

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 Castilla-La Mancha		Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades		16004522
		Facultad de Comunicación		16004662
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA		
Máster		Producción y Comunicación Cultural		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA				
Máster Universitario en Producción y Comunicación Cultural por la Universidad de Castilla-La Mancha				
NIVEL MECES				
3 3				
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas		No		
ÁMBITO DE CONOCIMIENTO				
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN		
No				
SOLICITANTE				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
JOSÉ MANUEL CHICHARRO HIGUERA		Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación		
REPRESENTANTE LEGAL				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
JOSÉ JULIÁN GARDE LÓPEZ-BREA		Rector		
RESPONSABLE DEL TÍTULO				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
JOSÉ MANUEL CHICHARRO HIGUERA		Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación		
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
C/ Altagracia, 50		13071	Ciudad Real	680222323
E-MAIL		PROVINCIA	FAX	
julian.garde@uclm.es		Ciudad Real	926295385	



3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, 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 Orgánica 3/2018, 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 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

	En: Ciudad Real, AM 11 de enero de 2024
	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 Producción y Comunicación Cultural por la Universidad de Castilla-La Mancha	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Técnicas audiovisuales y medios de comunicación	Humanidades

ÁMBITO DE CONOCIMIENTO

Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad de Castilla-La Mancha

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
034	Universidad de Castilla-La Mancha

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	48	12

LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad de Castilla-La Mancha

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS

CÓDIGO	CENTRO
16004522	Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades
16004662	Facultad de Comunicación

1.3.2. Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO

PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	VIRTUAL
No	No	Sí



PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
25	25	
	TIEMPO COMPLETO	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	12.0	60.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	60.0
RESTO DE AÑOS	6.0	60.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.uclm.es/doc/?id=UCLMDOCID-12-129		
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	

1.3.2. Facultad de Comunicación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	VIRTUAL
No	No	Sí
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
25	25	
	TIEMPO COMPLETO	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	12.0	60.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	60.0
RESTO DE AÑOS	6.0	60.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.uclm.es/doc/?id=UCLMDOCID-12-129		
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	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
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.
GENERALES
CG01 - Poder identificar los temas de estudio propios del ámbito de la producción y la comunicación cultural para, en primera instancia, poder analizarlos y, posteriormente, ser capaces de aportar respuestas originales en el desarrollo o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CG02 - Saber adaptar las tecnologías de la información y de la comunicación a todo el aprendizaje de los procesos de producción y comunicación cultural de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.
CG03 - Poder comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las producciones culturales, así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional.
CG04 - Poder elaborar un discurso coherente, analítico y crítico, articulando argumentos razonados y juicios críticos sobre el mundo de la cultura, a partir de informaciones de diversa procedencia, contenido y formatos.
CG05 - Poder conocer y comprender nuevas situaciones relacionadas con el entorno profesional del mundo de la cultura en continua transformación.
CG06 - Poder comprender, analizar y evaluar el sector de la comunicación y el periodismo, las herramientas para su estudio y la aplicación de los conocimientos adquiridos para desarrollar un pensamiento propio adecuado al sector.
CG07 - Poder conocer, analizar y evaluar las relaciones entre contenido, producto y servicio en el sector de la comunicación.
CG08 - Ser capaz de fomentar una cultura de la innovación.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CET01 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.
CET02 - Aplicar eficazmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE14 - Ser capaz de demostrar el conocimiento de los distintos lenguajes de la cultura y de la comunicación para su aplicación al análisis crítico de las producciones culturales y de la comunicación en todos sus ámbitos (edición, música, audiovisual, artes escénicas, artes visuales y expositivas, nuevos medios).
CE15 - Ser capaz de demostrar el conocimiento de la cultura y la comunicación, y de su complejidad y diversidad como ámbito específico de la creación contemporánea para ser capaz de desarrollar análisis académicos.
CE16 - Analizar y seleccionar los descriptores que mejor representen un conjunto de datos extraídos de una situación física o virtual en el ámbito de la investigación.
CE17 - Poder utilizar y evaluar herramientas software especializadas para el procesado de grandes datos en distintos contextos de investigación.
CE18 - Poder analizar, evaluar y aplicar técnicas estadísticas avanzadas para la evaluación de resultados obtenidos sobre los datos de investigación.
CE19 - Evaluar y asesorar sobre los diferentes métodos de visualización de datos aplicables según la información que se pretenda transmitir.



CE20 - Entender la transformación de la economía de los medios y de sus condiciones laborales, técnicas y humanas para poder sintetizar y evaluar proyectos culturales.
CE21 - Analizar y evaluar el ecosistema de la comunicación digital y audiovisual, especialmente las dinámicas de las redes sociales.
CE22 - Analizar críticamente los valores específicos que propone cada producto cultural para situarlo en una perspectiva histórica y social adecuada.
CE23 - Analizar el hecho cultural y evaluar las distintas expresiones culturales que difunden los medios de comunicación para sintetizar esos análisis y evaluaciones en distintos formatos comunicativos.
CE24 - Poder desarrollar investigaciones profesionales y estudios de públicos a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.
CE02 - Demostrar el conocimiento de la diversidad de las manifestaciones culturales y la complejidad de los procesos de globalización para ser capaz de aplicar propuestas a favor del diálogo intercultural.
CE03 - Demostrar el conocimiento de las políticas culturales y de la comunicación y debe ser capaz de aplicarlo a la gestión de las creaciones culturales y a su evaluación.
CE01 - Demostrar el conocimiento de las relaciones entre cultura y comunicación en ámbitos como la sociedad, la economía, la política y el derecho, tanto desde un punto de vista global como local, para ser capaz de desarrollar análisis académicos interdisciplinarios.
CE04 - Ser capaz de gestionar los contenidos de los proyectos y la organización de las empresas, las instituciones y los equipamientos culturales en base al análisis de los mercados y los territorios y de acuerdo con las principales fuentes y mecanismos de financiación.
CE05 - Ser capaz de reunir, organizar y manejar profesionalmente documentación e información tanto de fuentes primarias como de ámbitos propios de la comunicación.
CE06 - Ser capaz de desarrollar investigaciones académicas a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.
CE07 - Ser capaz de desarrollar propuestas de planificación estratégica en proyectos expositivos, espectáculos en vivo o industrias culturales en los ámbitos empresarial e institucional.
CE08 - Adquirir la habilidad para generar un contenido cultural apropiado para la salvaguarda y divulgación del patrimonio cultural a través de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.
CE09 - Analizar y evaluar planes de acciones comunicativas y criterios de diversas dimensiones patrimoniales, que cristalicen en la definición y elaboración de una imagen de marca destinada a alcanzar un fuerte impacto como producto cultural.
CE10 - Conocer las limitaciones de los recursos disponibles para desarrollar un producto cultural sostenible a nivel medioambiental, económico-financiero y del uso tradicional de los bienes culturales.
CE11 - Desentrañar las relaciones entre los productos culturales y las relaciones de poder, para ser capaz de evaluar las críticas culturales, de acuerdo con los valores de libertad, justicia y solidaridad.
CE12 - Sintetizar, analizar y evaluar fuentes y datos cuantitativos y cualitativos, así como de describir esos datos de forma correcta en un determinado marco de referencia -es decir convertirlos en información- de modo que puedan generar conocimiento sobre la evolución y tendencias del mercado de la comunicación y de la cultura.
CE13 - Demostrar el conocimiento y la comprensión de la problemática teórica reciente sobre la producción y el consumo cultural en la era digital, para ser capaz de pronosticar y evaluar predicciones sobre prácticas culturales.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo I.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

El Máster en *Producción y comunicación cultural* no tiene establecidos requisitos especiales de acceso distintos a los derivados de la limitación de plazas de nuevo ingreso ofertadas y de los establecidos por la legislación vigente en materia de acceso a los estudios universitarios de máster. En el caso de que el número de preinscritos supere a la oferta total de plazas del Máster, corresponderá a la Comisión Académica del Máster la selección de los alumnos en función de criterios vinculados a la adecuación de su perfil formativo a los objetivos y contenidos del Máster.

El acceso y admisión a los estudios universitarios de máster se encuentra regulado por lo establecido en el Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero, y en el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, que modifican el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, sobre ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, así como por lo dispuesto en el citado Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

El artículo 16, apartado 1 de este último Real Decreto, en la redacción dada por el Real Decreto 861/2010, en su artículo único, apartado nueve, establece, en materia de acceso a las enseñanzas oficiales de máster, que para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de máster. El apartado 2 del citado artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, señala que 'así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equi-



valente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de posgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster'.

Por su parte y en relación con los requisitos de admisión a las enseñanzas oficiales de máster, el artículo 17 del Real Decreto 1393/2007, modificado en su apartado segundo por el artículo único, apartado diez del Real Decreto 861/2010, establece que '1. Los estudiantes podrán ser admitidos a un Máster conforme a los requisitos específicos y criterios de valoración de méritos que, en su caso, sean propios del título de Máster Universitario o establezca la universidad. 2. La Universidad incluirá los procedimientos y requisitos de admisión en el plan de estudios, entre los que podrán figurar complementos formativos en algunas disciplinas, en función de la formación previa acreditada por el estudiante. Dichos complementos formativos podrán formar parte del Máster siempre que el número total de créditos a cursar no supere los 120. En todo caso, formen o no parte del Máster, los créditos correspondientes a los complementos formativos tendrán, a efectos de precios públicos y de concesión de becas y ayudas al estudio la consideración de créditos de nivel de Máster. 3. Estos sistemas y procedimientos deberán incluir, en el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos. 4. La admisión no implicará, en ningún caso, modificación alguna de los efectos académicos y, en su caso, profesionales que correspondan al título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar enseñanzas de Máster'.

