de implementación real de los proyectos que se plantea el máster.



#### 6. Prácticas externas (tercer semestre)

Módulo de 15 créditos obligatorios en el que los estudiantes se incorporan en prácticas en empresas.

El máster se ofrece en modalidad semipresencial, en la que se combinan las clases, seminarios y talleres presenciales, con la utilización de herramientas de docencia virtual.

El método de trabajo se articula a través de:

- Seminarios (presenciales y virtuales) de análisis de caso, que aseguran la vinculación de la enseñanza con la realidad del sector productivo. El perfil del profesorado, con un peso importante de profesionales del sector, asegura la disponibilidad de material formativo actualizado para la docencia virtual basada en el análisis de casos reales.
- Seminarios (presenciales y virtuales) de carácter práctico, que se desarrollan en las instalaciones del centro de producción audiovisual MAGICAL, en Lleida, y el Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales de Huesca ~~y el Centro de Arte y Tecnología Milla Digital, en Zaragoza~~, que cuentan con tecnología de producción audiovisual digital avanzada. Las sesiones presenciales en estos espacios permiten trabajar las competencias con mayor contenido práctico, complementadas con sesiones virtuales en las que los estudiantes dispondrán de material formativo específico.
- Sesiones virtuales de debate, trabajo colaborativo y actividades de co-evaluación.
- Sesiones magistrales y conferencias a cargo de reconocidos profesionales del sector
- Tutorías, presenciales y virtuales, para orientar el trabajo de los estudiantes y facilitarles recursos de aprendizaje.
- Desarrollo de proyectos de producción y proyectos de empresa, a través de un proceso tutorizado.

En las actividades de docencia y evaluación virtual, la identidad del usuario se comprueba mediante el uso de nombre de usuario y contraseña, que se validan contra un servidor de directorio LDAP institucional. En el momento de la solicitud de ambos parámetros, la conexión se encuentra protegida por SSL.

### 5.2 Procedimientos de coordinación docente y supervisión

La coordinación y supervisión de los procesos de aprendizaje se organiza en distintos niveles que aseguren la necesaria autonomía del profesorado y respeten las particularidades de cada materia, al tiempo que garanticen unos itinerarios formativos coherentes, en los que las distintas asignaturas se complementen para un objetivo de formación compartido y cooperativo.

Para ello, se establece una estructura formada por la coordinación de la titulación, que asume el diseño general del máster y la coordinación de su implementación, y en la que colabora también el coordinador de la Universidad de Zaragoza; la coordinación de las asignaturas, que asume el diseño de las distintas materias; y la comisión de estudios, donde se coordinan y comparten trabajos de gestión académica del máster con tareas de evaluación conjunta del desarrollo del máster y de la formación de los estudiantes.

El **coordinador** del máster, docente de la universidad coordinadora, la UdL, tiene las siguientes funciones:

- a) Coordina las actividades del máster universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital: diseño del plan de estudios, profesorado,



planificación anual de la docencia, control de calidad, difusión

b) Es responsable de la gestión diaria del máster y de las relaciones institucionales, especialmente en colaboración con la dirección del centro, Escuela o Facultad, al que se adscribe el máster, así como con el vicerrectorado competente.

c) Vela por el buen funcionamiento de la comisión paritaria de coordinación y la preside.

d) Convoca las reuniones de seguimiento.

#### **Coordinador de la Universidad de Zaragoza:**

Colabora en las distintas tareas de coordinación del máster, encargándose específicamente de la planificación, coordinación y supervisión de las materias y actividades desarrolladas en su universidad.

a) Coordina al profesorado implicado de su universidad.

b) Gestiona las actividades docentes asignadas a su universidad y ejecuta los acuerdos tomados en el seno de la comisión paritaria de coordinación.

c) Elabora la propuesta de oferta de asignaturas para cada curso académico

d) Participa en la mejora de la calidad del máster a través de las propuestas que presente la comisión paritaria de coordinación.

e) Informa a los órganos de gobierno de su universidad de las decisiones tomadas en la comisión paritaria de coordinación, especialmente las referidas a la programación académica.

Cada asignatura del máster tendrá un **coordinador de asignatura**, que en el caso de materias con mucho profesorado implicado podrá recibir soporte directo de otro profesor de la materia.

Este coordinador será el encargado de:

a) Diseñar el Plan de estudios de la asignatura: contenidos, bibliografía y otros recursos, actividades formativas y de evaluación.

b) Hacer la repartición de las horas de docencia con los profesores participantes en la asignatura.

c) Programar las sesiones de evaluación, recopilar las notas de los distintos profesores, introducir las notas finales en las actas y firmarlas.

d) Gestionar la información de la materia disponible a través del Campo Virtual y garantizar la disponibilidad de los recursos para los alumnos.

e) Hacer de interlocutor entre el profesorado y los estudiantes de la materia y el coordinador de la titulación.

La **Comisión de Estudios del Máster** estará compuesta por:

- El director del máster
- El coordinador del máster
- El coordinador de la Universidad de Zaragoza

Las funciones de la Comisión de Estudios son:

a) Asume el establecimiento de criterios de valoración de méritos y requisitos específicos de admisión y selección de estudiantes y el proceso de selección, o acuerda la creación de una subcomisión de acceso que asuma estas funciones.

b) Es depositaria de las candidaturas para la admisión y la selección de estudiantes y responsable de los sistemas de reclamación.

c) En el proceso de admisión, analiza las propuestas de los coordinadores de



- cada universidad y decide el conjunto de alumnado admitido.
- d) Resuelve las solicitudes de reconocimiento de créditos.
  - e) Desarrolla un protocolo y un plan para distribuir y publicitar el máster.
  - f) Informa sobre las condiciones del convenio de colaboración.
  - g) Es responsable del funcionamiento general del programa, de estimular y coordinar la movilidad y de analizar los resultados que garantizan la calidad del máster.
  - h) Propone el calendario docente y el plan de usos e infraestructuras y servicios compartidos que potencie el rendimiento del estudiante, de aularios y de espacios docentes.
  - i) A través del análisis de los puntos débiles y de las potencialidades del máster, plantea propuestas de mejora, y colabora en el seguimiento de la implantación.
  - j) Establece la periodicidad de sus reuniones y el sistema de toma de decisiones para llegar a los acuerdos correspondientes, y crea las subcomisiones o comisiones específicas que considere oportunas.
  - k) Vela por el correcto desarrollo de las obligaciones, los deberes y los compromisos derivados del contenido del convenio, y resuelve las dudas que puedan plantearse en la interpretación y la ejecución de los acuerdos.
  - m) Decide sobre los aspectos docentes que no estén regulados por las disposiciones legales o por las normativas de las universidades.
  - n) Promueve todas las actividades conjuntas que potencien el carácter interuniversitario del máster.

Periódicamente se realizarán reuniones de la Comisión de Estudios del Máster con los coordinadores de las asignaturas para recoger las impresiones del profesorado y detectar posibles problemas surgidos en el proceso enseñanza-aprendizaje y así poder proponer soluciones. Así mismo, estas reuniones han de facilitar el seguimiento conjunto y coordinado del trabajo de los estudiantes. También se realizarán reuniones con los estudiantes del máster en un proceso de evaluación de la marcha del máster y de su formación.

En cuanto al trabajo final del máster, se asignará un tutor para cada estudiante. Para la asignación de tutores, se tendrá en cuenta la adecuación del perfil del tutor al tipo de trabajo que patee el estudiante. La tutorización del trabajo se realizará principalmente a través de herramientas virtuales (correo electrónico, chat, espacios de trabajo colaborativo), complementadas con al menos sesión de tutoría presencial. También se realizarán otras actividades presenciales, como son una sesión de orientación y presentación del método de trabajo, y sesiones de presentación de los proyectos finales. En las prácticas externas en empresas se asignará también un tutor docente dentro de la empresa, que realizará la planificación, seguimiento y evaluación del trabajo de los estudiantes. Los coordinadores de cada universidad participante en el máster se encargará de la coordinación y seguimiento de las prácticas externas que se realicen en su área geográfica.

**Organización de las prácticas en empresas.**

Las universidades de Lleida y Zaragoza cuentan ya con numerosos convenios de prácticas con empresas de comunicación y periodismo, que se ampliarán para incluir las prácticas del máster, con un perfil diferenciado de las de grado. Además, se está trabajando en nuevos convenios con empresas del campo de los contenidos y servicios digitales. La firma de estos nuevos convenios, así como la ampliación de los existentes, se planifica para el periodo abierto desde la aprobación del máster y durante el primer curso de implantación. En la tabla de nuevos convenios, se incluyen aquellas empresas con las que ya se han iniciado las conversaciones, pero no constituye una lista cerrada. La colaboración con alguna de estas empresas se enmarca en la colaboración que el máster establece con los centros tecnológicos y empresariales de Lleida (Parc Científic i Tecnològic de Lleida) y Huesca (Walqa).

