1 Descripción del Título

1.1 Datos Básicos

Nivel:	Denominación corta:
Máster	Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías

Denominación específica:

Máster Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías por la Universitat Abat Oliba CEU

Especialidades:

Título conjunto:

No

Rama:	ISCED 1:	ISCED 2:
Ciencias Sociales y Jurídicas	Periodismo	Periodismo

Habilitada para la profesión regulada:	Profesión regulada:
No	

Resolución:	Norma:

Universidades:

Código	Universidad
070	Universitat Abat Oliba CEU

Universidad solicitante:	Agencia evaluadora:
Universitat Abat Oliba CEU (070)	Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU)

1.2 Distribución de Créditos en el Título

Número de créditos en Prácticas Externas	10
Número de créditos en optativos	0
Número de créditos en obligatorios	40
Número de créditos Trabajo Fin de Máster	10
Número de créditos de Complementos Formativos	
Créditos totales:	60

Especialidades:

1.3 Información vinculada a los Centros en los que se imparte

1.3.1 Universitat Abat Oliba CEU (Solicitante)

1.3.1.1 Facultad de Ciencias Sociales (BARCELONA) (08070891) - Universitat Abat Oliba CEU

Tipos de Enseñanza que se imparten en el Centro:

Presencial	Semipresencial	A distancia
No	Sí	No

Plazas de Nuevo Ingreso Ofertadas:

	Número de plazas
Primer año de implantación	15
Segundo año de implantación	20
Tercer año de implantación	
Cuarto año de implantación	

Créditos por curso:

	Tiempo Completo		Tiempo Parcial	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
Primer curso	60.0	60.0	30.0	57.5
Resto de cursos	30.0	45.0	5.0	27.5

Normas:

http://www.uao.es/es/estudios/masteres/master-universitario-en-comunicacion-digital-y-nuevas-tecnologias/rel/normativa-permanencia-masteres

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan
- ingles

2 Justificación

2.1 Justificación, adecuación de la propuesta y procedimientos

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

Recibido el Informe Previo de Evaluación de la Solicitud de Verificación de Título Oficial del Máster Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías, id. título: 4313232, con fecha 13/02/2012, se eleva el presente escrito de alegaciones tras haber sido elaborado por el responsable de la titulación, y revisado y aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad Abat Oliba CEU en Barcelona a 27/02/2012.

ALEGACIONES POR LAS MODIFICACIONES REQUERIDAS

Al Informe Previo AQU de Evaluación de la Solicitud de Verificación de Título Oficial
Máster Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías

Primera:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 1 (**Revisar la modalidad de la enseñanza del título**) se atiende señalando que el título se implantará bajo la modalidad semipresencial y que dicha modalidad queda recogida en el punto 5 de la aplicación.

Segunda:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 2 (**Establecer una matrícula máxima inferior a 60 ECTS para tiempo parcial**) se atiende con el siguiente cuadro:

	Tiempo Completo		Tiempo parcial	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
Primer curso	60	60	30	57,5
Resto cursos	30	45	5	27,5

Tercera:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 3 (**Revisar la normativa de permanencia)** se atiende con el siguiente enlace:

http://www.uao.es/es/estudios/masteres/master-universitario-en-comunicacion-digital-y-nuevas-tecnologias/rel/normativa-permanencia-masteres

Cuarta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 4 (**Aportar datos de demanda y matrícula del máster que se extingue**) se atiende de la siguiente manera:

Experiencias anteriores de la universidad impartiendo títulos de características similares reflejan el interés del Máster propuesto. Así, el "Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías", llevado a cabo en el curso 2011-12 como título propio, ha conseguido una tasa satisfactoria de matriculación: 12 alumnos. De ellos, 7 ya han conseguido ocupación (antes de acabar el postgrado) como responsables de comunicación digital en diversas empresas (Sony, Renault, endovao, La Tienda de Lolín, Solo Moto, RSM Seguros…).

Quinta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 5 (**Identificar la aportación de los referentes citados en la memoria para el diseño del plan de estudios**) se atiende de la siguiente manera:

El Máster en Comunicación Digital y TIC encaja perfectamente con los diversos referentes externos consultados. Así, enlaza armoniosamente con los planes de estudios de

csv: 71164543182179369834653

universidades españolas, europeas, de otros países o internacionales de calidad o interés contrastado y con los títulos del catálogo vigentes a la entrada en vigor de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

Otro referente son los Libros Blancos del Programa de Convergencia Europea de ANECA (http://www.aneca.es). Los Libros Blancos muestran el resultado del trabajo llevado a cabo por una red de universidades españolas, apoyadas por la ANECA, con el objetivo explícito de realizar estudios y supuestos prácticos útiles en el diseño de un título de máster adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Informes de colegios profesionales o asociaciones nacionales, europeas, de otros países o internacionales, y documentos relativos a los procedimientos de reconocimiento de las actuales atribuciones publicadas por los correspondientes ministerios y colegios profesionales, reflejan la necesidad de profundizar en la materia que exponemos. La aportación de esos referentes se centra en la necesidad de reforzar herramientas de desarrollo de la comunicación digital, en pleno proceso de virtualización social.