En consecuencia, de lo previsto en los citados Reales Decretos, la Universidad de Castilla-La Mancha, en su Reglamento para la elaboración, diseño y aprobación de las nuevas enseñanzas de máster universitario, aprobado en Consejo de Gobierno de 9 de diciembre de 2008 y publicado en el BO-UCLM con el número 122 de marzo de 2009, establece como requisitos de acceso en su artículo 17 que '1. Para acceder a los estudios de Máster Universitario será necesario encontrarse en posesión de un título universitario español de carácter oficial. Igualmente, podrán acceder los titulados universitarios de países del Espacio Europeo de Educación Superior cuyo título faculte en el país expedidor para acceder a enseñanzas de Máster. 2. Asimismo, podrán acceder los titulados universitarios de sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de homologación, siempre que acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales y que facultan, en el país expedidor, para el acceso a enseñanzas de posgrado. Para la admisión sin homologación del título extranjero, se requerirá la autorización del Rector, previo informe favorable de la Comisión Académica del Máster'. Y en su artículo 18, en materia de admisión de estudiantes, dispone que '1. Los estudiantes serán admitidos en un Máster Universitario mediante resolución de la Comisión Académica del Máster, conforme a los requisitos y criterios de valoración de méritos que se definan para cada uno de ellos, entre los que podrán figurar requisitos de formación previa específica en algunas disciplinas o de formación complementaria. Los alumnos que cumplan los requisitos y no sean admitidos, en su caso, podrán formular reclamación ante la Comisión de Reforma de Títulos y Planes de Estudios, que recabará para su resolución los informes que considere oportunos. 2. La formación complementaria podrá formar parte de la oferta de créditos del máster y el estudiante podrá cursarla como parte de sus estudios siempre que no le suponga la realización de más de 120 créditos ECTS para obtener el título. Dicha formación complementaria podrá diseñarse con materias del propio máster universitario o, mediante la autorización de los responsables del programa, con asignaturas de otros planes de estudios oficiales de la UCLM. 3. Los sistemas y procedimientos de admisión deberán incluir, para los estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán, en su caso, la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos. 4. La Comisión Académica de cada uno de los másteres elaborará y publicará, con el informe favorable de la Comisión de Reforma de Títulos y Planes de Estudios, los criterios de admisión, y en su caso, el diseño concreto de la formación complementaria'.

La Comisión Académica del Máster tendrá en cuenta los siguientes criterios al valorar las solicitudes presentadas, otorgándoles una calificación que oscilará entre 0 y 5 puntos:

- Titulaciones pertenecientes a las Ramas de Arte y Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas (hasta un máximo de 1 punto).
- Expediente académico (hasta un máximo de 1,25 puntos).
- Otros méritos académicos o de formación, como cursos y seminarios, posgrados, otras titulaciones, o participación en congresos (hasta un máximo de 0,5 puntos).
- Publicaciones (hasta un máximo de 1 punto).
- Experiencia profesional (hasta un máximo de 0,75 puntos).
- Idiomas con nivel B1 mínimo (hasta un máximo de 0,50 puntos).

Tras evaluar todas las solicitudes, la Comisión Académica elaborará una relación priorizada con los candidatos que hayan resultado admitidos en el Máster y aquellos otros que pasan a ser candidatos suplentes, indicando, en caso de resultar necesario, las acciones compensadoras que deberán llevar a cabo los alumnos admitidos para colmar las posibles deficiencias formativas que se hubieran advertido al examinar su solicitud.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Los alumnos interesados en cursar el Máster Universitario en Producción y comunicación cultural contarán, previamente a la formalización de la matrícula, con el asesoramiento de la Comisión Académica del Máster con el fin de aconsejar y resolver las dudas que se presenten.

Una vez matriculados, los alumnos del Máster dispondrán de un instrumento de recepción en el Máster (en los términos y con el contenido examinados en el subapartado «4.1.4. Acciones de orientación del alumnado») con la finalidad de facilitar su acogida e incorporación al mismo. Igualmente, se les asignará un tutor (tal y como se recoge en el subapartado «4.1.5. Plan de Acción Tutorial»), con quien resolverán las dudas y problemas que puedan surgir durante el seguimiento del Máster. Finalmente, antes de la realización del Trabajo Fin de Máster, cada alumno contará con el asesoramiento de un profesor del Máster sobre la elección del tema, quien será responsable de su seguimiento y tutorización durante su elaboración.

Los alumnos matriculados también podrán hacer uso de los recursos tecnológicos que la Universidad de Castilla-La Mancha pone a su disposición:

- Acceso a los contenidos específicos de carácter administrativo incluidos en el perfil de acceso «Estudiantes» de la página web de la universidad: www.uclm.es. En dicha página podrán encontrar información sobre becas, alojamiento, matrícula, catálogo bibliográfico, y otras cuestiones de interés.
- En esa misma página web podrán encontrar los contenidos académicos y oferta de servicios de todos los centros de la Universidad.
- Acceso al buzón del estudiante (<http://www.uclm.es/estudiantes>) como cauce para canalizar sus consultas de carácter administrativo durante su permanencia en la universidad.
- Cuentas de correo electrónico a través de las cuales se les hace llegar información administrativa puntual sobre determinados procesos (como cita previa de matrícula, becas, y otros).



- Consulta de su expediente administrativo en red a través de la aplicación informática correspondiente.

- Realización de la «automatrícula», de forma asistida mediante cita previa en sala, o a través de Internet. Las Unidades de Gestión Académica de cada Campus programan acciones formativas periódicas con tal fin. Además, todos los estudiantes reciben a través de su cuenta de correo electrónico un enlace para descargarse el «Manual de automatrícula».

- Acceso en línea, a través de la aplicación de «Campus Virtual» y vía la plataforma Moodle, a las asignaturas del Máster en las que se encuentren matriculados. Este acceso permite consultar en línea o descargarse los materiales de trabajo que se ofrece a los alumnos en cada asignatura, trabajar en línea en las plataformas que se abran a tal efecto en las asignaturas (incluyendo la realización de exámenes en línea), y subir el material de trabajo y/o examen que se les proponga en las diferentes asignaturas mediante la creación de tareas.

- Acceso a tutorías en línea mediante el Skype Empresarial, Microsoft Teams o cualquier otra plataforma semejante, tanto con el tutor asignado al alumno con carácter general en el Máster, como con el tutor de su Trabajo Fin de Máster.

Para la utilización de todos estos recursos se facilita a todos nuestros alumnos una clave de acceso (PIN) para garantizar la confidencialidad y seguridad en sus operaciones. Para una atención más personalizada e individualizada, las Unidades de Gestión Académica de cada Campus representan el eje fundamental de información y gestión administrativa en la interacción con el estudiante. A ello contribuye, así mismo, el Centro de Llamadas de la universidad, punto único de acceso telefónico responsable de derivar la llamada a la persona, unidad o departamento de la universidad encargado de atenderla.

Por otro lado, dentro de la institución universitaria existen algunos recursos destinados a facilitar la creación de contenidos para las enseñanzas on line. El profesorado podrá hacer uso del Centro de Tecnologías y Contenidos Digitales (C:TED) de la Universidad de Castilla-La Mancha, con sede en todos los campus, que proporciona herramientas digitales y sets de escenografía virtual con el fin de generar material educativo multimedia y video-conferencias. Otros servicios disponibles son la generación de manuales docentes en formato *ebook* o la consultoría para retransmisión de eventos.

La Universidad de Castilla-La Mancha, sensible a los problemas a los que se enfrentan las personas que sufren algún tipo de discapacidad en su incorporación al mundo universitario, dispone de un Servicio de Atención al Estudiante Discapacitado (SAED), con una sede en cada Campus. Este servicio pretende salvar dichas dificultades aportando los elementos de apoyo necesarios para dar una solución individualizada a cada alumno. La información sobre los servicios que proporciona se encuentra en la siguiente dirección web: <http://blog.uclm.es/saed/contacta-con-nosotros/>.

Para atender a los alumnos que, en virtud de los distintos convenios o programas de intercambio que tiene establecidos la Universidad de Castilla-La Mancha, desean realizar estancias en otras universidades o a aquellos que nos visitan, la universidad pone a su disposición la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI). Ésta, tanto a través de su página web (<https://www.uclm.es/misiones/internacional/movilidad/ori>) como a través de folletos informativos emitidos con carácter periódico, facilita información oportuna para estos estudiantes.

Conscientes de la importancia de una atención al alumno más integral, la Universidad de Castilla-La Mancha dispone de un Servicio de Atención Psicológica (SAP), con sede en cada uno de sus Campus. Toda la información sobre sus fines, actividades, y talleres se encuentra en su página web <https://www.uclm.es/es/misiones/iaucim/campus/vidacampus/sap>.

Así mismo, la Universidad de Castilla-La Mancha pone a disposición de sus alumnos y graduados el Centro de Información y Promoción del Empleo (CIPE), a través del cual aquéllos podrán acceder a bolsas de empleo, asesoramiento y orientación laboral, aula permanente de autoempleo, información académico-laboral, y el foro UCLM Empleo que anualmente se convoca con carácter rotatorio en los diversos Campus y que se constituye como un punto de encuentro imprescindible entre el mundo académico y el profesional. Sus servicios están disponibles en la página web <http://blog.uclm.es/cipe/>.

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	0

En la titulación Máster en Producción y Comunicación Cultural se propone la siguiente tabla de reconocimiento de créditos:

Tipo de reconocimiento	Nº Créditos mínimos	Nº Créditos máximos
Reconocimientos por estudios universitarios no oficiales (títulos propios)	0	0
Reconocimientos por experiencia profesional o laboral	0	0

La Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Castilla-La Mancha se aprobó en Consejo de Gobierno del 18 de junio de 2009, habiendo sido modificada por Acuerdo de Consejo de Gobierno de



21 de febrero de 2012. Su articulado, en lo que afecta al reconocimiento y transferencia de créditos en el ámbito de las titulaciones de Máster, establece:

Capítulo I. Reconocimiento de créditos.

Artículo 6. Reconocimiento de créditos en las enseñanzas oficiales de Máster Universitario.

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

6.2. Igualmente, entre enseñanzas de Máster Universitario, sean de la fase docente de Programas de Doctorado regulados por el Real Decreto 778/1998, de Programas Oficiales de Posgrado desarrollados al amparo del Real Decreto 56/2005 o de títulos de Máster desarrollados al amparo del Real Decreto 1393/2007, serán objeto de reconocimiento las materias cursadas en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las enseñanzas superadas y los previstos en el plan de estudios del título de Máster que se curse en el momento de la solicitud.

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

Artículo 7. Reconocimiento de estudios superiores no universitarios.

7.1. En virtud de lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, y de acuerdo con los criterios y directrices fijadas por el Gobierno de la Nación, en su caso, el Gobierno de la Comunidad Autónoma y el procedimiento que establezca la Universidad de Castilla-La Mancha, podrán ser reconocidos en titulaciones oficiales de grado estudios cursados en enseñanzas artísticas superiores, en la formación profesional de grado superior, en las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior y en las enseñanzas deportivas de grado superior.

7.2. A estos efectos, de conformidad con lo dispuesto en el art.- 77.3 de la Ley 7/2010, de 20 de julio, de Educación de Castilla-La Mancha, y en el art.5.2 del R.D. 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de Estudios en el ámbito de la Educación Superior, se promoverán los acuerdos de colaboración necesarios entre la universidad y la Comunidad Autónoma para establecer el reconocimiento de créditos entre estudios de grado y ciclos formativos de grado superior de la formación profesional.

7.3. Cuando una misma enseñanza se imparta en diferentes campus, los centros responsables de la misma deberán acordar los requisitos y procedimiento para el reconocimiento de enseñanzas superiores no universitarias en los mismos términos. En cualquier caso, la Universidad establece que el número máximo de créditos que se podrán reconocer en una titulación de grado por estudios superiores no universitarios será de 54.