<b>Empresas con la que ya existe convenio</b>	
Agencia Aragonesa de Comunicación y Nuevas Tecnologías, S.L.	Heraldo de Aragon Editora Digital, S.L.U.
Agencia Aragonesa de Noticias, S.L.	IMAC - Centre d'Art la Panera
Agència Catalana de Notícies - ACN (Intracatalònia S.A.)	Imatge i Lleida S.L. Evill
Agencia Efe, S.A.	Impacto Cultural En Aragón, S.L.
Alessa	Iogenia Digital, S.L.
Aragón Deportivo, S.L.	Ixeia 2000, S.L.
Aragón Digital	Kubo Comunicación S.L.L.
Aragón Exterior, S.A.U.	La Manyana TV
Aragón Radio	La Vanguardia
Asociación Cultural Nu2	LA Voz de Galicia
Asociación de Directivos de Comunicación	Onda Cero Radio
Audio Multimedia SL	Onda Rambla SA
Bausan Films	Paral·lel 40
Casanova Medios y Consultores SII	Producciones Breno S.L. (Grupo Marva)
Catalunya Radio	Produccions Audiovisuals Antàrtida, S.L.
Catalunya Radio SRG	Productora Ferran Blanch
Centre de Titelles de Lleida	Ràdio CAT XXI
Chip Audiovisual S.A	Ràdio Happy FM, (Madrid)
Ciaman	Ràdio Lleida - Cadena SER
Company Costa, Miquel - "El Cansancio"	Radio Popular - Cadena COPE
Comunicación y Medios de Aragón S.L.	Ràdio UA1
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión	Replay Serveis Audiovisuals
Corporación Radiofónica Onda Cero	Retina Multimedia
Corporación Rtve, S.A.	RTVE
Ediciones y Publicaciones del Pirineo Aragonés	Sapiens SCCL
Ejeatelevision, S.L	Segarra Films SL



Factoria Plural, S.L.	Segarra i Terés Internacional S.L.
Fira del tatre de Tàrrrega	Serveis de Comunicació Lleida SL
For Comunicació, S.L.	Telepúblic Lleida SL
Fundación Efe	Televisió de Catalunya, S.A.
Grup Segre - Lleida Televisió	Tortosa TV
Hachette Filipacchi S.L	WAAAU.TV
	WaitaTV, S.C.P. /AraPonent.cat

<b>Nuevos convenios de prácticas propuestos</b>	
A&J Calero. Información en Internet y las redes sociales. Madrid	Instituto Tecnológico de Aragón
AXON Comunicació visual i web	Lua Multimedia. Productora audiovisual. Madrid.
Barrabés	Luvània S.L.
D&TGlobal diseño & Tecnología	Plunge Interactive
Filmin	Ponent 2020
Global Lleida	Replay Serveis Audiovisuals
Idubeda Games	Webdreams
Imagina. Ingeniería del software	Webpsilon
Goteo	Websca
AR Imagen de Empresa	DI&CO
Barbacil Comunicació	Sintregua Comunicació

## **MODELO DE CONVENIO DE COOPERACIÓN EDUCATIVA ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LLEIDA Y \_\_\_\_\_**

En Lleida, a \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_

### **REUNIDOS**

De una parte, Dña. \_\_\_\_\_, Vicerrectora ----- de la Universidad de Lleida, quien actúa en nombre y representación de la misma en virtud de delegación conferida por Resolución \_\_\_\_\_, con domicilio social en Plaça Víctor Siurana 1, 25003 Lleida.

De otra parte, D./D.<sup>a</sup> \_\_\_\_\_, que actúa en nombre y representación de \_\_\_\_\_, con domicilio social en \_\_\_\_\_ y D.N.I. / C.I.F. n.º \_\_\_\_\_.

Las partes, en el concepto en que intervienen, aseguran la vigencia de las representaciones con las que actúan y se reconocen recíprocamente la capacidad legal suficiente y necesaria para suscribir el presente Convenio de Cooperación Educativa y, de conformidad,

### **MANIFIESTAN**

**Primero.** Que coinciden en la necesidad de instrumentar medidas que incidan en la capacitación profesional de los universitarios para un mejor aprendizaje y una mejor



inserción profesional; asimismo consideran que la coordinación y colaboración permitirán un mejor aprovechamiento de los recursos que ambas instituciones deben gestionar, así como un profundización en sus objetivos y resultados en el respeto mutuo de sus respectivas competencias.

**Segundo.** Que por ello estiman conveniente signar este Convenio, para la realización de prácticas académicas externas de estudiantes pertenecientes *Máster en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital* en la entidad \_\_\_\_\_, acomodándose al horario normal de trabajo, o a cualquier otro que de mutuo acuerdo pudiera estipularse.

Por todo cuanto antecede, ambas partes

## ACUERDAN

**Primero.** \_\_\_\_\_ (entidad, empresa o institución) está en disposición de acoger a estudiantes del os *centros Máster en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital* para la realización de prácticas académicas externas. Las condiciones de cada plaza de prácticas se recogerán en anexos al presente convenio de cooperación educativa, con el visto bueno del centro que imparte los estudios a cuyos estudiantes se destina. En dicho anexo figurará, la relación de estudiantes, la duración y el lugar donde se realizan las prácticas, así como el proyecto formativo objeto de la práctica a realizar por el estudiante, de acuerdo con las directrices generales que adjuntan a este convenio.

**Segundo.** El o la estudiante en prácticas no tendrá en ningún caso vinculación laboral con \_\_\_\_\_ (entidad, empresa o institución), no siéndole de aplicación la legislación al respecto. Podrá percibir, si la entidad así lo decide, una contraprestación en concepto de bolsa o ayuda al estudio. Se comprometerá a guardar el secreto profesional en lo referido a los trabajos objeto de las prácticas, no pudiendo, en ningún caso, firmar informes, dictámenes o similares.

**Tercero.** La coordinación del máster designará un tutor o una tutora para cada estudiante que realice prácticas. \_\_\_\_\_ (entidad, empresa o institución), por su parte, designará también un tutor responsable con experiencia profesional y con los conocimientos necesarios para realizar una tutela efectiva. La Universidad de Lleida otorgará a esa persona designada por la entidad certificación en la que se reconozca la tarea realizada.

**Cuarto.** Cualquier eventualidad de accidente o de responsabilidad civil que pudiera producirse en el tiempo de prácticas será cubierta, según el caso, por el Seguro Escolar o por un seguro personal, contratado con una empresa privada de seguros, para el periodo de prácticas. Este extremo deberá ser acreditado por el o la estudiante ante el o la responsable de la entidad.

**Quinto.-** Las prácticas a realizar por cada estudiante tendrán la duración establecida de 200 horas de acuerdo con el correspondiente plan de estudios.

**Sexto.** En todo caso las prácticas mencionadas se realizarán conforme al Real Decreto por el que se regulen las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

**Séptimo.** El tratamiento de los datos de carácter personal del o de la estudiante se realizará en todo caso de conformidad con la Ley Orgánica 15/1999, de protección de datos de carácter personal.



**Octavo.** Las partes podrán modificar el presente convenio de mutuo acuerdo en cualquier momento. Tal modificación deberá realizarse por escrito y recogida en anexo al presente convenio.

**Noveno.** Los eventuales conflictos que pudieran surgir durante el desarrollo de este convenio serán resueltos de manera amistosa por las partes. En caso de no alcanzarse un acuerdo ambas partes acuerdan someterse a los jueces y tribunales de Lleida del orden jurisdiccional civil, renunciando las partes a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles.

**Décimo.** El presente convenio será de aplicación una vez firmado por ambas partes y tendrá una vigencia anual prorrogable por igual período, salvo denuncia de las partes con tres meses de antelación a la finalización del mismo.

Y en prueba de conformidad, firman por triplicado ejemplar el presente Convenio de Cooperación Educativa, en el lugar y fecha arriba indicados.

EL/LA RESPONSABLE DE  
UNIVERSIDAD,  
(Cargo y nombre de la empresa)

LA EL/LA RESPONSABLE DE LA OTRA  
PARTE  
(Cargo y nombre de la empresa)

Fdo.: \_\_\_\_\_

Fdo.: \_\_\_\_\_

### PLAN FORMATIVO

El Practicum es una actividad formativa que se lleva a cabo cuando el estudiante ha adquirido formación suficiente para sacar el máximo provecho de su estancia en la empresa.

Corresponde, académicamente hablando, a una asignatura de 15 créditos ECTS de carácter obligatorio.

Las empresas (o instituciones) que deseen colaborar en este proceso formativo firman un convenio marco de cooperación educativa, en el que se pone de manifiesto la voluntad y el compromiso mutuo de facilitar la realización de las prácticas.

Las empresas designan un tutor de empresa que será quien guiará al estudiante en este proceso y garantizará que las prácticas estén orientadas a completar la formación y los conocimientos adquiridos en la Universidad.

Además, el coordinador de prácticas designa también un tutor académico, que a la vez será profesor del máster, responsable de que la comunicación entre todos los agentes sea lleve a cabo con fluidez.

### ESTRUCTURA

Esta asignatura tiene un formato presencial tutelado, de cumplimiento en la empresa designada, siguiendo el horario establecido previamente durante la formalización del convenio marco.