Artículo 7. Bis. Reconocimiento de créditos por experiencia profesional o laboral y enseñanzas universitarias no oficiales.

7 bis.1. La experiencia profesional o laboral debidamente acreditada, conforme a los criterios establecidos por el Centro responsable de la enseñanza, podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial de Grado o Máster Universitario, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. La Comisión de Reforma de Títulos, Planes de Estudio y Transferencia de Créditos tendrá en cuenta los siguientes criterios para reconocer créditos por experiencia laboral o profesional:

- El reconocimiento se aplicará preferentemente en los créditos de prácticas externas (*practicum*) que contemple el plan de estudios o, en su caso, en materias de contenido eminentemente práctico (más del 50 % de los créditos de la materia).
- El estudiante que solicite el reconocimiento de créditos por experiencia profesional deberá aportar: Solicitud de reconocimiento de créditos en el formato oficial que habilite la Universidad; Certificado de vida laboral expedido por la Seguridad Social; Certificado de la empresa o empresas en las que haya desarrollado la actividad susceptible de reconocimiento en el que el Director de Recursos Humanos o persona que ocupe un puesto de similar responsabilidad certifique las funciones realizadas por el trabajador. En el caso de trabajadores autónomos, no será necesario la aportación de dicho documento, aunque la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos del Centro podrá requerir la documentación complementaria que considere oportuna; Memoria realizada por el estudiante en la que explique las tareas desarrolladas en los distintos puestos que ha ocupado y en las que, en su opinión, le han permitido obtener algunas de las competencias inherentes al título en el que desea obtener el reconocimiento académico.
- Las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros, a la vista de la documentación presentada por el estudiante, podrán acordar realizar una entrevista personal para aclarar ciertos aspectos y, en su caso, realizar una prueba de carácter objetivo para valorar las competencias que declara poseer el estudiante.
- Cuando el reconocimiento de créditos se pretenda aplicar sobre una asignatura que no sean las prácticas externas o que no tenga un carácter práctico, la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos del Centro, si estima que podría ser



reconocible, deberá elaborar un informe y remitir la solicitud junto con la documentación aportada por el estudiante a la Comisión de Reforma de Títulos, Planes de Estudio y Transferencia de Créditos de la Universidad, que será el órgano responsable de resolver el reconocimiento de créditos de asignaturas por la acreditación de experiencia profesional.

7 bis.2. Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias no oficiales conducentes a la obtención de los títulos referidos en el art.- 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. A estos efectos serán reconocibles en las enseñanzas oficiales los créditos obtenidos en estudios universitarios no oficiales que se encuentren inscritos en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) conforme a lo dispuesto en el art. 17 del RD 1509/2008, de 12 de septiembre.

7 bis.3. El número de créditos objeto de reconocimiento por experiencia profesional o laboral y enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento de los créditos totales que constituyen el plan de estudios.

7 bis.4. Sin perjuicio de lo dispuesto en el punto anterior, los créditos procedentes de títulos propios de la Universidad de Castilla-La Mancha podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado anteriormente o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el título haya sido extinguido y sustituido por un título oficial y así se haga constar expresamente en la memoria de verificación del nuevo plan de estudios.

7 bis.5. Las memorias elaboradas para la verificación del Consejo de Universidades de los títulos de Grado y Máster Universitario, deberán incluir, si así lo estima el órgano responsable de las enseñanzas, la posibilidad de reconocimiento de créditos por otras enseñanzas universitarias no oficiales y, en su caso, la posibilidad de reconocimiento de la experiencia profesional o laboral en el ámbito de la titulación que el nuevo estudiante pudiera acreditar.

7 bis.6. Cuando una misma enseñanza se imparta en diferentes campus, los centros responsables de la misma deberán acordar los requisitos y procedimiento para el reconocimiento de la experiencia profesional y laboral y enseñanzas universitarias no oficiales en los mismos términos.

Artículo 8. Estudios extranjeros.

8.1. Para los estudiantes que soliciten el reconocimiento de los créditos por haber cursado estudios universitarios en el extranjero, se mantiene el régimen establecido por el RD 285/2004, de 20 de febrero, por el que se regulan las condiciones de homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de educación superior.

8.2. Una vez efectuada la homologación, el reconocimiento de créditos estará sujeto a los preceptos contenidos en la presente normativa.

Artículo 9.- Estudios interuniversitarios y programas de movilidad.

En las enseñanzas que se organicen de forma conjunta con otras Universidades españolas o extranjeras, y en los programas de movilidad se estará, en lo concerniente al reconocimiento de créditos, a lo dispuesto en los correspondientes convenios y a los protocolos establecidos por la Universidad de Castilla-La Mancha.

Capítulo II. Transferencia de Créditos.

Artículo 10: Definición.

10.1. Según la redacción dada por el punto 2 del artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, la transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos superados en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

10.2. La transferencia de créditos requiere la previa aceptación del estudiante en las enseñanzas correspondientes.

Artículo 11. Procedimiento.

11.1. El procedimiento administrativo para la transferencia de créditos se iniciará a solicitud del interesado, dirigida al Sr. Decano/Director del respectivo Centro, o en su caso, al Coordinador del Máster Universitario.

11.2. Si los créditos cuya transferencia se solicita han sido superados en otro centro universitario, la acreditación documental de los créditos cuya transferencia se solicita deberá efectuarse mediante certificación académica oficial por traslado de expediente, emitida por las autoridades académicas y administrativas de dicho centro.

Capítulo III. Órganos competentes de Resolución, plazos y procedimiento, e incorporación al expediente de los estudiantes el reconocimiento y la transferencia de créditos.

Artículo 12. Órganos competentes para la resolución de reconocimiento de créditos en Títulos de Grado y Máster.



12.1. Las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros estarán constituidas por cinco miembros designados por el órgano responsable del programa, siendo uno de ellos un representante de los estudiantes. Sus funciones serán:

- Estudio, propuesta y emisión de resolución expresa, sin perjuicio de lo dispuesto en el Art. 7.bis, sobre las solicitudes de reconocimiento de créditos. A tal efecto, las Comisiones podrán solicitar informes a los Departamentos que correspondan. Las resoluciones de reconocimiento deberán dictarse respetando la fecha límite que el Vicerrectorado con competencias en materia de estudiantes fije para cada curso académico al efecto, y, en todo caso, en un plazo máximo de tres meses desde la presentación de la solicitud.
- En la resolución de reconocimiento se deberá indicar el tipo de créditos reconocidos, así como las materias o asignaturas que el estudiante no deberá cursar por considerar que ya han sido adquiridas las competencias correspondientes a los créditos reconocidos.
- Elaborar, en coordinación con los Departamentos que correspondan, tablas de reconocimiento para aquellos supuestos en que proceda el reconocimiento automático de créditos obtenidos en otras titulaciones oficiales de Grado, de la misma o distinta rama de conocimiento, o en titulaciones oficiales de Máster Universitario. Las tablas de reconocimiento serán públicas para informar con antelación a los estudiantes sobre las materias o asignaturas que les serán reconocidas.
- Emitir informe, previamente a su tramitación, sobre los recursos que se puedan interponer respecto al reconocimiento de créditos.
- Las resoluciones de reconocimiento y los acuerdos adoptados sobre las reclamaciones interpuestas contra el reconocimiento serán firmadas por el Presidente de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos correspondiente.

12.2. Se constituirá la Comisión de Reforma de Títulos, Planes de Estudio y Transferencia de Créditos de la Universidad, formada por los vicerrectores con competencias en materia de grado, máster, y ordenación académica, o personas en quien deleguen, un profesor doctor por cada una de las ramas de conocimiento, nombrados por el Consejo de Gobierno a propuesta del Consejo de Dirección, y dos representantes de estudiantes, uno de grado y otro de posgrado, y como secretario, el Director Académico del vicerrectorado con competencias en materia de Grado y Máster.

Sus funciones serán:

- Velar por el correcto funcionamiento de las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros en los procesos de reconocimientos de créditos.
- Coordinar a las Comisiones Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros para que exista una línea común de actuación en la aplicación de esta normativa.
- Resolver, en primera instancia, las dificultades que pudieran surgir en los procesos de reconocimiento.
- Revisión de los recursos de alzada que se interpongan a las resoluciones de las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros.
- Validar las tablas de reconocimiento automáticas que publiquen los Centros.
- Informar los reconocimientos que se puedan establecer entre Ciclos Formativos de Grado Superior y las enseñanzas universitarias, así como los posibles reconocimientos de la experiencia laboral que se pudiera contemplar en los distintos planes de estudios.
- Resolver las propuestas de reconocimiento de créditos asignaturas por experiencia profesional o laboral, previo informe favorable del Centro responsable de la titulación.

12.3. Contra los acuerdos de las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, se podrá interponer reclamación en el plazo de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente de la recepción de la resolución de reconocimiento.

12.4. Contra los acuerdos adoptados por las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la fase de reclamación, los interesados podrán interponer recurso de alzada ante el Rector, en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente al de la notificación.

Artículo 13. Plazos y procedimientos.

13.1. La Universidad podrá establecer anualmente uno o dos plazos de solicitud para que los estudiantes puedan solicitar el reconocimiento y transferencia de créditos, con el fin de ordenar el proceso en los periodos de matrícula.

13.2. Los expedientes de reconocimiento de créditos se tramitarán a solicitud del interesado en las unidades administrativas que determine la Universidad, quien deberá aportar la certificación académica, así como el plan de estudios de origen y el programa de todas las asignaturas de las que se solicite el reconocimiento, con indicación de las competencias adquiridas.

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

13.4. Aquellos estudiantes solicitantes de transferencia de créditos que hayan cursados sus enseñanzas en una Universidad distinta de la UCLM deberán aportar los documentos oficiales requeridos para hacer efectiva la incorporación de la información a su expediente académico.



Artículo 14. Incorporación al expediente del reconocimiento y la transferencia de créditos.

14.1. Los créditos, encuadrados en la unidad formativa evaluada y certificada, se incorporarán al nuevo expediente del estudiante con el literal, la tipología, el número de créditos y la calificación obtenida en el expediente de origen, con indicación de la Universidad en la que se cursaron (Asignatura cursada en la titulación T, Universidad U).

14.2. Si al realizarse el reconocimiento, se modificara la tipología de los créditos origen, se indicará en el expediente la tipología de origen pero también se hará constar el tipo de créditos reconocidos en destino.

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

14.4. Con objeto de facilitar la movilidad entre universidades integradas en el Espacio Europeo de Educación Superior, en las certificaciones académicas de los títulos oficiales que se expidan a los estudiantes deberán incluirse los siguientes aspectos:

- Rama de conocimiento a la que se adscribe el título.
- En caso de profesiones reguladas, referencia de la publicación oficial en la que se establezcan las condiciones del plan de estudios y requisitos de verificación.
- Materias de formación básica a las que se vinculan las correspondientes materias o asignaturas, y
- Traducción al inglés de todas las materias y asignaturas cursadas por el estudiante.