Se lleva a cabo a lo largo del primer cuatrimestre



El aprendizaje se basará en la aplicación de los contenidos teóricos aprendidos durante la realización del máster en el contexto del plan de trabajo, también establecido en el convenio marco con la empresa.

El periodo de prácticas se realizará bajo la supervisión del tutor de empresa designado por la propia empresa y el tutor académico designado en el centro por parte del coordinador de prácticas del máster (el propio coordinador puede ejercer también de tutor académico).

Este periodo culmina con la elaboración de un cuaderno de prácticas.

## PROGRAMA

Realización de prácticas en empresas o instituciones públicas o privadas en relación a aspectos productivos, comerciales y legales relacionados con las actividades de producción y distribución de productos o servicios audiovisuales y digitales.

La temporización de las tareas a desarrollar por parte del alumno será dictaminada por la empresa destino. No obstante, la consistencia de dicha labor a lo largo del periodo debe corresponderse con el Plan de Trabajo redactado y acordado entre empresa y coordinador de prácticas del máster en el momento de la formalización del convenio de prácticas.

Esta propuesta será diferente en función de la empresa y del departamento solicitante, y no necesariamente coincidente cada año. Es labor de la coordinación, durante el periodo de entrevistas con las empresas, adaptar cada necesidad y los intereses por parte de ambas partes.

## EVALUACIÓN

La evaluación del Practicum se realiza una vez finalizado el periodo de prácticas. Incluye:

1. La nota fijada por el propio alumno y sus pares de acuerdo a las respuestas a un cuestionario preestablecido, con preguntas sobre diversos aspectos presentados en la realización del Practicum y de las relaciones con los diversos actores relacionados. (Informe de auto i co-evaluación)

2. La nota fijada por la empresa (tutor de empresa) de acuerdo a las respuestas a un cuestionario preestablecido, como mecanismo para expresar su punto de vista y valoración general en relación a la estancia del alumno durante el Practicum.

3. La nota obtenida en la memoria de prácticas que entrega el alumno al final del periodo. Este documento debe incluir el visto bueno de cada una de las hojas semanales por parte del tutor de empresa. Para la elaboración de esta memoria se dispone de una guía orientativa. Este documento, a parte de la información personal y los datos personales, consta de las tres secciones siguientes:

- Visión global de la actividad y aspectos generales (estudio del sector de actividad de la empresa);
- Producción (un estudio de la organización del trabajo y los recursos técnicos en la empresa);
- Ventas (un estudio de la estrategia comercial de la empresa y sus resultados);
- Financiación (un estudio de los mecanismos financieros de la empresa), y
- Conclusiones.



### TEMPORALIZACION

Semanalmente se elabora un informe que recoge el conjunto de tareas desempeñadas a lo largo de la semana, en el que el alumno aporta una valoración cuantitativa y cualitativa de las mismas.

Este informe debe ser supervisado y firmado por el tutor de la empresa, antes de ser enviado por correo electrónico al tutor académico, al finalizar cada una de las semanas que componen el periodo de prácticas.

A partir de estos informes, el estudiante elaborará un informe para la puesta en común a través de los espacios virtuales, a fin de abrir un proceso de co-evaluación entre pares con el resto de estudiantes del máster. Este debate y co-evaluación podrá organizarse en grupos de afinidad de acuerdo con las especialidades del máster y el tipo de prácticas realizadas.

Todos estos informes se integran finalmente en la denominada memoria de prácticas.

Tanto la memoria de prácticas como el resto de documentos especificados en la sección anterior, destinados a recoger valoraciones por parte de los alumnos y de la empresa, se entregan al final del cuatrimestre para su evaluación.

## **Apartado 6: Anexo 1**

**Nombre :** Personal académico alegaciones.pdf

**HASH SHA1 :** F6CD3E6D543A77EBBF0A1181209977029265D8EF

**Código CSV :** 135262837659583165789627

**Ver Fichero:** Personal académico alegaciones.pdf



## **6. PERSONAL ACADÉMICO**

### **6.1 Mecanismos**

Las contrataciones y oferta de plazas necesarias para el máster se efectúan siempre de acuerdo con la normativa y la legislación vigente, tanto estatal como autonómica, como de la UdL; este conjunto de prescripciones vela por los derechos de todas las partes implicadas, incluyendo los candidatos y candidatas a la contratación, atendiendo a los criterios de igualdad y no discriminación entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad.



<b>Categoría(*)</b>	<b>% sobre el TOTAL de profesorado</b>	<b>Título académico del docente</b>	<b>Doctor</b>	<b>% sobre el TOTAL de doctores</b>	<b>Acreditación</b>	<b>Experiencia en docencia, en investigación o profesional</b>	<b>Dedicación (TC/TP)</b>	<b>Horas %</b>	<b>Área de conocimiento</b>
Titular Universidad	3,4	Filología catalana	Si	5	Sí	15 años de experiencia docente. 15 años de experiencia profesional	TC	2,6	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Titular Universidad	3,4	Filología catalana	Si	5	Sí	9 años de experiencia docente	TC	2,6	Filología Catalana
Titular Universidad	3,4	Ingeniero agrónomo, Diplomado en Ciencias empresariales, MBA por Esade	Si	5	Sí	16 años de experiencia docente	TC	3,8	Organización de empresas
Titular Universidad	3,4	Economía	Si	5	Sí	19 años de experiencia docente	TC	3,8	Economía financiera y contabilidad
Titular Universidad	3,4	Ciencias físicas	Si	5	Sí	17 años de experiencia docente	TC	9,0	Tecnología Electrónica
Titular Universidad	3,4	Ingeniería de Telecomunicaciones	Si	5	Sí	10 años de experiencia docente	TC	7,7	Teoría de la Señal y Comunicaciones
Titular Universidad	3,4	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Sí	17 años de experiencia docente	TC	3,8	Periodismo
Titular Universidad	3,4	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Sí	15 años de experiencia docente	TC	2,6	Periodismo
<b>Total</b>	<b>27,6</b>			<b>38</b>				<b>35,9</b>	

csv: 135262837659583165789627



titulares Univ.									
Ayudante doctor	3,4	Ciencias de la Información; Máster en Información Económica	Si	5	Contratado doctor, ayudante doctor	18 años de experiencia docente y de investigación	TC	3,8	Periodismo
Ayudante doctor	3,4	Ciencias de la Información	Si	5	Ayudante doctor	9 años de experiencia de investigación y docente	TC	3,8	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Contratado doctor	3,4	Economía	Sí	5	Contratado doctor	19 años de experiencia docente, 20 años de experiencia profesional	TC	3,8	Administración de Empresas
Ayudante doctor	3,4	Ciencias de la Información	Sí	5	Ayudante doctor	4 años de experiencia docente	TC	2,6	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Ayudante doctor	3,4	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Titular	17 años de experiencia docente (13 años de docencia no presencial)	TC	3,8	Periodismo
Ayudante doctor	3,4	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Titular	10 años de experiencia docente	TC	3,8	Periodismo
Ayudante doctor	3,4	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Contratado doctor	10 años de experiencia docente	TC	2,6	Periodismo
Profesor Agregado	3,4	Licenciada en Física; Doctora en Informática y comunicación digital	Si	5	Profesora agregada	12 años de experiencia docente; 2 años de	TC	7,7	Lenguajes de programación

csv: 135262837659583165789627



						experiencia profesional			
<b>Total Doctores contratados</b>	<b>27,6</b>			<b>38</b>				<b>32,1</b>	
Asociado	3,4	Comunicación Social	Si	5	Sí	15 años de experiencia docente; 7 años de experiencia profesional	TP	1,3	Comunicación Audiovisual
Asociado	3,3	Ciencias de la Información	No		No	12 años de experiencia profesional, 15 años de experiencia docente	TP	2,6	Publicidad
<b>Total asociados</b>	<b>6,9</b>							<b>3,8</b>	
Visitante	3,4	Ciencias de la Información; Sociología; Ingeniero Electrónico Industrial	Si	5		5 años de experiencia docente; 30 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	3,4	Ciencias de la Información	Si	5	Sí	12 años de experiencia docente y de investigación; 24 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo

csv: 135262837659583165789627



Visitante	3,4	Ciencias de la Información	Si	5	Sí	12 años de experiencia docente y de investigación; 36 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	3,4	Ingeniero superior en Telecomunicaciones	Si	5		30 años de experiencia profesional; 2 años de experiencia docente		2,6	
Visitante	3,4	Ciencias Químicas; Diplomado en Realización	No		No	45 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	3,4	Ciencias de la información; Máster en Desarrollo de Directivos	No		No	2 años de experiencia docente; 32 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	3,4	Ciencias de la Información; Farmacia	No		No	42 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	3,4	Periodismo; Máster Advanced Management Program	No		No	34 años de experiencia profesional	TP	2,6	Periodismo
Visitante	3,4	Derecho; Periodismo; Máster en Instituciones Europeas y en Ciencias Políticas	No		No	43 años de experiencia profesional	TP	2,6	Periodismo
Visitante	3,4	Periodismo	No		No	35 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo

csv: 135262837659583165789627



Visitante	3,4	Ciencias de la Información, Ciencias Políticas	No		No	28 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo
Visitante	3,4	Ciencias de la Información, Máster Dirección de empresas	No		No	26 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación audiovisual
Visitante	3,4	Ciencias de la Información	No		No	36 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo
	44,8							28,2	
	100,0							100,0	

El máster cuenta con profesorado visitante de reconocido prestigio en el sector audiovisual, que garantiza la vinculación de los estudios a la realidad profesional y empresarial del sector. La lista de profesores visitantes incluye a:

Rosa Maria Calaf, ~~Quique Camí~~, Manuel Campo Vidal, Pepe Carbajo, ~~Enric Company~~, Rosa Cullerell, Ramon Font, Maria Gallego, Mariela Gómez, Francisco Moreno, Fernando Navarrete, ~~Lluís Oliva~~, Pepe Quílez, ~~Daniel Rodríguez~~, ~~Alan Schroeder~~, Francisco Sierra, Mónica Terribas, Ricardo Vaca y Gorka Zumeta. Nueve de estos profesores visitantes tienen también experiencia docente en diversos cursos de grado y postgrado.