14.5. El reconocimiento de créditos en estudios de Grado o Máster por enseñanzas universitarias no oficiales, por enseñanzas superiores no universitarias o por experiencia profesional o laboral, previo abono del precio público correspondiente, se incorporará sin calificación, por lo que no computará a efectos de baremación del expediente.

DISPOSICIÓN ADICIONAL.

En las enseñanzas de Máster Universitario se habilita a la correspondiente Comisión Académica del Máster para que actúe como Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de ese título.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.

Las convalidaciones de estudios para titulaciones no adaptadas al EEES, seguirán rigiéndose conforme a los criterios establecidos en el Anexo I del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudio de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, sin perjuicio de que serán las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos establecidas en la presente normativa las competentes para dictar las correspondientes resoluciones.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

Queda derogada la Normativa sobre Adaptación a los nuevos Planes de Estudio de la UCLM, aprobada en Junta de Gobierno de 20 de julio de 1999.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

No se contemplan.



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Elaboración de memorias, informes o trabajos		
Participación en foros on-line		
Lectura, análisis y recensión de artículos		
Enseñanza no presencial		
Tutorías (individuales/grupales)		
Estudio o preparación de pruebas		
Resolución de problemas y/o casos		
Presentación de trabajos o informes		
Evaluación formativa		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo (vídeos formativos en línea)		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
Trabajo dirigido de tipo cooperativo/colaborativo		
Lectura crítica dirigida		
Trabajo autónomo		
Prueba de evaluación formativa		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Evaluación de memorias, informes o trabajos		
Valoración del portafolio		
Valoración de problemas, casos y prácticas		
Valoración de participación con aprovechamiento		
Prueba final		
Valoración de la presentación pública de la Memoria Fin de Máster		
Valoración de la Memoria Final del Máster		
5.5 NIVEL 1: PATRIMONIO, PAISAJES Y ESPACIOS CULTURALES		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: PATRIMONIO, PAISAJES Y ESPACIOS CULTURALES		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12		
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	
NIVEL 3: Paisajes naturales y culturales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
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	
NIVEL 3: Espacios Culturales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
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
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
<ul style="list-style-type: none"> - Analizar la evolución del concepto de paisaje y la evolución de los distintos paradigmas desde la concepción de monumento al de paisaje como elemento patrimonial. - Conocer y manejar el marco normativo existente sobre el paisaje en sus diversas acepciones y escalas internacional, europea, nacional y regional. - Identificar y manejar los distintos Catálogos y Atlas del Paisaje existentes, tanto en el caso europeo como español. - Entender e incorporar el concepto de 'gestión creativa de los paisajes culturales' incluido en la Estrategia Territorial Europea, y sintomático del creciente interés por la conservación de paisajes a escala europea. - Conocer y aplicar metodologías de investigación y de comunicación, y los procesos de elaboración de resultados en los distintos ámbitos de trabajo. - Analizar la evolución del concepto espacio cultural como espacio físico y virtual interrelacionado con la presentación del patrimonio cultural, la difusión a través de las propuestas museísticas y la promoción mediante la acción educativa. - Reconocer los condicionantes dentro de un espacio cultural que permitan la creación de un producto cultural sostenible. - Analizar la evolución del concepto espacio cultural como espacio físico y virtual interrelacionado con la presentación del patrimonio cultural, la difusión a través de las propuestas museísticas y la promoción mediante la acción educativa. - Conocer, asimismo, las diferentes interpretaciones que se han empleado hasta nuestros días para definir conceptos como 'patrimonio cultural', 'museo' y 'acción educativa'. - Conocer y manejar el marco normativo en los diferentes contextos internacionales y nacionales: UNESCO, Consejo de Europa, leyes estatales y autonómicas. - Identificar las características de los medios que componen un espacio cultural (museos, bienes culturales, espacios creativos, etc.), con el fin de articular las herramientas y los recursos de divulgación necesarios para definir las posibles estrategias de la acción educativa, ya sea 'formal' o 'no formal'. No se pretende una mera transmisión de la información, sino traducir esa información para hacerla accesible a todos los sectores de la sociedad. - Reconocer los condicionantes dentro de un espacio cultural que permitan la creación de un producto cultural sostenible. 	
5.5.1.3 CONTENIDOS	
<p>Asignatura de PAISAJES NATURALES Y CULTURALES</p> <p>EL CONCEPTO MODERNO DE PAISAJE. Génesis del concepto moderno de paisaje: perspectivas artísticas y perspectivas científicas. El paisaje como expresión del orden natural.</p> <p>COMPONENTES HISTÓRICOS Y PATRIMONIALES DEL PAISAJE. Proceso histórico y formas paisajísticas: Patrimonio material e inmaterial del paisaje cultural. Patrimonio material, territorio y paisaje. Algunos ejemplos de paisajes históricos y sus implicaciones patrimoniales.</p> <p>EL PATRIMONIO INMATERIAL DE LOS PAISAJES CULTURALES. Tradiciones, creencias y costumbres. Paisajes con historia y lugares con memoria. La toponimia: patrimonio y paisaje. Degradación, protección y rehabilitación de los paisajes históricos.</p> <p>POLÍTICAS Y GESTIÓN DEL PAISAJE. El paisaje en las políticas de conservación de la naturaleza y el patrimonio. El Convenio Europeo del Paisaje. Las políticas de paisaje. Los Paisajes culturales, patrimonio de la humanidad. La gestión del paisaje y los nuevos actores.</p> <p>LOS PAISAJES RURALES Y DE MONTAÑA. Entre la renovación y la musealización.</p> <p>LA CIUDAD. Producto cultural y destino turístico/cultural.</p> <p>LA GESTIÓN Y LA ACTIVACIÓN DEL PAISAJE, a través de la patrimonialización, la interpretación y su vinculación con las industrias creativas y culturales.</p> <p>Asignatura de ESPACIOS CULTURALES</p> <p>PATRIMONIO CULTURAL - PRODUCTO CULTURAL - ESPACIO CULTURAL. Caracterización y diferencias. Evolución histórica de los conceptos de museo, patrimonio cultural y espacio cultural. Paradigmas actuales, y el espacio cultural 'expandido'.</p> <p>PROPUESTAS MUSEÍSTICAS. Museografía y museología en el siglo XXI. Espacios de comunicación / Espacios de conservación. Técnicas de interpretación y transmisión cultural. La acción cultural in situ. El Museo Digital.</p> <p>ACCIÓN EDUCATIVA. La educación formal y la educación no formal. La acción educativa en los museos, monumentos y yacimientos arqueológicos. Diseño de programas didácticos adaptados.</p> <p>EL CONTENIDO DE LOS ESPACIOS CULTURALES. Programas interpretativos y productos culturales. Tecnologías actuales al servicio de la presentación y de la comunicación. Segmentación del programa interpretativo. Hábitos de consumo cultural y mecanismos para provocar el interés del visitante. Producto cultural y 'club de negocio'.</p>	
5.5.1.4 OBSERVACIONES	



JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

El término paisaje tiene una historia propia peculiar en el contexto de la historia de las mentalidades y de la evolución de pensamiento científico, así frente a la acepción tradicional de paisaje como 'género artístico', la emergencia de la idea de paisaje como 'objeto de estudio', es decir, realidad espacial humanizada susceptible de ser analizada con métodos científicos, es un hecho incontestable a lo largo del último siglo. Basta un búsqueda sencilla en un fondo informatizado para apreciar que el primer tercio del siglo XX está dominado abrumadoramente por producciones de historia del arte, en consonancia con el uso tradicional del término; en las décadas centrales, es la geografía la que concentra las menciones; finalmente, en el último tercio, y muy especialmente en los últimos quince años, no sólo se dispara el número bruto de títulos, sino que 'sin desaparecer la geografía' se constata la entrada dentro de este ámbito de estudio de áreas de conocimiento como la arqueología, la historia, los estudios ecológicos y medioambientales, la arquitectura o los trabajos de naturaleza interdisciplinar, cuando no, directamente, de la denominada 'ciencia del paisaje'.

Según el Convenio Europeo del Paisaje éste es 'cualquier parte del territorio, tal y como es percibida por las poblaciones, cuyo carácter resulta de la acción de los factores naturales y humanos y de sus interrelaciones'. La territorialización del paisaje así entendida es, desde el punto de vista político y jurídico, un hecho relativamente reciente. Una política que supone la superación de la exclusiva protección y tutela de lo notable para afrontar la gestión de los cambios y la ordenación de tantos paisajes no sobresalientes o 'paisajes ordinarios', en cualquier caso, todos ellos 'paisajes culturales' en un espacio de intensa y antigua ocupación humana como es el continente europeo.

En la actualidad, los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales son valorados como patrimonio (ICOMOS, 1999) y este nuevo planteamiento favorece la superación de la utilización limitada del mismo como aquello exclusivamente histórico o artístico (de forma conjunta histórico-artístico) y abordar de manera cada vez más extendida otras formas en la que tienen cabida todos los elementos que presentan un valor 'histórico', 'cultural', 'natural', etc. y forman parte de la identidad de los pueblos.

En los últimos diez años hemos asistido a una renovación de la noción convencional de paisaje que ha situado este concepto en la actualidad del debate educativo y social. El paisaje ha pasado de ser concebido como la simple imagen estática del territorio o como un escenario bello para la contemplación a ser un termómetro indicativo del estado de salud de las relaciones de la sociedad con el medio ambiente y a considerarse un recurso de interés educativo, económico y social. A este cambio han contribuido diversos factores, entre los que destacan: a) las transformaciones aceleradas de los paisajes tradicionales, b) la crisis ecológica global, c) las aportaciones de la psicología ambiental, y d) la valorización del paisaje como recurso económico y social.

En este contexto, la materia que aquí presentamos se articula en términos de estrategias de identificación y caracterización de paisajes susceptibles de compatibilizar la protección de los espacios rurales, naturales, urbanos con el desarrollo económico. Desde el punto de vista económico, algunos paisajes se han convertido en un bien escaso, adquiriendo el valor de patrimonio, y además constituyen un recurso importante para el desarrollo de formas emergentes de turismo y de ocio (turismo verde, agroturismo, turismo cultural, etc.), alternativas a las formas convencionales del turismo de masas. Desde el punto de vista social, el paisaje se manifiesta como un recurso de gran interés para el ocio y para la formación ambiental de las personas en general y, en particular, para la educación de la población en edad escolar.