El profesorado de la UdL y la Universidad de Zaragoza tiene experiencia en el uso del Campus Virtual, en tanto que se utiliza como herramienta de refuerzo en los estudios presenciales de grado. Por su parte, entre los profesionales que participan como docentes, ocho tienen experiencia en la docencia presencial apoyada con herramientas virtuales, y cuatro han sido profesores en estudios virtuales de la Universitat Oberta de Catalunya y la Deusto Business School. Por su parte, el resto de docentes, en tanto que profesionales con una larga experiencia profesional y ejecutiva en el mundo audiovisual y digital, están habituados al uso de herramientas de comunicación digital. Para asegurar su capacitación en el uso de las herramientas específicas de la UdL, se programará una sesión formativa para todos los profesores del máster.

## **Apartado 6: Anexo 2**

**Nombre :** Otros recursos humanos.pdf

**HASH SHA1 :** DA6563EDD71CF7E040634AF0D23C876D9AE2E3BC

**Código CSV :** 120465847567449497516677

**Ver Fichero:** Otros recursos humanos.pdf



## 6.2 Otros recursos humanos disponibles

<b>Categoría</b>	<b>Título académico del personal de apoyo</b>	<b>Experiencia profesional</b>
Administrativa	Licenciada en Derecho	18 años de experiencia en la UdL
Grupo III- Técnico especialista de laboratorio	Imagen y sonido	3 años de experiencia profesional en producción audiovisual y televisión. 5 años de experiencia profesional en la UdL
Grupo III- Técnico especialista de laboratorio	Licenciado en Comunicación Audiovisual Diplomado en Ciencias Empresariales	6 años de experiencia profesional en producción audiovisual. 2 años de experiencia en la UdL
Técnico informático	Informática	Técnicos informáticos del Área de Sistemas y Comunicaciones, asignados a la Facultad de Letras
Técnico informático	Informática	Técnicos informáticos del Área de Sistemas y Comunicaciones, asignados a la Facultad de Letras
Técnico informático	Informática	Técnicos informáticos del Área de Sistemas y Comunicaciones, asignados a la Facultad de Letras

## **Apartado 7: Anexo 1**

**Nombre :** Recursos materiales y servicios alegaciones.pdf

**HASH SHA1 :** 073A4ED46985A6D7FC4C780303FF3C02FE715A79

**Código CSV :** 135262855257052203327319

**Ver Fichero:** Recursos materiales y servicios alegaciones.pdf



## **7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS**

### **7.1 Recursos materiales y servicios disponibles en la universidad. Justificar si son suficientes y adecuados al número de estudiantes y a las características del título.**

#### **INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LOS RECURSOS DEL TÍTULO**

En cuanto a recursos materiales, el desarrollo del máster se apoya en tres plataformas principales:

- a) las instalaciones y equipos para la docencia en comunicación audiovisual y periodismo de las universidades participantes.
- b) las instalaciones y equipos de los centro tecnológicos y de producción audiovisual de Lleida y Zaragoza: el Magical, participado por la UdL, y el *Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales Walqa en Huesca*, y, a medio plazo, el *Centro de Arte y Tecnología-Milla Digital*, en Zaragoza.
- c) las herramientas de apoyo a la docencia virtual de la UdL (SAKAI) y las específicas de los estudios de Comunicación Audiovisual ([www.cpav.udl.cat](http://www.cpav.udl.cat)), explicadas en el apartado 4.3.

#### ***a.1.) Instalaciones y equipos de la Facultad de Letras de la UdL***

La Facultad de Letras cuenta con los medios suficientes para desarrollar las actividades formativas previstas, que requieren del uso de aulas, espacios para la producción audiovisual y biblioteca.

El edificio de la Facultad de Letras incluye 24 aulas: 9 con una superficie menor a los 50m<sup>2</sup>, apta para grupos pequeños (aforos 15-40 personas según disposición y mobiliario), que se complementan con otras instalaciones de uso docente esporádico (seminarios, espacios de investigación...); 15 aulas de 50 o más m<sup>2</sup> con aforos que oscilan desde el intervalo 30-50 para las más pequeñas (según mobiliario y distribución) al intervalo 60-140 para las grandes (4 con más de 100 m<sup>2</sup>). Todas están dotadas con cañón informático y medios audiovisuales.

En cuanto a la Biblioteca, cuenta con un aforo de 250 plazas sentadas para más de 80.000 volúmenes especializados, accesibles directamente en los más de 1400 m<sup>2</sup> de sus instalaciones, además de gran cantidad de servicios y una importante lista de suscripciones a revistas convencionales y *on line*.

Además del aulario y la biblioteca, existen instalaciones especializadas que son empleadas con fines docentes, diseñadas y dotadas específicamente para Comunicación y Periodismo Audiovisuales:

- . Salas Multimedia (1): 30 ordenadores, con capacidad para edición de vídeo
- . Cabinas de montaje audiovisual (6): disponen de altavoces, capturadora de vídeo y equipos de edición
- . Laboratorio de producción de sonido
- . Plató
- . Digiton

Otras tienen perfiles distintos, aunque algunas pueden ser utilizables por parte del alumnado del máster:

- Aula de videoconferencias (1; se prevé dotar al menos otra para el próximo curso)



- Seminarios departamentales (4) Hasta 15 personas.
- Espacios de investigación (11, con una media de 40 m2; empleados esporádicamente para grupos pequeños -10 máximo- en los niveles docentes más avanzados)
- Aulas de informática (2, con un aforo de unas 50 plazas, que complementan la instalación de wifi en gran parte del edificio; la disponibilidad de ordenadores en la biblioteca...)
- Laboratorio de Musicología
- Laboratorio de Cartografía
- Cartoteca
- Laboratorio de Arqueología
- Laboratorio de Restauración (servicio científico técnico de la UdL)
- Servicio de Historia, Documentación y Arquitectura
- Centro de Arte Moderno

También hay que señalar que los estudiantes disponen de diversas instalaciones y servicios que les permiten organizarse para participar en la vida académica, así como complementar su actividad formativa con otras dedicadas a fomentar la convivencia y la vida universitaria. Vale la pena señalar los espacios reservados para el Consejo de Estudiantado de la Facultad de Letras y la Sala de Estudios, que se prevé abrir durante las 24 horas durante la mayor parte del año académica, equipada con conexión wifi, mesas para el trabajo colectivo y otras posibilidades técnicas.

### ***a.2.) Instalaciones y equipos de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza***

La Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA) cuenta con un buen número de servicios y recursos materiales que pone a disposición de las titulaciones que en ella se imparten para que su desarrollo sea realizado con el máximo de garantías de calidad.

En la página web que se indica a continuación puede consultarse la guía de servicios e infraestructuras disponibles en el Centro:

<http://eina.unizar.es/servicioseinfraestructuras>

Se relaciona a continuación un resumen de los medios disponibles en el edificio Ada Byron, el cual alberga las instalaciones donde se impartiría el Máster:

### **EDIFICIO ADA BYRON.**

Tiene una superficie de 13.500 metros cuadrados, con climatización, y la siguiente distribución:

- 4.000 m2 Departamento de Informática e Ingeniería de Sistemas.
- 4.000 m2 Departamento de Ingeniería Electrónica y Comunicaciones.
- 5.500 m2 Escuela de Ingeniería y Arquitectura.

En cada una de las plantas del edificio se encuentran los siguientes servicios e instalaciones:

- Planta baja: Conserjería, Cafetería-Comedor, 7 aulas y el Centro de Interpretación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones.
- Planta primera: Salón de actos, 5 aulas, 2 salas de informática, 1 sala de usuarios, 1 despacho para congresos y 1 despacho ocupado por asociaciones.



- Segunda planta: 5 seminarios, sala de estudio, 2 despachos ocupados por asociaciones.

En la primera planta, junto al Salón de actos, se dispone de servicio de vending.