La concepción patrimonial del paisaje implica su comprensión como recurso, como elemento 'valorizable' en las estrategias de desarrollo territorial, que se vinculan también a la gestión sostenible del territorio que defienden muchos autores. En esta misma línea se manifiesta la Estrategia Territorial Europea cuando destaca que los paisajes culturales contribuyen 'a través de su singularidad, a la identidad local y regional' sin olvidar su interés como elemento de atracción turística, hasta el punto de que 'la conservación de estos paisajes es importante, pero no puede obstaculizar en exceso o incluso hacer imposible su explotación económica' y en este sentido, su vinculación con las industrias y actividades de producción y comunicación cultural.

Desde mediados del siglo pasado, el ámbito de la producción y comunicación cultural ha experimentado cambios radicales que desbordan ampliamente lo que durante mucho tiempo fue el espacio prioritario para la transmisión de las formas de la alta cultura y del conocimiento elitista asociado a las mismas. Principalmente los museos, concebidos en el siglo XIX como garantes de la memoria de las sociedades burguesas y de su mirada identitaria hacia el pasado, pero también otros espacios como las galerías de arte, los teatros o las salas de cine y conciertos, tuvieron que dejar paso progresivamente a nuevas formas de transmitir el conocimiento y a nuevos espacios en los que esa transmisión tenía lugar. Disciplinas como la interpretación del patrimonio, e instalaciones como los centros de interpretación, los ecomuseos, los territorios-museos, los parques arqueológicos o los museos de sitio, son un buen ejemplo, de cómo progresivamente el ámbito de la comunicación del patrimonio cultural se ha ido abriendo a nuevas posibilidades alejadas del normativismo implícito en el discurso museístico. Por tanto, son estos nuevos territorios en los que se ha adentrado la comunicación cultural, los espacios culturales 'expandidos', a los que esta asignatura se aproximará para plantear las diferentes estrategias existentes en el mundo contemporáneo para alcanzar los fines de comunicación cultural de calidad, y de acción educativa.

En este sentido, una de las revoluciones más notables que han experimentado los espacios culturales está vinculada a las posibilidades que las tecnologías digitales han puesto, y, sobre todo, a disposición de los gestores culturales para elaborar nuevos discursos, y nuevas herramientas de intervención/educación sobre los usuarios de los espacios culturales. La superación del modelo basado en la transmisión del conocimiento lineal y su sustitución por tecnologías que permiten la personalización de la experiencia y el autodescubrimiento de los visitantes, nos están aproximando cada vez más a la consecución del fin último de la acción comunicativa perseguida en los distintos espacios culturales: la valoración y consumo sostenible como vías de conseguir su fomento, protección y conservación para el futuro.

El museo, en este nuevo paradigma tiene mucho que aportar, pero también necesita seguir renovándose. Conceptos como los museos virtuales, la realidad virtual o la realidad aumentada pueden abrir todo el conocimiento depositado tradicionalmente en sus instalaciones para transformarlos en eficaces herramientas educativas. El espacio museístico tiende a desaparecer como una entidad con coordenadas físicas para, poco a poco, convertirse en un foco de experiencia que puede tener lugar en cualquier punto donde el usuario accede a la red con la intención de sumergirse en una experiencia de conocimiento. Estos nuevos paradigmas, y sus posibilidades de futuro asociadas, serán analizadas y abordadas en esta asignatura.

IDIOMA/S DE IMPARTICIÓN

Las asignaturas se impartirán en español.

Los recursos -documentales, de información, textuales, webgráficos y demás- sobre los que se apoye la asignatura se podrán presentar en español, inglés, francés, italiano y portugués.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG01 - Poder identificar los temas de estudio propios del ámbito de la producción y la comunicación cultural para, en primera instancia, poder analizarlos y, posteriormente, ser capaces de aportar respuestas originales en el desarrollo o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.



CG02 - Saber adaptar las tecnologías de la información y de la comunicación a todo el aprendizaje de los procesos de producción y comunicación cultural de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.		
CG03 - Poder comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las producciones culturales, así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional.		
CG04 - Poder elaborar un discurso coherente, analítico y crítico, articulando argumentos razonados y juicios críticos sobre el mundo de la cultura, a partir de informaciones de diversa procedencia, contenido y formatos.		
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.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE24 - Poder desarrollar investigaciones profesionales y estudios de públicos a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.		
CE02 - Demostrar el conocimiento de la diversidad de las manifestaciones culturales y la complejidad de los procesos de globalización para ser capaz de aplicar propuestas a favor del diálogo intercultural.		
CE03 - Demostrar el conocimiento de las políticas culturales y de la comunicación y debe ser capaz de aplicarlo a la gestión de las creaciones culturales y a su evaluación.		
CE01 - Demostrar el conocimiento de las relaciones entre cultura y comunicación en ámbitos como la sociedad, la economía, la política y el derecho, tanto desde un punto de vista global como local, para ser capaz de desarrollar análisis académicos interdisciplinares.		
CE05 - Ser capaz de reunir, organizar y manejar profesionalmente documentación e información tanto de fuentes primarias como de ámbitos propios de la comunicación.		
CE06 - Ser capaz de desarrollar investigaciones académicas a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.		
CE07 - Ser capaz de desarrollar propuestas de planificación estratégica en proyectos expositivos, espectáculos en vivo o industrias culturales en los ámbitos empresarial e institucional.		
CE09 - Analizar y evaluar planes de acciones comunicativas y criterios de diversas dimensiones patrimoniales, que cristalicen en la definición y elaboración de una imagen de marca destinada a alcanzar un fuerte impacto como producto cultural.		
CE12 - Sintetizar, analizar y evaluar fuentes y datos cuantitativos y cualitativos, así como de describir esos datos de forma correcta en un determinado marco de referencia -es decir convertirlos en información- de modo que puedan generar conocimiento sobre la evolución y tendencias del mercado de la comunicación y de la cultura.		
CE13 - Demostrar el conocimiento y la comprensión de la problemática teórica reciente sobre la producción y el consumo cultural en la era digital, para ser capaz de pronosticar y evaluar predicciones sobre prácticas culturales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Elaboración de memorias, informes o trabajos	210	0
Participación en foros on-line	20	0
Lectura, análisis y recensión de artículos	20	0
Enseñanza no presencial	30	0
Tutorías (individuales/grupales)	20	0



5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo (vídeos formativos en línea)		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
Trabajo dirigido de tipo cooperativo/colaborativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de memorias, informes o trabajos	40.0	40.0
Valoración del portafolio	15.0	15.0
Valoración de problemas, casos y prácticas	20.0	20.0
Valoración de participación con aprovechamiento	25.0	25.0
5.5 NIVEL 1: DISEÑO, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS CULTURALES		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: DISEÑO, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS CULTURALES		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12		
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	
NIVEL 3: Estrategias de Investigación y técnicas de big data		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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



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	
NIVEL 3: Gestión de Proyectos Culturales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
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	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las estrategias de investigación implicadas en el proceso de producción y comunicación cultural. • Identificar, seleccionar y manipular la información, en función del tipo de fuente y los contenedores de información utilizados, y de acuerdo con las específicas necesidades de investigación o comunicación. • Conocer y aplicar metodologías de investigación y de comunicación, y los procesos de elaboración de resultados en los distintos ámbitos de trabajo. • Incorporar a la práctica de la producción cultural el uso de Internet y la web como fuentes de datos • Analizar grandes cantidades de datos y hacer comprensible la información a la audiencia a través de diferentes formatos de narrativa audiovisual. • Conocer las herramientas informáticas especializadas para el tratamiento cualitativo de los datos y su correcto análisis desde un punto de vista estadístico. • Tener capacidad para conocer la estructura y políticas culturales en España y Europa. • Conocer los instrumentos de gestión para elaborar proyectos culturales, a través de la creación de entidades de gestión, promoción y difusión. • Dominar los procedimientos para preservar y respetar los derechos de propiedad intelectual e industrial. • Aprender las claves para desarrollar la gestión de un proyecto cultural de acuerdo con los principios deontológicos que le corresponden. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Asignatura ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE BIG DATA</p> <p>IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE LO CULTURAL DESDE UNA PERSPECTIVA PATRIMONIAL: construcción de una tipología del patrimonio cultural.</p> <p>EL MARCO NORMATIVO como instrumento de conceptualización del patrimonio cultural.</p> <p>FUENTES AL SERVICIO DE LA INVESTIGACIÓN: recursos y tipología de fuentes; los modernos contenedores de información y la era de la digitalización.</p> <p>EL DISEÑO DE UNA INVESTIGACIÓN: Objetivos, Revisión de literatura, Hipótesis o preguntas de investigación, Justificación.</p>		



METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN: metodologías al servicio de la investigación en ciencias sociales y humanas; especificidades del trabajo con las fuentes orientado a la investigación, la información y la documentación; estrategias y sistemas de búsqueda de documentación/información en bases de datos y otros soportes digitalizados -documentales, científicos, y repositorios profesionales de diversa naturaleza-; la manipulación de contenedores masivos de información.

ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE LA COMUNICACIÓN CULTURAL: procedimientos de selección y sistematización de la información; construcción, operación/manipulación y trabajo con sistemas masivos de almacenaje de documentación/información; comunicación y elaboración de resultados.

PROCESADO DE DATOS APLICADOS A LA PRODUCCION AUDIOVISUAL: Periodismo 2.0, web semántica, bases de datos gubernamentales y *open data*. Herramientas informáticas para el mineado de datos y su posterior tratamiento cualitativo. Extracción de características y detección de anomalías en los patrones de datos. Herramientas de visualización y presentación de resultados.

Asignatura GESTIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

PLANIFICACIÓN Y CONCEPTO DE GESTIÓN CULTURAL. Recursos y estrategias de actuación. Gestión pública y gestión privada.

DISEÑO, GESTIÓN Y MODELOS DE PROYECTOS CULTURALES. Qué es un proyecto cultural. Fases del diseño de proyectos culturales. Evaluación de situación y resultados. Modelos de gestión cultural. Empresas culturales: Buenas prácticas. Empresas culturales emergentes y startups culturales.

POLÍTICAS CULTURALES Y ÁMBITO LEGAL DE LAS INDUSTRIAS DE LA CULTURA. Concepto e importancia de las industrias culturales. Concepto e importancia de las políticas públicas culturales. Agentes de las políticas culturales. Financiación de proyectos culturales. Propiedad intelectual. Derechos de autor y otros derechos conexos. Propiedad Industrial.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

La comprensión de lo que los procesos de producción y comunicación cultural representan, descansa en un adecuado conocimiento de los elementos teórico-conceptuales y metodológico-procesales sobre los que aquélla se construye y cimienta. Así, la consideración de lo que el hecho cultural -singularmente desde una perspectiva patrimonial- es, y los procedimientos a partir de los cuales lo concebimos y, especialmente, lo analizamos y (re)construimos, deben constituir las líneas maestras de esta asignatura.