Las aulas disponibles son:

- 2 aulas docentes con capacidad para 120 alumnos
- 10 aulas docentes con capacidad para 70 estudiantes
- 5 seminarios con capacidad para 40 estudiantes
- 2 aulas informáticas con 20 puestos cada una

El Departamento de Ingeniería Electrónica y Comunicaciones, ubicado en el citado edificio Ada Byron, dispone de un conjunto de laboratorios con equipamientos adecuados para atender las necesidades de este Máster en lo que se refiere a las materias de “Plan de Operaciones: Tecnologías de la Información y la Comunicación”:

- Laboratorio general I con el siguiente equipamiento: Instalación de comunicaciones con cableado y conexiones por puesto, así como equipos de interconexión (Hubs y Switches): 6 Switches 3Com 4500 y 12 Hubs 3Com PS40, instalación de 2 centralitas telefónicas Philips iS 1040/40 con 15 extensiones analógicas y 14 buses digitales S0/T0 cada una, así como tarjeta E&M, etc.
- Laboratorio de señales y sistemas con el siguiente equipamiento: 20 puestos de ordenadores personales, con 10 osciloscopios y 10 generadores de funciones asociados, 10 puestos multifuncionales, formados por 10 osciloscopios, 10 generadores de funciones, 10 fuentes de alimentación de continua, rack formado por equipos para el tratamiento de la señal de imagen, 5 analizadores de espectros, etc.
- Laboratorio de electrónica general I con el siguiente equipamiento: 12 puestos de prácticas con osciloscopio METRIX OX803B-40MHz, Entrenador K&H ETS7000, Fuente de alimentación GRELCO VA-605SF, Generador TOPWARD 8102
- Laboratorio de electrónica general II con el siguiente equipamiento: 12 puestos de prácticas con ordenador PENTIUM4, osciloscopio METRIX OX803B 40MHz, Entrenador K&H ETS7000, Fuente de alimentación DC LENDHERMACK HY3003D3, generador INSTEK GFG8216
- Laboratorio de sistemas electrónicos con el siguiente equipamiento: 12 puestos de prácticas con ordenador DELL OPTIPLEX GX520, Osciloscopio YOKOGAWA DL1520 150MHz, Analizador de espectros HAMEG modelo HM5011, Entrenador K&H ETS7000, fuente de alimentación DC GOLD SOURCE DF1731SB, Generador INSTEK GFG8255A
- Laboratorio de audio digital y video con el siguiente equipamiento: Osciloscopio YOKOGAWA modelo DLI520, entrenador A-TEK modelo AT-102, generador de funciones INSTEK modelo GFG8255A, Equipo TV PROMAX modelo ER-7B, equipo VIDEO PROMAX modelo VT410E, equipo DVD PROMAX modelo ED845

### ***b.1.) Centro de producción MAGICAL***

El Máster establecerá un protocolo de colaboración con el centro de producción audiovisual Magical, participado por la UdL, y con el que comparte objetivos de investigación y desarrollo empresarial en el campo de la producción audiovisual digital.



Ubicado dentro del Parque Científico y Tecnológico Agroalimentario de Lleida, el complejo MAGICAL es un proyecto transversal, con un centro de producción audiovisual como eje vertebrador, equipado para responder a las exigencias de la televisión, el cine digital, la estereoscopia, la publicidad o el multimedia.

El complejo Magical dispone de 6 platós (de 600 m<sup>2</sup>, 130 m<sup>2</sup>, 100 m<sup>2</sup>, 72 m<sup>2</sup> y 72m<sup>2</sup>), con las respectivas instalaciones de conexión y con espacios asociados para el premontaje, camerinos y vestidores. Cuenta también con un estudio multicámara, un estudio de cambio de formatos, otro de producción y postproducción de sonido, equipado con tecnología Dolby, y cuatro estudios de postproducción de vídeo, que incluyen postproducción de efectos y animación. Estos espacios están equipados con tecnología de grabación, iluminación, edición, monitorización y proyección de alta calidad profesional.

Parte de las sesiones docentes del módulo *Profesionales de la Comunicación Digital* se realizarán en las instalaciones del Magical, acercando la realidad tecnológica más avanzada en producción audiovisual digital a los estudiantes.

Además, el Magical ofrece también servicios de soporte a la producción, bolsa de trabajo, y servicios formativos, con varios niveles de especialización, a los que los estudiantes pueden recurrir una vez acabado el máster.

Los objetivos del complejo Magical son plenamente complementarios con los objetivos del máster, en tanto que se plantea:

- Incentivar la producción audiovisual local ofreciendo equipamiento y soporte a las iniciativas expansivas que puedan surgir ante esta oportunidad.
- Formar un área de I+D+i+T que trabaje en proyectos rentables a medio plazo, que puedan ser atractivos tanto para los investigadores como para los futuros comercializadores, y que se basen mayoritariamente en franquicias que generen ingresos para alcanzar nuevas líneas.
- Ofrecer formación audiovisual para obtener profesionales más cualificados y especializados en el equipamiento de MAGICAL.

Así pues, se espera una estrecha colaboración Máster-Magical, tanto en aspectos tecnológicos y materiales como también en el conjunto del proceso de creación y desarrollo de proyectos de producción y/o empresariales.

El centro de producción Magical forma parte del Parque tecnológico y empresarial de Lleida, que tiene ente sus líneas de actuación:

- Reforzar la competitividad del tejido empresarial del área de influencia de Lleida mediante el fomento de la innovación, la prestación de Servicios I+D+i y la difusión de los resultados de esta innovación a las empresas.
- Captar nuevas actividades empresariales de alto valor añadido
- Crear Nuevos puestos de Trabajo cualificados y nuevas salidas profesionales para los jóvenes universitarios

Para ello, participa en el programa de Cooperación entre Parques Industriales, Tecnológicos y Científicos (COPIT), una iniciativa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITYC) que tiene como objetivo mejorar la competitividad y fomentar el



desarrollo de negocio entre las empresas de los Parques Industriales, Tecnológico y Científicos a través de un programa de cooperación entre ambos. El Programa COPIT se apoya en la Red de Cooperación Empresarial (RCE) cuyo objetivo es favorecer las relaciones entre los parques y concentraciones empresariales, fomentando la cooperación entre sus empresas.

El parque alberga 104 empresas del sector de las tecnologías de la información y la comunicación, con un peso importante de las enfocadas al sector agroalimentario, però con presencia también de empresas de productos y Servicios digitales y audiovisuales. El Parque ofrece servicios de vivero de empresas y de apoyo a la innovación, e incluye también grupos de investigación dentro de su línea de colaboración con la Universidad de Lleida, que forma parte del patronato del Parque.

Entre las empresas audiovisuales, destaca el Centro de Producción Magical que incluye entre sus actividades un servicio de apoyo a la producción para facilitar el acceso a la tecnología de la que dispone. Al mismo tiempo gestiona una bolsa de trabajo para ofrecer técnicos con formación adecuada a los clientes que lo soliciten, constituyéndose como intermediario entre empresas de producción y profesionales interesados en desarrollar nuevos proyectos de producción.

### ***b.2) Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales Walqa***

El equipamiento disponible en este centro, ubicado en el Parque Tecnológico de Walqa (Huesca) es el siguiente:

- Sala Interactividad: equipo multimonitor + 3 Monitores 3D activos, pantalla táctil de pared con SO embebido, smartphones SO abierto con NFC, mesa multitáctil MS Surface™, tablets ultraportátiles con SO Android™ e iOS™, pizarra digital con proyector de corta distancia.
- Sala de realidad virtual: sistema de realidad virtual con captura de movimiento completamente autónomo, estación de trabajo de renderizado, estación de trabajo de tracking para gafas y elementos de interacción, software de Mundos Virtuales WorldViz™, proyectores 3D cenital y frontal, pantallas de proyección en L, audio inmersivo 5.1.
- Sala de experiencia de usuario: 2 Puestos de test para aplicaciones Multimedia , TV 3D HD + SetTopBox w/HbbTV + BlueRay™ 3D + MediaCenter + HD multimedia, Capturadora HDMI/analog externa in-line (captura el contenido), puesto de monitorización de usuarios, Eye/Head + Body Tracker, cámara IP HD (enfocada al usuario) con micrófono, captura de eventos y grabación del usuario.
- Sala proyección 3D: proyector Barco™ 2P2K-15C 3D activo 2K y especificaciones cinematográficas DCI, hasta 14.000 lúmenes, pantalla proyección microperforada, servidor 3D de Doremi™ DCP-2000 de contenidos dedicado, sonido envolvente 7.1, micrófono inalámbrico y atril para presentaciones, zona de 25 plazas sentadas.
- Sala tecnologías 3D: TV 3D Full HD con tecnologías pasiva y activas, cámara 3D HD Panasonic™ AG-3DA1 con doble óptica integrada, sistema de grabación 3D 2K, pareja de cámaras 2K SI-3DTM con lentes SI de 25mm, grabador 1-Beyond Wrangler mini3DTM, cámara de alta velocidad Phatom Miro eX2™ con objetivo Nikon de 50mm, cámara de fotos 3D y marco digital, estación de trabajo con software de post-produccion 3D SGO Mistika™, estación de trabajo con software de masterización DCP - Cine Asset de Doremi™, proyector Full HD
- Sala de transmisión: Cabecera TV (DVB-x e IPTV) 3D , codificación HD MPEG4



ACV y SD MPEG2, multiplexación estadística, generación EPG y aplicaciones interactivas HbbTV, modulación DVB-T/C/S, smartTV 3D para visualización del mux, sistema de gestión de equipos, conversión IP/ASI -> SDI, matriz de conmutación AV SDI 3G, conversor formatos HD/SD, conversor 2D/3D, sistema multi-view 3D SDI con monitor profesional y mixer, servidor de video 3D, sistema de streaming por internet 2D/3D EncoderPro, HttpLiveStreaming, Flash Media Encoder, ...