La formación de profesionales de la producción y gestión cultural, en sus diversas manifestaciones y en sus múltiples salidas profesionales, exige el conocimiento de estas estrategias de investigación, en la medida en que presentan y analizan un amplio abanico de nociones instrumentales, recursos documentales, contenedores de información, bases de datos, herramientas informáticas y herramientas de trabajo científico y comunicativo que posibilitan la correcta comprensión de los procesos de investigación en el ámbito de lo cultural, y facilitan la incorporación de los alumnos, ya como profesionales, a dichos procesos tanto como comunicadores cuanto como investigadores en sentido propio.

La materia 2 se completa con una asignatura sobre gestión de proyectos culturales en la que se abordan los procesos de transformación de los recursos patrimoniales en productos culturales, abarcando desde las fases de desarrollo de la idea hasta la gestión final del producto implementado. Esta asignatura profundiza en aspectos relacionados con la generación de proyectos, economía de empresa, estructura de las industrias culturales, formas y modelos de financiación y políticas culturales. Se hace necesario un recorrido por las nuevas formas y modelos de gestión y las nuevas regulaciones sobre derechos de autor, propiedad intelectual y propiedad industrial en la sociedad en red.

IDIOMA/S DE IMPARTICIÓN

Lengua principal de impartición: español.

Uso docente de otras lenguas: inglés, francés e italiano.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG01 - Poder identificar los temas de estudio propios del ámbito de la producción y la comunicación cultural para, en primera instancia, poder analizarlos y, posteriormente, ser capaces de aportar respuestas originales en el desarrollo o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CG02 - Saber adaptar las tecnologías de la información y de la comunicación a todo el aprendizaje de los procesos de producción y comunicación cultural de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.

CG03 - Poder comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las producciones culturales, así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional.

CG04 - Poder elaborar un discurso coherente, analítico y crítico, articulando argumentos razonados y juicios críticos sobre el mundo de la cultura, a partir de informaciones de diversa procedencia, contenido y formatos.

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.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CET01 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.		
CET02 - Aplicar eficazmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE15 - Ser capaz de demostrar el conocimiento de la cultura y la comunicación, y de su complejidad y diversidad como ámbito específico de la creación contemporánea para ser capaz de desarrollar análisis académicos.		
CE16 - Analizar y seleccionar los descriptores que mejor representen un conjunto de datos extraídos de una situación física o virtual en el ámbito de la investigación.		
CE17 - Poder utilizar y evaluar herramientas software especializadas para el procesado de grandes datos en distintos contextos de investigación.		
CE18 - Poder analizar, evaluar y aplicar técnicas estadísticas avanzadas para la evaluación de resultados obtenidos sobre los datos de investigación.		
CE19 - Evaluar y asesorar sobre los diferentes métodos de visualización de datos aplicables según la información que se pretenda transmitir.		
CE20 - Entender la transformación de la economía de los medios y de sus condiciones laborales, técnicas y humanas para poder sintetizar y evaluar proyectos culturales.		
CE24 - Poder desarrollar investigaciones profesionales y estudios de públicos a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.		
CE03 - Demostrar el conocimiento de las políticas culturales y de la comunicación y debe ser capaz de aplicarlo a la gestión de las creaciones culturales y a su evaluación.		
CE04 - Ser capaz de gestionar los contenidos de los proyectos y la organización de las empresas, las instituciones y los equipamientos culturales en base al análisis de los mercados y los territorios y de acuerdo con las principales fuentes y mecanismos de financiación.		
CE05 - Ser capaz de reunir, organizar y manejar profesionalmente documentación e información tanto de fuentes primarias como de ámbitos propios de la comunicación.		
CE06 - Ser capaz de desarrollar investigaciones académicas a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.		
CE07 - Ser capaz de desarrollar propuestas de planificación estratégica en proyectos expositivos, espectáculos en vivo o industrias culturales en los ámbitos empresarial e institucional.		
CE10 - Conocer las limitaciones de los recursos disponibles para desarrollar un producto cultural sostenible a nivel medioambiental, económico-financiero y del uso tradicional de los bienes culturales.		
CE12 - Sintetizar, analizar y evaluar fuentes y datos cuantitativos y cualitativos, así como de describir esos datos de forma correcta en un determinado marco de referencia -es decir convertirlos en información- de modo que puedan generar conocimiento sobre la evolución y tendencias del mercado de la comunicación y de la cultura.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Elaboración de memorias, informes o trabajos	210	0
Participación en foros on-line	20	0
Lectura, análisis y recensión de artículos	20	0
Enseñanza no presencial	30	0



Tutorías (individuales/grupales)	20	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo (vídeos formativos en línea)		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
Trabajo dirigido de tipo cooperativo/colaborativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de memorias, informes o trabajos	40.0	40.0
Valoración del portafolio	15.0	15.0
Valoración de problemas, casos y prácticas	20.0	20.0
Valoración de participación con aprovechamiento	25.0	25.0
5.5 NIVEL 1: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y DIGITAL: NUEVAS NARRATIVAS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y DIGITAL: NUEVAS NARRATIVAS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	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
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	
NIVEL 3: Fundamentos del reportaje y el documental. Nuevos formatos híbridos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
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	
NIVEL 3: Producción transmedia		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
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	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> - Acceder a los conocimientos teóricos y prácticos esenciales para la redacción y el diseño de mensajes periodísticos innovadores de calidad. - Asimilar las renovadas técnicas expresivas. - Conocer y explorar las posibilidades de las narrativas digitales y cross/multi/transmedia en el complejo entramado tecnológico y social actual. - Construir, desde una visión estratégica, una historia y/o proyecto individual o colectivo tanto para un único canal / medio como para múltiples (cross/ multi/ transmedia). - Analizar, desde una perspectiva crítica, los nuevos retos en el campo de la creación de contenidos de carácter cultural. - Conocer las herramientas y conceptos que le permitan crear y analizar diferentes tipos de relatos a través de varias plataformas de una manera innovadora, eficaz, interactiva, crítica y responsable. - Conocer y comprender el contexto de los nuevos procesos de la comunicación. - Dotar a los comunicadores de conocimientos y técnicas básicas para la producción de sencillas piezas audiovisuales de no ficción. - Conocer el equipamiento básico necesario, técnicas fundamentales de grabación y edición, así como fundamentos clásicos del lenguaje audiovisual. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos del reportaje y el documental. Nuevos formatos híbridos 		



PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CULTURAL: REPORTAJES Y DOCUMENTALES. Rudimentos del lenguaje audiovisual, conceptos, equipamiento técnico, guion, técnicas de rodaje y postproducción básica.

FORMATOS HÍBRIDOS EN LA PRODUCCIÓN Y TEORIZACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES. Del documental al documental interactivo. De la Alfabetización Mediática a la producción colaborativa y el *user generated content* para la transformación social y cultural.

- Producción transmedia

INTERFACES. ELEMENTOS Y FASES EN LOS PROYECTOS CROSS/MULTI/TRANSMEDIA: Arquitectura de la información. Diseño de interfaces. Realidad virtual y 360°. La ecología de los medios on/off line. Evolución tecnológica, creatividad e innovación. Edición, pre-post producción y realización.

MEDIOS SOCIALES Y TECNOLOGÍAS PARA NUEVAS NARRATIVAS:

Redes sociales. Uso de drones. Inteligencia artificial para la generación de contenidos culturales.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

El lenguaje audiovisual ocupa un lugar fundamental en nuestros procesos comunicativos. Ante la continua proliferación de tecnologías digitales que avanzan, cambian, se transforman y mejoran día a día, la comunicación audiovisual se ha abierto a innumerables posibilidades tecnológicas.

Las historias que narramos llegan al público en formatos muy variados y el usuario consume e interactúa con el contenido a diferentes niveles: prensa on-line, blogs, producciones transmedia, periodismo de datos, reportajes y documentales interactivos, relatos gamificados, realidad virtual, videojuegos, etc. Ello nos conduce también a la necesidad de abordar las prácticas comunicativas desde nuevos campos teóricos: el *user generated content*, las producciones colaborativas y colectivas, y la transmedialidad, los medios sociales y las tecnologías para nuevas narrativas están haciendo tambalearse los principios clásicos sobre la emisión, el canal y la recepción del mensaje. Con todo, conviene no abordar las transformaciones desde el deslumbramiento tecnológico. La lectura crítica que aporta la Alfabetización Mediática y la creación de contenidos acordes con los principios de la misma, siguen siendo la base fundamental para una comunicación cultural exitosa y de calidad.

IDIOMA/S DE IMPARTICIÓN

Lengua principal de impartición: español.

Uso docente de otras lenguas: inglés, francés, italiano, portugués.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG02 - Saber adaptar las tecnologías de la información y de la comunicación a todo el aprendizaje de los procesos de producción y comunicación cultural de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.

CG03 - Poder comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las producciones culturales, así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional.

CG04 - Poder elaborar un discurso coherente, analítico y crítico, articulando argumentos razonados y juicios críticos sobre el mundo de la cultura, a partir de informaciones de diversa procedencia, contenido y formatos.

CG05 - Poder conocer y comprender nuevas situaciones relacionadas con el entorno profesional del mundo de la cultura en continua transformación.

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.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CET01 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.

CET02 - Aplicar eficazmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS



CE14 - Ser capaz de demostrar el conocimiento de los distintos lenguajes de la cultura y de la comunicación para su aplicación al análisis crítico de las producciones culturales y de la comunicación en todos sus ámbitos (edición, música, audiovisual, artes escénicas, artes visuales y expositivas, nuevos medios).		
CE21 - Analizar y evaluar el ecosistema de la comunicación digital y audiovisual, especialmente las dinámicas de las redes sociales.		
CE23 - Analizar el hecho cultural y evaluar las distintas expresiones culturales que difunden los medios de comunicación para sintetizar esos análisis y evaluaciones en distintos formatos comunicativos.		
CE07 - Ser capaz de desarrollar propuestas de planificación estratégica en proyectos expositivos, espectáculos en vivo o industrias culturales en los ámbitos empresarial e institucional.		
CE12 - Sintetizar, analizar y evaluar fuentes y datos cuantitativos y cualitativos, así como de describir esos datos de forma correcta en un determinado marco de referencia -es decir convertirlos en información- de modo que puedan generar conocimiento sobre la evolución y tendencias del mercado de la comunicación y de la cultura.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Elaboración de memorias, informes o trabajos	98	0
Participación en foros on-line	20	0
Lectura, análisis y recensión de artículos	60	0
Enseñanza no presencial	20	0
Tutorías (individuales/grupales)	20	0
Estudio o preparación de pruebas	50	0
Resolución de problemas y/o casos	30	0
Evaluación formativa	2	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo (vídeos formativos en línea)		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
Trabajo dirigido de tipo cooperativo/colaborativo		
Lectura crítica dirigida		
Trabajo autónomo		
Prueba de evaluación formativa		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de memorias, informes o trabajos	15.0	15.0
Valoración de problemas, casos y prácticas	50.0	50.0
Valoración de participación con aprovechamiento	10.0	10.0
Prueba final	25.0	25.0
5.5 NIVEL 1: CRÍTICA CULTURAL Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: CRÍTICA CULTURAL Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	12	



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	
NIVEL 3: Crítica cultural		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
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	
NIVEL 3: La comunicación de la cultura		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
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	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las principales corrientes artísticas y culturales para comprender sus diferentes manifestaciones y las complejas redes de relaciones que expresan.
- Conocer las producciones y prácticas culturales como manifestaciones sociales.
- Analizar en profundidad la relación entre crítica y comunicación cultural.
- Conocer las características que definen la comunicación corporativa y su aplicación en el ámbito cultural.
- Solucionar problemas de comunicación institucional específicos del ámbito de la cultura.
- Comprender la internacionalización de la economía, el desarrollo turístico y la captación de inversiones.
- Saber analizar las relaciones entre identidad y política interior.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Crítica cultural

GÉNEROS Y TÉCNICAS EXPRESIVAS EN EL PERIODISMO ACTUAL. Innovaciones, nuevos formatos y convergencia de medios.

LA CRÍTICA DE LA CULTURA COMO PRODUCCIÓN CULTURAL. Periodismo cultural como cultura. Autoría, producto y consumo. La crítica como servicio público.

LA CULTURA Y LA INDUSTRIA EN LAS SOCIEDADES DE MASAS. Política y mercado de la cultura. Producciones y prácticas culturales como manifestaciones sociales. Sociedad de públicos.

ANÁLISIS, CRÍTICA Y COMUNICACIÓN DE LA CULTURA. Formatos y medios. Críticas y públicos. Criterios y fuentes de la crítica.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA DE CRÍTICA CULTURAL. Periodismo y argumentación.

- La comunicación de la cultura

LA COMUNICACIÓN DE LA CULTURA (I). EL PAPEL DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN. Conceptos de identidad, comunicación e imagen corporativa. Espacios y herramientas de la comunicación corporativa. Fundamentos y estrategia para un plan de comunicación.

LA COMUNICACIÓN DE LA CULTURA (II). COMUNICACIÓN DEL TERRITORIO. Introducción a la comunicación del territorio. Estrategia de comunicación y comunicación del territorio. Nuevos retos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

Esta materia proporciona al alumno los conocimientos teóricos y prácticos esenciales para la ideación y el diseño de mensajes periodísticos innovadores de calidad, sobre todo aquellos de carácter cultural. A través de un conocimiento crítico de la trama de sentidos que llamamos Cultura y de sus relaciones con el medio social del que surge, el alumno aprende a interpretar las manifestaciones culturales y a trasladar al público sus claves, en un esfuerzo constante por democratizar el acceso a los valores culturales. Para lograrlo, se dota al estudiante de la capacidad de analizar y comprender las nuevas modalidades narrativas y las producciones artísticas como 'prácticas culturales', es decir, como manifestaciones sociales. Sin dejar de ser periodismo, la crítica de la cultura es otra más de esas prácticas culturales. El alumno, por tanto, aprende a emplear y adaptar estos recursos para redactar y difundir historias y componer y publicar textos que intervienen en el diálogo de la cultura. En un entorno en el que cualquiera puede difundir contenidos, los del periodista tienen que ser más atractivos, precisos, profundos, claros y críticos. Esta materia proporciona nuevas alternativas redaccionales y estilísticas, y a través de la misma el alumno aprenderá las herramientas, los conceptos y las técnicas para explotarlas.

Asimismo, es relevante que los alumnos conozcan el proceso de gestión de la comunicación desde las instituciones y organizaciones dedicadas a la cultura. En la asignatura de comunicación de la cultura, los alumnos tendrán la posibilidad de conocer los aspectos fundamentales de la comunicación institucional y corporativa de las organizaciones que gestionan ámbitos diversos de la cultura, desde museos, teatros o auditorios hasta eventos culturales como conciertos, ferias del libro, pasando por organizaciones que se centran en promocionar el patrimonio histórico material e inmaterial de los territorios.



De la misma manera también se profundizará en las tres principales dimensiones de la comunicación institucional y corporativa, que son el esqueleto de la gestión estratégica de la comunicación en cualquier organización: la identidad, la comunicación y la imagen. Y esto se completará con la explicación de los conceptos de reputación y marca. Asimismo, se analizarán las funciones de los departamentos encargados de gestionar la comunicación (gabinetes de comunicación, de prensa o direcciones de comunicación, responsabilidad social o marketing). Y además se presentan los fundamentos y las fases para la planificación y puesta en marcha de un plan de comunicación en una organización. También cobrará especial relevancia todo lo relacionado con las estrategias de comunicación enfocadas al desarrollo de la cultura en el territorio. El concepto de marca territorio, marca país o marca ciudad son en la actualidad ideas que van a apuntar el desarrollo económico, político y social de la ciudadanía. Y este desarrollo estará vinculado a las experiencias de los propios ciudadanos y visitantes de este entorno. En este aspecto la comunicación tiene un valor fundamental para mostrar conceptos como la sostenibilidad o la implementación de políticas dentro del marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

IDIOMA/S DE IMPARTICIÓN

Lengua principal de impartición: español.

Uso docente de otras lenguas: inglés, francés e italiano.

5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG02 - Saber adaptar las tecnologías de la información y de la comunicación a todo el aprendizaje de los procesos de producción y comunicación cultural de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.
CG03 - Poder comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las producciones culturales, así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional.
CG04 - Poder elaborar un discurso coherente, analítico y crítico, articulando argumentos razonados y juicios críticos sobre el mundo de la cultura, a partir de informaciones de diversa procedencia, contenido y formatos.
CG06 - Poder comprender, analizar y evaluar el sector de la comunicación y el periodismo, las herramientas para su estudio y la aplicación de los conocimientos adquiridos para desarrollar un pensamiento propio adecuado al sector.
CG07 - Poder conocer, analizar y evaluar las relaciones entre contenido, producto y servicio en el sector de la comunicación.
CG08 - Ser capaz de fomentar una cultura de la innovación.
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
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
CET01 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE14 - Ser capaz de demostrar el conocimiento de los distintos lenguajes de la cultura y de la comunicación para su aplicación al análisis crítico de las producciones culturales y de la comunicación en todos sus ámbitos (edición, música, audiovisual, artes escénicas, artes visuales y expositivas, nuevos medios).
CE21 - Analizar y evaluar el ecosistema de la comunicación digital y audiovisual, especialmente las dinámicas de las redes sociales.
CE22 - Analizar críticamente los valores específicos que propone cada producto cultural para situarlo en una perspectiva histórica y social adecuada.
CE23 - Analizar el hecho cultural y evaluar las distintas expresiones culturales que difunden los medios de comunicación para sintetizar esos análisis y evaluaciones en distintos formatos comunicativos.
CE05 - Ser capaz de reunir, organizar y manejar profesionalmente documentación e información tanto de fuentes primarias como de ámbitos propios de la comunicación.
CE08 - Adquirir la habilidad para generar un contenido cultural apropiado para la salvaguarda y divulgación del patrimonio cultural a través de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.
CE09 - Analizar y evaluar planes de acciones comunicativas y criterios de diversas dimensiones patrimoniales, que cristalicen en la definición y elaboración de una imagen de marca destinada a alcanzar un fuerte impacto como producto cultural.



CE11 - Desentrañar las relaciones entre los productos culturales y las relaciones de poder, para ser capaz de evaluar las críticas culturales, de acuerdo con los valores de libertad, justicia y solidaridad.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Elaboración de memorias, informes o trabajos	65	0
Participación en foros on-line	20	0
Lectura, análisis y recensión de artículos	50	0
Enseñanza no presencial	40	0
Tutorías (individuales/grupales)	20	0
Estudio o preparación de pruebas	58	0
Resolución de problemas y/o casos	30	0
Presentación de trabajos o informes	15	0
Evaluación formativa	2	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo (vídeos formativos en línea)		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
Trabajo dirigido de tipo cooperativo/colaborativo		
Trabajo autónomo		
Prueba de evaluación formativa		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de memorias, informes o trabajos	30.0	30.0
Valoración de problemas, casos y prácticas	30.0	30.0
Valoración de participación con aprovechamiento	10.0	10.0
Prueba final	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: TRABAJO FIN DE MÁSTER		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: TRABAJO FIN DE MÁSTER		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	12	
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: Trabajo de Fin de Máster		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	12	
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	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Idear, planificar y desarrollar un proyecto investigación o desde una vertiente profesional sobre algún aspecto relevante de la Producción o Comunicación Cultural. Utilizar los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes propios de una formación avanzada en Comunicación. Defender el resultado de una investigación de manera correcta y convincente. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Elaboración de un proyecto -profesional o de investigación-, de acuerdo a la discusión con el director del Trabajo, y redacción del texto. El seguimiento del Trabajo Final de Máster será mediante tutorías online periódicas con el profesor-director, tarea que incluye la aprobación final de la investigación bibliográfica y de la recogida de datos, la discusión con el director y la redacción del texto.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>El sistema de evaluación del TFM consiste en la valoración de la Memoria Final del Máster (70%) y la valoración de la presentación pública de la Memoria Fin de Máster (30%). Para garantizar una defensa del TFM pública se aplicarán los siguientes mecanismos:</p> <p>Teniendo en cuenta la distinción entre presencialidad física y presencialidad online, habrá una presentación pública, pero online, de la Memoria Fin de Máster. Las fechas de exposición y defensa del TFM y los sistemas electrónicos que se utilizarán en las mismas serán públicos, por lo que se habilitará un tablón de anuncios virtual con este objetivo o en su caso se publicitará en su página web con suficiente antelación. Si alguien deseara asistir online al acto de defensa del TFM, debe solicitar la invitación al mismo y la persona encargada de realizar la convocatoria a la reunión de defensa del TFM, le invitará a la misma.</p> <p>IDIOMA/S DE IMPARTICIÓN</p> <p>Lengua principal de impartición: español.</p>		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		