### ***b.3) Centro de Arte y Tecnología-Milla Digital.***

Este centro es un equipamiento de nueva generación diseñado para albergar y promover los proyectos creativos y emprendedores más innovadores dentro del espacio de la Milla Digital de Zaragoza. Dispone de una superficie total construida de más de 16.000 m2.

El principal equipamiento de que dispone es:

- Exhibición de expresiones artísticas de vanguardia (2.800 m2 disponibles en varios espacios, además de 1.500 m2 al aire libre): 2 salas de exposiciones, Open Art, Galería Experimental, Art Lounge.
- Talleres de creación individuales (8) y colectivos.
- Residencia de 36 plazas para creadores, investigadores y emprendedores.
- Incubadora de empresas especializadas en contenidos con 24 módulos.
- Salas de reuniones (5), 4 talleres para empresas, 4 Fab Labs y un laboratorio de electrónica.
- Media Lab: Laboratorios audiovisuales
- Aulas de formación con capacidad para 100 personas.
- Auditorio de 250 plazas
- Infocentro, librería, restaurante
- Aparcamiento de 75 plazas

El parque Tecnológico Walqa se integra también en el programa COPIT y la RCE. Walqa alberga 67 empresas del sector de las tecnologías de la información y la comunicación, en especial empresas de desarrollo de aplicaciones móviles, webs y contenidos digitales. El Parque Walqa ofrece diversos servicios de apoyo a la creación de empresas, así como oportunidades para la instalación de nuevos negocios, incluyendo opciones de coworking. Así mismo, alberga distintos Institutos Tecnológicos vinculados a la Universidad de Zaragoza, entre los que cabe destacar el Instituto Tecnológico de Aragón que ubica en el Parque su División de Tecnologías Multimedia. Esta división está compuesta por 11 técnicos que vienen desarrollando su actividad en líneas tales como Nuevas Formas de Interactividad como Realidad Aumentada/Virtual, motores gráficos de videojuegos, aplicación de técnicas de inteligencia artificial o tecnologías móviles, Análisis Inteligente de Imagen y Video o Tecnologías Audiovisuales entre las que se encuentra TV interactiva con el nuevo estándar HbbTV.

Destaca también por su interés para el máster el Centro Demostrador TIC *Audiovisual*, un espacio inaugurado en 2012 donde las empresas relacionadas con el sector multimedia y audiovisual pueden realizar demostraciones tecnológicas, con un carácter eminentemente práctico, a sus clientes tanto de productos como de servicios innovadores basados en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs). Entre las actividades desarrolladas por el Centro Demostrador, cabe destacar el Taller de realidad aumentada en Projectamedia; las jornadas TECSMEDIA, sobre tecnologías para la creación de mundos



virtuales y del proceso de producción de contenido 3D; el concurso de cortos 3D TECSMEDIA; la jornada STARTUP PITARES, un programa acelerador para potenciales emprendedores mediante una combinación de formación, mentoring y desarrollo de ideas; o su participación en la Feria de Tiendas Virtuales.

### *c) Herramientas de apoyo a la docencia virtual*

Tal como se ha expuesto en el apartado 4.3. la UdL y la Facultad de Letras disponen de dos plataformas de apoyo a la docencia virtual: el Campus Virtual y la web [www.cpav.udl.cat](http://www.cpav.udl.cat), en las que se ofrecen herramientas de gestión de tareas, debates, chat, mensajería y producción colaborativa.

**La docencia no presencial y semipresencial se lleva a cabo a través de la plataforma SAKAI (CAMPUS VIRTUAL):** También se utiliza como instrumento de apoyo a la docencia presencial, ofreciendo recursos de asesoramiento y potenciando la comunicación entre el profesorado y el alumnado.

Permite el acceso a cada una de las asignaturas y sus contenidos (programa, recursos, debates, entrega de actividades, pruebas evaluativas, etc.) durante 24 horas los 365 días del año. De esta forma se permite que los alumnos que trabajan a turnos puedan conectarse independientemente de su horario laboral. Este hecho, junto con su diseño intuitivo, ha facilitado que su uso esté muy arraigado y aceptado entre la comunidad universitaria. Del mismo modo, se puede enviar una comunicación directa al personal de apoyo al usuario en el caso de que exista cualquier incidencia o duda en su funcionamiento o uso.

La plataforma Sakai (<http://www.sakaiproject.org>) funciona con licencia de software libre basada en tecnología Java y es usada por algunas de las universidades más grandes del mundo (Stanford, MIT, Yale, Rice, Cornell, Columbia...). La plataforma trata de garantizar los niveles estándar normativos de accesibilidad, aunque en gran parte depende de los contenidos que se añaden a la misma.

La plataforma fue usada por 16.000 personas diferentes durante 2012, año en que se registraron casi 2.500.000 accesos. Las pruebas de carga garantizan una concurrencia de hasta 2000 conexiones simultáneas a la plataforma. El Sakai está operativo y disponible en todo momento, y se cuenta con mecanismos de redundancia que permiten reestablecer el servicio, en caso de caída, en un máximo de dos horas.

Todos los datos de la plataforma se almacenan en una base de datos a la que únicamente se puede acceder mediante la plataforma y de la que se hacen copias de seguridad diarias incrementales y totales una vez a la semana.

## INFORMACIÓN GENERAL RECURSOS UdL

### **MANTENIMIENTO, REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD**

La Universidad de Lleida dispone de una **Oficina Técnica de Infraestructuras** (OTI), que es la encargada de la gestión de las obras de infraestructura y las instalaciones de la UdL y de su correspondiente mantenimiento, tanto preventivo como correctivo. Su objetivo es velar por la adecuación de las infraestructuras e instalaciones que la integran.

A nivel laboral, la Universidad de Lleida dispone de un Servicio de Prevención de Riesgos Laborales (SPRL) de acuerdo con el artículo 14 del RD 39/971, que vela para que las infraestructuras y servicios de la universidad cumplan con los requisitos necesarios para asegurar la salud y el bienestar de sus trabajadores en su lugar de trabajo. El servicio



cuenta con personal dedicado exclusivamente a temas de prevención y con el apoyo técnico y médico de un servicio de prevención externo con el que se tienen contratados servicios de seguridad, higiene, ergonomía, psicología y vigilancia de la salud.

Por su parte, la Universidad de Zaragoza dispone de un servicio centralizado de mantenimiento cuyo objetivo es mantener en perfecto estado las instalaciones y servicios existentes en cada uno de los Centros.

Este servicio se presta en tres vías fundamentales:

- Mantenimiento Preventivo
- Mantenimiento Correctivo
- Mantenimiento Técnico-Legal

Para garantizar la adecuada atención en cada uno de los centros, se ha creado una estructura por Campus, lo cual permite una respuesta más rápida y personalizada.

El equipo lo forman 32 personas pertenecientes a la plantilla de la Universidad, distribuidos entre los 5 campus actuales: San Francisco y Paraninfo, Río Ebro, Veterinaria, Huesca y Teruel. En cada campus existe un Jefe de Mantenimiento con una serie de oficiales y técnicos de distintos gremios. Esta estructura se engloba bajo el nombre de Unidad de Ingeniería y Mantenimiento, que cuenta además con el apoyo de un Arquitecto Técnico y dirigida por un Ingeniero.

Dada la gran cantidad de instalaciones existentes, y que el horario del personal propio de la Universidad es de 8 a 15 h, se cuenta con el apoyo de una empresa externa de mantenimiento para absorber las puntas de trabajo y cubrir toda la franja horaria de apertura de los centros. Además se cuenta con otras empresas especializadas en distintos tipos de instalaciones con el fin de prestar una, atención más específica junto con la exigencia legal correspondiente.

Este centro formará a su vez parte de la relación de edificios de la Universidad, y por tanto contará desde el primer momento con todo el soporte aquí descrito y sus instalaciones quedarán incluidas dentro de los correspondientes contratos.

La Escuela de Ingeniería y Arquitectura lleva a cabo las acciones precisas para el control, mantenimiento, ampliación y actualización permanente de los equipos e infraestructuras asociados a sus servicios, ya que entiende que se trata de un aspecto esencial para el óptimo desarrollo de sus actividades formativas (de modo muy especial por su carácter tecnológico), el adecuado funcionamiento de los servicios y una idónea calidad de vida universitaria.

Corresponde a la Dirección de la Escuela, a través de la Subdirección de Infraestructuras, la definición de la política de equipamiento, y su ejecución, a la Administración de la Escuela, responsable asimismo de su mantenimiento y gestión de compras.

La Escuela dispone también de protocolos que le permiten evaluar el estado de sus instalaciones y equipos con objeto de detectar, con la mayor inmediatez, cualquier anomalía que pueda incidir en su funcionamiento o en el óptimo desarrollo de sus actividades.

Son precisas actuaciones de dos tipos para garantizar el perfecto estado de las instalaciones de la Escuela:

- Preventivas, de control y revisión.

El personal auxiliar de servicios generales lleva a cabo revisiones de aspectos básicos de funcionamiento (iluminación, instalaciones eléctricas, aseos, calefacción, puertas, etc.):



- diarias, en aulas, espacios y servicios comunes,
- mensuales, en los espacios departamentales.

Los propios usuarios comunican también a Conserjería, en persona o mediante correo electrónico, las deficiencias detectadas.

- De reparación.

El Campus “Río Ebro” cuenta con un Servicio de Mantenimiento común a todos sus centros, delegado del Servicio de Mantenimiento de la Universidad de Zaragoza, y dependiente, como éste, de la UTCM. Su plantilla está formada por especialistas de distintos campos (fontanería, electricidad, etc.), si bien, cuando por motivos técnicos no le es posible asumir determinadas reparaciones, el trabajo se externaliza a empresas contratadas en condiciones análogas a los servicios de Limpieza y Vigilancia.

Las peticiones de actuación del Servicio de Mantenimiento se realizan por vía telemática o directa (cuenta con atención telefónica permanente), en función de su urgencia. El Jefe del Servicio resuelve sobre su viabilidad y decide su ejecución por el propio servicio o a través de empresas adjudicatarias, asumiendo asimismo la tramitación, si es preciso, de la correspondiente Solicitud de Gasto. Deben mencionarse por último los contratos concertados de forma directa por el Centro para el mantenimiento de servicios concretos: aparatos elevadores, proyectores, desinfección de sanitarios, extintores, etc.

## DISPONIBILIDAD DE RECURSOS EN LA UNIVERSITAT DE LLEIDA

### Recursos tecnológicos

Además de la plataforma de docencia virtual SAKAI, la UdL dispone de:

- **Internet:** Toda la comunidad universitaria tiene acceso a Internet, bien a través de la conexión de red de la UdL o bien mediante las diferentes zonas de conexión sin cables (WIFI).
- **Web de la UdL:** Accesible al público en general, proporciona toda la información de interés sobre la UdL, sus centros y actividades. La dirección es la siguiente: [www.udl.cat](http://www.udl.cat).
- **Intranet:** La Intranet de la UdL está integrada por diversos espacios a los que únicamente pueden acceder los usuarios que tienen asignado un nombre de usuario en la red de la UdL esto es, persona perteneciente a cualquier Unidad Estructural, Centro, Departamento y Órgano de Gobierno de la UdL.
- **Correo electrónico:** Todos los miembros de la UdL -alumnos, profesores y personal de administración y servicios- disponen de una cuenta de correo electrónico, a la cual también pueden acceder vía web desde el exterior (<https://correu.udl.cat>).
- **Impresión, fotocopias y digitalización de documentos:** Esta actividad se lleva a cabo a través de las impresoras, fotocopiadoras y escáneres de autoservicio. Estas máquinas se encuentran en las diversas aulas de informática y en cada una de las Bibliotecas existentes en los diferentes centros.
- **Plataforma para la Gestión Académica:** Facilita, entre otras, la gestión de las matrículas, la introducción de las calificaciones por parte del profesor, la gestión de las actas, la generación de certificados, la tramitación de títulos o el cobro de las tasas. Además de la gestión interna, la Plataforma dispone de un autoservicio que permite al alumno la consulta de su expediente, la matrícula y la tramitación de determinadas solicitudes a la Secretaría Académica.



- **Observatorio de las TIC:** El Observatorio es un proyecto de la Unidad de Docencia Virtual del ICE que tiene por finalidad ofrecer un espacio de análisis y estudio de diferentes temáticas relacionadas con la utilización de las TIC en la docencia. Su dirección electrónica es la siguiente <http://www.ice.udl.es/udv/observatori/>.

### **Biblioteca**

La Universitat de Lleida dispone de un servicio de Biblioteca y Documentación (SBD), reconocido con la certificación de Calidad de ANECA desde 2003.

#### **I. BIBLIOTECA DE CAPPONT.**

Fue inaugurada en el año 2003 en el marco de las actividades de conmemoración del 700 Aniversario de la Universidad en Lleida. Concebida como una biblioteca de Campus, cubre las áreas de derecho, economía, empresa, trabajo, informática, ingeniería, psicología, pedagogía, educación social, magisterio y sociología. Ocupa 4.520m<sup>2</sup> y dispone de 509 plazas de lectura.

A través del SBD se ofrecen diferentes servicios a los que se puede acceder mediante la página web de la Biblioteca ([www.bib.udl.cat](http://www.bib.udl.cat)):

- Adquisiciones.
- Formación de usuarios.
- Préstamo de ordenadores portátiles y memorias USB.
- Préstamo.
- Obtención de documentos (SOD).
- Información Bibliográfica.
- Reprografía.
- Folletos informativos.
- Refworks.
- Depósitos de documentos digitales.

#### **II. BIBLIOTECA DIGITAL**

La Universitat de Lleida pone a disposición de los usuarios una serie de documentos que pueden ser consultados on-line:

- A) Dossier electrónico (dossier-e). El dossier es un conjunto de materiales digitalizados, el objetivo del cual es ser un complemento de apoyo a la enseñanza, la docencia y la investigación.
- B) Libros electrónicos
- C) Buscador de revistas-e
- D) Diccionarios electrónicos
- E) Enciclopedias electrónicas
- F) Bases de datos
- G) Tesis doctorales
- H) Guías temáticas
- I) Bibliotecas virtuales
- J) Prensa
- K) Diarios Oficiales
- L) Depósitos de documentos digitales

### **Otros servicios**

\*El Centro de Estudios y Documentación de la Mujer (CEDD) del SIED es una biblioteca especializada en la mujer, género y feminismo, y un espacio que promueve la



investigación sobre estos temas.

\***El Centro de Información y Documentación para el Desarrollo (CIDD)** dispone de un fondo documental especializado en temas relacionados con la educación para el desarrollo, economía, derechos humanos, desarrollo rural y agricultura, ecología y medio ambiente, cooperación para el desarrollo e inmigración.

\* **Centro de Documentación Europea (CDE)**. El CDE recibe directamente documentos y publicaciones oficiales de las Instituciones comunitarias, concretamente de la Oficina de Publicaciones Oficiales de la Unión Europea (EUR-OP).

## **RECURSOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA**

**Se citan a continuación algunos recursos disponibles en el Campus Río Ebro, campus donde se ubica la Escuela de Ingeniería y Arquitectura:**

### **BIBLIOTECA.**

Horario de consulta y préstamo: de lunes a viernes de 8,30 h. a 21 h. y los sábados de 9,10 h. a 13, 30 h., es el horario general de atención al público en el que pueden consultar material bibliográfico en Sala de lectura, así como devolver materiales prestados. Los sábados hay consulta y préstamo en libre acceso, pero no está abierta la hemeroteca.

La Biblioteca Hypatia ofrece los servicios de préstamo, fotodocumentación y préstamo interbibliotecario, hemeroteca, base de datos, autoaprendizaje de idiomas, sala de trabajo en grupo

### **INSTITUTO DE IDIOMAS.**

En el Campus RÍO EBRO, el despacho del Instituto de Idiomas se encuentra en la primera planta del bloque delantero derecho del edificio Torres Quevedo (bloque de dirección-administración-secretaría), las clases se imparten en los edificios Betancourt y Lorenzo Normante, y la sala de autotendimiento se encuentra en la Biblioteca Hypatia.

Los idiomas impartidos en el Campus son: INGLÉS, FRANCÉS Y ALEMÁN.

### **SERVICIO DE INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES.**

El centro cuenta con el apoyo del Servicio de Informática y Comunicaciones, coordinado por el Servicio Central de la universidad, que cubre las necesidades de los 3 edificios que lo integran: Ada Byron, Torres Quevedo y Betancourt. Sus despachos se ubican en el edificio Torres Quevedo (planta baja) y Betancourt (segunda planta). Ofrece los siguientes servicios:

- **ORDENADORES Y PROGRAMAS:** Este servicio administra y mantiene todos los sistemas informáticos que dan soporte a la docencia, investigación, gestión, comunicaciones y servicios de red del Centro.
- **INFRAESTRUCTURA DE COMUNICACIONES:** La infraestructura de cableado estructurado proporciona a los usuarios los puntos de conexión donde poder conectar los ordenadores y teléfonos de trabajo.
- **SERVICIOS DE RED:** En la Universidad de Zaragoza se dispone de ordenadores personales de trabajo con un conjunto de servicios de red y, en particular, de acceso a servidores de ficheros y de impresión, y para acceder a los mismos es necesario contar con un sistema de autenticación en la red.
- **INFORMACION Y FORMACION:** Una de las funciones del SICUZ es la de servir de soporte para los problemas informáticos que puedan surgir durante el desarrollo del trabajo diario del personal universitario.