5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG01 - Poder identificar los temas de estudio propios del ámbito de la producción y la comunicación cultural para, en primera instancia, poder analizarlos y, posteriormente, ser capaces de aportar respuestas originales en el desarrollo o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CG02 - Saber adaptar las tecnologías de la información y de la comunicación a todo el aprendizaje de los procesos de producción y comunicación cultural de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.
CG03 - Poder comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las producciones culturales, así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional.
CG04 - Poder elaborar un discurso coherente, analítico y crítico, articulando argumentos razonados y juicios críticos sobre el mundo de la cultura, a partir de informaciones de diversa procedencia, contenido y formatos.
CG05 - Poder conocer y comprender nuevas situaciones relacionadas con el entorno profesional del mundo de la cultura en continua transformación.
CG06 - Poder comprender, analizar y evaluar el sector de la comunicación y el periodismo, las herramientas para su estudio y la aplicación de los conocimientos adquiridos para desarrollar un pensamiento propio adecuado al sector.
CG07 - Poder conocer, analizar y evaluar las relaciones entre contenido, producto y servicio en el sector de la comunicación.
CG08 - Ser capaz de fomentar una cultura de la innovación.
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.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
CET01 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.
CET02 - Aplicar eficazmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE14 - Ser capaz de demostrar el conocimiento de los distintos lenguajes de la cultura y de la comunicación para su aplicación al análisis crítico de las producciones culturales y de la comunicación en todos sus ámbitos (edición, música, audiovisual, artes escénicas, artes visuales y expositivas, nuevos medios).
CE15 - Ser capaz de demostrar el conocimiento de la cultura y la comunicación, y de su complejidad y diversidad como ámbito específico de la creación contemporánea para ser capaz de desarrollar análisis académicos.
CE16 - Analizar y seleccionar los descriptores que mejor representen un conjunto de datos extraídos de una situación física o virtual en el ámbito de la investigación.
CE17 - Poder utilizar y evaluar herramientas software especializadas para el procesado de grandes datos en distintos contextos de investigación.
CE18 - Poder analizar, evaluar y aplicar técnicas estadísticas avanzadas para la evaluación de resultados obtenidos sobre los datos de investigación.
CE19 - Evaluar y asesorar sobre los diferentes métodos de visualización de datos aplicables según la información que se pretenda transmitir.
CE20 - Entender la transformación de la economía de los medios y de sus condiciones laborales, técnicas y humanas para poder sintetizar y evaluar proyectos culturales.
CE21 - Analizar y evaluar el ecosistema de la comunicación digital y audiovisual, especialmente las dinámicas de las redes sociales.
CE22 - Analizar críticamente los valores específicos que propone cada producto cultural para situarlo en una perspectiva histórica y social adecuada.



CE23 - Analizar el hecho cultural y evaluar las distintas expresiones culturales que difunden los medios de comunicación para sintetizar esos análisis y evaluaciones en distintos formatos comunicativos.		
CE24 - Poder desarrollar investigaciones profesionales y estudios de públicos a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.		
CE02 - Demostrar el conocimiento de la diversidad de las manifestaciones culturales y la complejidad de los procesos de globalización para ser capaz de aplicar propuestas a favor del diálogo intercultural.		
CE03 - Demostrar el conocimiento de las políticas culturales y de la comunicación y debe ser capaz de aplicarlo a la gestión de las creaciones culturales y a su evaluación.		
CE01 - Demostrar el conocimiento de las relaciones entre cultura y comunicación en ámbitos como la sociedad, la economía, la política y el derecho, tanto desde un punto de vista global como local, para ser capaz de desarrollar análisis académicos interdisciplinarios.		
CE04 - Ser capaz de gestionar los contenidos de los proyectos y la organización de las empresas, las instituciones y los equipamientos culturales en base al análisis de los mercados y los territorios y de acuerdo con las principales fuentes y mecanismos de financiación.		
CE05 - Ser capaz de reunir, organizar y manejar profesionalmente documentación e información tanto de fuentes primarias como de ámbitos propios de la comunicación.		
CE06 - Ser capaz de desarrollar investigaciones académicas a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.		
CE07 - Ser capaz de desarrollar propuestas de planificación estratégica en proyectos expositivos, espectáculos en vivo o industrias culturales en los ámbitos empresarial e institucional.		
CE08 - Adquirir la habilidad para generar un contenido cultural apropiado para la salvaguarda y divulgación del patrimonio cultural a través de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.		
CE09 - Analizar y evaluar planes de acciones comunicativas y criterios de diversas dimensiones patrimoniales, que cristalicen en la definición y elaboración de una imagen de marca destinada a alcanzar un fuerte impacto como producto cultural.		
CE10 - Conocer las limitaciones de los recursos disponibles para desarrollar un producto cultural sostenible a nivel medioambiental, económico-financiero y del uso tradicional de los bienes culturales.		
CE11 - Desentrañar las relaciones entre los productos culturales y las relaciones de poder, para ser capaz de evaluar las críticas culturales, de acuerdo con los valores de libertad, justicia y solidaridad.		
CE12 - Sintetizar, analizar y evaluar fuentes y datos cuantitativos y cualitativos, así como de describir esos datos de forma correcta en un determinado marco de referencia -es decir convertirlos en información- de modo que puedan generar conocimiento sobre la evolución y tendencias del mercado de la comunicación y de la cultura.		
CE13 - Demostrar el conocimiento y la comprensión de la problemática teórica reciente sobre la producción y el consumo cultural en la era digital, para ser capaz de pronosticar y evaluar predicciones sobre prácticas culturales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Elaboración de memorias, informes o trabajos	150	0
Lectura, análisis y recensión de artículos	128	0
Tutorías (individuales/grupales)	20	0
Evaluación formativa	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
Prueba de evaluación formativa		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de la presentación pública de la Memoria Fin de Máster	30.0	30.0
Valoración de la Memoria Final del Máster	70.0	70.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Castilla-La Mancha	Profesor Titular de Universidad	31.6	100	29,2
Universidad de Castilla-La Mancha	Profesor Contratado Doctor	36.8	100	37,5
Universidad de Castilla-La Mancha	Ayudante Doctor	31.6	100	33,3
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 %
75	15	90
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

Las competencias definidas en la memoria de verificación del título son valoradas por dos vías:

1. A través de la evaluación de cada una de las materias: en cada una de las guías docentes, que para la Universidad de Castilla Mancha son electrónicas, con formato único, y públicas sin restricción de acceso alguno, se definen:

El profesorado responsable de la materia y encargado de evaluar las competencias definidas en dicha materia.

- Requisitos previos de la materia.
- Justificación en el plan de estudios, relación con otras asignaturas/materias y con la profesión.
- Competencias de la titulación que la materia contribuye a alcanzar.
- Objetivos o resultados de aprendizaje esperados.
- Temario / Contenidos.
- Actividades o bloques de actividad y metodología de enseñanza aprendizaje.
- La metodología de evaluación, incluyendo la modalidad y temporalidad de la evaluación.
- Secuencia de trabajo, calendario, hitos importantes e inversión temporal.
- Bibliografía y recursos.

2. A través de la evaluación del Trabajo Fin de Máster: Mediante la realización de esta actividad se evalúan todas las competencias definidas en el título. La evaluación de esta actividad la realizan los Tribunales de Evaluación de los Trabajos Fin de Máster supervisados, a su vez, por la Comisión de Evaluación de Trabajos Fin de Máster.

El seguimiento de los resultados del aprendizaje se realiza a través de los indicadores descritos en el Sistema de Garantía Interna de la Calidad del Título y son analizados, tal y como se describe en el 'procedimiento de medición, análisis y mejora', por la Comisión de Garantía Interna de la Calidad y las propuestas de mejora son incorporadas al 'informe anual de mejoras del título'. La difusión de los resultados se realiza a través del 'procedimiento de información pública' recogido en el Sistema de Garantía Interna de la Calidad.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	https://www.uclm.es/misiones/lauclm/areas-gestion/area-asistenciadireccion/-/media/8276B24B8A364F2C82BB1444BA3409B7.ashx
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	
	2021



Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No procede.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
02633318W	JOSÉ MANUEL	CHICHARRO	HIGUERA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Altagracia, 50	13071	Ciudad Real	Ciudad Real
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
josemanuel.chicharro@uclm.es	629055381	926295465	Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
50172450C	JOSÉ JULIÁN	GARDE	LÓPEZ-BREA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Altagracia, 50	13071	Ciudad Real	Ciudad Real
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
julian.garde@uclm.es	680222323	926295385	Rector
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
02633318W	JOSÉ MANUEL	CHICHARRO	HIGUERA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Altagracia, 50	13071	Ciudad Real	Ciudad Real
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
josemanuel.chicharro@uclm.es	629055381	926295465	Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación

RESOLUCIÓN AGENCIA DE CALIDAD / INFORME DEL SIGC

Resolución Agencia de calidad / Informe del SIGC: Ver Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1.



Apartado 2: Anexo 1

Nombre : APARTADO 2 26MARZO2021 con ALEGACIONES.pdf

HASH SHA1 : 3E85A90F1556C97E8295B959056E6953AC1748BD

Código CSV : 418985415745451174062595

Ver Fichero: APARTADO 2 26MARZO2021 con ALEGACIONES.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : APARTADO 4.1 13NOV2020.pdf

HASH SHA1 : 3228628A91051BD69B70982E5F23913D89E02B7C

Código CSV : 400457786078301171318551

Ver Fichero: APARTADO 4.1 13NOV2020.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : APARTADO 5 26MARZO2021.pdf

HASH SHA1 : 67AC5DFD464D62E8BBD7A8DD1BFB3714FC80C9B5

Código CSV : 418985463992420451341530

Ver Fichero: APARTADO 5 26MARZO2021.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : APARTADO 6.1 26MARZO2021.pdf

HASH SHA1 : 315DE17DF25EE9DD0E8C7ECC8DCEA757555C7E8F

Código CSV : 418990094267531796150769

Ver Fichero: APARTADO 6.1 26MARZO2021.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre : APARTADO 6.2 13NOV2020.pdf

HASH SHA1 : A3FA96FF980CA2AB1E00F7A099FD68DAB678FF87

Código CSV : 400457948785966982499744

Ver Fichero: APARTADO 6.2 13NOV2020.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : APARTADO 7 13NOV2020.pdf

HASH SHA1 : B491EDF70BBD5F2198994D06ED3DD82614A33C8D

Código CSV : 400457993833236106196537

Ver Fichero: APARTADO 7 13NOV2020.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : APARTADO 8.1 13NOV2020.pdf

HASH SHA1 : D0958B884E65D8B379B6AB44ED75D47D9F9912E7

Código CSV : 400458085183370615532705

Ver Fichero: APARTADO 8.1 13NOV2020.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre : APARTADO 10.1 13NOV2020.pdf

HASH SHA1 : CC222456052C46BEE67DB6854A14610447DBF737

Código CSV : 400458227099509336700092

Ver Fichero: APARTADO 10.1 13NOV2020.pdf



Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre : 231213-IF ANECA MODIF NO SUSTANCIALES.pdf

HASH SHA1 : 492793EB08CE3118650DE5E94C4EEC283519AE51

Código CSV : 706109466886993005394698

Ver Fichero: 231213-IF ANECA MODIF NO SUSTANCIALES.pdf