A todo alumno matriculado en el Centro, el Servicio de Informática y Comunicaciones de



la Universidad le asigna automáticamente una dirección de correo electrónico gratuita, que es permanente mientras mantenga una vinculación efectiva con la Universidad. Cualquier estudiante puede solicitar la conexión gratuita a Internet desde su casa, a través de la Universidad, y tiene acceso al servidor de noticias (USENET, NEWS) de la Universidad. La EINA dispone de un equipo de videoconferencia ViewStation MP (4 RDSI y multipunto) que se encuentra instalado en el Anfiteatro A del edificio Torres Quevedo.

### **SERVICIO DE MANTENIMIENTO DEL CAMPUS.**

La sede del Servicio de Mantenimiento del Campus se encuentra ubicada en la Nave 10 del edificio Betancourt. La recepción de los partes de reparación se realizara en la conserjería de cada uno de los edificios, enviándose desde allí la comunicación informática al Jefe del Servicio de Mantenimiento del Campus.

### **SERVICIOS DE APOYO A LA INVESTIGACIÓN.**

Los Servicios de Apoyo a la Investigación ofrecen a la comunidad universitaria una serie de prestaciones y productos que facilitan la realización de la investigación, en el Campus RIO EBRO se dispone de dos servicios:

- Servicio de Microscopia Electrónica: Ocupa 79 metros cuadrados en la planta baja del edificio Torres Quevedo, en la zona del Departamento de Ciencia y Tecnología de Materiales y Fluidos, módulo interior izquierdo.
- Servicio de Mecánica de Precisión: Ocupa 270 metros cuadrados en la planta baja del edificio Torres Quevedo, en la zona del Departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación, módulo exterior derecho.

### **SERVICIO DE SEGURIDAD.**

La seguridad del Campus RIO EBRO es responsabilidad de la Unidad de la Unidad de Seguridad. de la Universidad de Zaragoza. Todos los edificios universitarios del campus disponen de un sistema de videovigilancia controlado y centralizado en el módulo nº2 situado en la Plaza de las Ingenierías (CECO-Centro de Control de la Unidad de Seguridad), además, se dispone de agentes de servicio pertenecientes a la empresa adjudicataria del servicio de seguridad en la Universidad.

### **CAFETERIAS – COMEDORES.**

En el Campus RIO EBRO, cada edificio universitario posee servicio de cafetería-comedor con la siguiente distribución:

- Edificio Ada Byron: dispone de un servicio de cafetería-comedor de autoservicio.
- Edificio Torres Quevedo: Cafetería de 360 metros cuadrados y comedor de autoservicio de 480 metros cuadrados. Oferta de comidas especiales, previo acuerdo, en zona reservada.
- Edificio Betancourt: Cafetería-comedor de autoservicio de 450 metros cuadrados. Comedor de 200 metros cuadrados de servicio en mesa. Oferta de comidas especiales, previo acuerdo, en zona reservada, ubicada en la primera planta.
- Edificio de la EUEE: Este edificio dispone de una cafetería-comedor de autoservicio de 250 metros cuadrados.

El horario de atención al público es el siguiente: cafeterías de 8.30 a 20 horas, servicio de comidas de 13 a 16 horas, los sábados y periodos no lectivos el horario de cafetería es de 9



a 14 horas.

### **ENTIDADES BANCARIAS.**

Al servicio de la comunidad universitaria del campus, se dispone de los siguientes servicios bancarios, centralizados en el módulo nº 2 ubicado en la Plaza de las Ingenierías (entre los edificios Torres Quevedo y Betancourt):

- Caja de la Inmaculada (CAI): dispone de cajero automático.
- Ibercaja: dispone de oficina y de cajero automático.
- Banco Santander Central Hispano: dispone de oficina y de cajero automático.

Además, en los siguientes edificios se dispone de servicio de cajero automático correspondiente a las siguientes entidades:

- Edificio Ada Byron: Cajero automático de CAJALON.
- Edificio Torres Quevedo: No dispone de servicio.
- Edificio Betancourt: No dispone de servicio.

### **APARCAMIENTOS.**

El medio de transporte más habitual para acceder al Campus RIO EBRO es el vehículo privado, a pesar de que se dispone de cinco líneas de autobuses urbanos hasta el Centro y de las campañas universitarias para el uso de la bicicleta. Próximamente está prevista la puesta en marcha de la segunda fase del tranvía, el cual dará servicio directo al Campus Río Ebro a través de la parada habilitada a tal efecto en la entrada del campus.

Las zonas de aparcamientos en el Campus RIO EBRO tienen una capacidad total de 1974 vehículos y se dividen en tres: Aparcamiento Norte (parte posterior de los edificios Ada Byron y Torres Quevedo), Aparcamiento Sur (parte anterior del edificio Torres Quevedo), y Aparcamiento Este (entre el edificio Betancourt y la EUEE).

#### **Aparcamiento Norte.**

Permite aparcar 660 vehículos

#### **Aparcamiento Sur.**

Permite aparcar 396 vehículos

#### **Aparcamiento Este.**

Este aparcamiento con árboles y sombra, permite aparcar 918 vehículos.

El Campus dispone de 112 plazas de **aparcamiento de bicicletas** distribuidas de la siguiente forma: en el edificio Torres Quevedo 17 en la parte posterior y 40 en la parte anterior, en el edificio Ada Byron 40, en el edificio Betancourt 20, y en el edificio Lorenzo Normante 15. En los cuatro edificios el número es suficiente.

## **Apartado 8: Anexo 1**

**Nombre** : Justificación resultados previstos.pdf

**HASH SHA1** : 31F052695119AC4BE894AD730D4FACC4A7C5B03B

**Código CSV** : 120466448790236471960199

Ver Fichero: Justificación resultados previstos.pdf



## 8 RESULTADOS PREVISTOS

**Estimación de valores cuantitativos para los indicadores que se relacionan a continuación y justificación de dichas estimaciones:**

Tasas	Previsiones	Justificación*
Tasa de graduación	92%	Los graduados que deciden inscribirse a un máster profesional, son personas con una clara motivación y con capacidad para el estudio. Por lo tanto se estima que la tasa de graduación será próxima al 92%.
Tasa de abandono	5%	La tasa de abandono se prevé que sea baja, alrededor del 5%, puesto que son estudiantes de postgrado con buenos hábitos de estudio y una visión más clara de lo que quieren hacer. Normalmente, a nivel de formación de postgrado la tasa de abandono es más baja que en los estudios de grado.
Tasa de eficiencia	95%	Habitualmente los estudiantes de máster se dedican a tiempo completo a los estudios, pero no se puede descartar que haya algún caso que, por cuestiones de trabajo o personales, decida hacer los estudios de máster en más tiempo. Por lo tanto, creemos que la tasa de eficiencia será del 95% o superior.

**Tasa de graduación:** porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada.

**Tasa de abandono:** relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior.

**Tasa de eficiencia:** relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de graduados de un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.

## **Apartado 10: Anexo 1**

**Nombre :** Cronograma implantación.pdf

**HASH SHA1 :** 8BEABF7109ADAEDCA594825EAF29DEE0B9ACCA68

**Código CSV :** 120466672560644047647254

**Ver Fichero:** Cronograma implantación.pdf



## **10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN**

### **10.1 Cronograma de implantación del máster**

El inicio de este nuevo programa de máster está programado para el curso 2014-2015. El máster no sustituye a ningún otro y se configura como la única oferta de segundo grado de la UdL y de la Universidad de Zaragoza en el campo de la comunicación audiovisual. Durante el periodo marzo-septiembre se desarrollará el material para la docencia virtual de las distintas asignaturas.

El inicio de las clases está previsto para mediados de octubre.

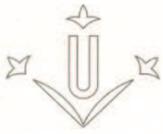
## **Apartado 11: Anexo 1**

**Nombre :** Carta delegación firmaVEPFC.pdf

**HASH SHA1 :** 91583DF76E434F69BA64950E2FF620B6B6C9A0F3

**Código CSV :** 122776879847196110628945

**Ver Fichero:** Carta delegación firmaVEPFC.pdf



Universitat de Lleida  
Rector

Roberto Fernández Díaz, rector de la Universidad de Lleida

DELEGO mi firma para la tramitación al Consejo de Universidades de las solicitudes de verificación de nuevas titulaciones oficiales y modificaciones a la Sra. Neus Vila Rubio, Vicerrectora de Estudiantado, Postgrado y Formación Continua con NIF 37259086Y.

Lleida 29 octubre de 2012



Universitat de Lleida  
Rectorat