Referencias a los contenidos aquí expuestos aparecen también en el proyecto de investigación 'El Profesional Flexible en la Sociedad del Conocimiento: Nuevas Exigencias en la Educación Superior en Europa' (REFLEX), una iniciativa que forma parte del 6º Programa Marco de la Unión Europea (Contrato No: CIT2-CT-2004-506-352) y que ofrece datos comparativos de hasta trece de los países europeos que han colaborado en el proyecto: Italia, Francia, Austria, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Finlandia, Noruega, Republica Checa, Suiza, Bélgica, Estonia y España. La aportación de ese referente se refiere a la necesidad de crear profesionales flexibles que se adapten a las necesidades de la Sociedad del Conocimiento, a lo que el Máster colabora directamente.

La gestión y coordinación del proyecto en ámbito europeo se ha llevado a cabo por el Research Centre for Education and the Labour Market de la Universidad de Maastricht. En España el proyecto se ha gestionado en colaboración entre la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y el Centro de Estudios en Gestión de la Educación Superior de la Universidad Politécnica de Valencia (CEGES), y ha contado con la participación de 48 universidades españolas y, especialmente, de las Comunidades Autónomas de Andalucía y Castilla y León.

El proyecto REFLEX pretende responder a tres cuestiones generales e interrelacionadas: ¿qué competencias requieren los graduados en educación superior para integrarse en la sociedad del conocimiento?; ¿qué papel desempeñan las universidades en el desarrollo de dichas competencias?; ¿cuál es el grado de consecución de las expectativas de los graduados con sus trabajos y de qué forma pueden resolverse los desajustes entre sus expectativas y las características de su trabajo? A la primera pregunta responde nuestro Máster con las competencias que aparecerán en punto posteriores; a la segunda, asumiendo un papel de liderazgo en una materia puntera; a la tercera, con los resultados del Máster en Periodismo, Comunicación digital y Nuevas Tecnologías (porcentaje elevado de ocupación y adaptación al trabajo llevado a cabo).

Las competencias requeridas por el mercado laboral de los distintos países europeos son muy semejantes y pivotan sobre el contenido del Máster en Comunicación Digital y TIC. No existen grandes diferencias entre las competencias requeridas en los puestos de trabajo españoles y la media del resto de países de la muestra. Los mercados laborales se han unificado mucho antes que los propios sistemas educativos. Las competencias que prioritariamente son requeridas son las del puesto de trabajo (Capacidad para hacerse entender, Capacidad para usar el tiempo de forma efectiva, Capacidad para trabajar en equipo y Capacidad para rendir bajo presión; son recogidas en nuestro Máster en las Competencias Generales CG2, CG4 y CG5) y las que no se necesitan tanto en tal puesto (Capacidad para escribir y hablar en idiomas extranjeros, Conocimientos de otras áreas o disciplinas y Capacidad para detectar nuevas oportunidades).

Sobre la contribución de una carrera a la adquisición de competencias, los titulados señalan Capacidad para adquirir con rapidez nuevos conocimientos, Capacidad para trabajar en equipo, Capacidad para redactar informes o documentos, Pensamiento analítico y Dominio de su área o disciplina.

Se han analizado el Libro Blanco del título de grado en Comunicación de ANECA (http://www.aneca.es/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf) y los Libros Blancos del Interactive Advertising Bureau, amén de los planes de estudios de diversos programas de Postgrado, entre ellos el MSC Digital Marketing de London School of Business, el Máster de comunicación y branding digital de la UCH CEU, el Máster de Diseño y Creación Multimedia de la Universitat Oberta de Catalunya, el Máster Europeo en Publicidad digital del Instituto de Marketing Directo y Comercio electrónico, el Máster en Periodismo y Comunicación Digital de la Universidad de Alicante, el Máster in Digital Marketing del IE, el Máster en Estrategia y

csv: 71164543182179369834653

Creatividad interactiva de la Universitat Autónoma de Barcelona, el Máster en Periodismo Digital (http://www.ipecc.net/index.php?Seccion=Periodismo), el Màster oficial de Societat de la Informació i el Coneixement, el Máster en Gestión de las Tecnologías de la Información de La Salle, el Máster Universitario en Comunicación Multimedia de orientación profesional impartido en colaboración por la Universidad CEU San Pablo o el Máster en Publicidad Interactiva de la Universidad Complutense de Madrid. Hay que subrayar el interés del título con relación a la planificación de las enseñanzas en el mapa universitario catalán, ya que, pese a que existen algunas ofertas parecidas, ninguna aborda con la especialización y visión holística de la aquí argumentada un objeto de estudio de tan inmediato y profundo impacto en el eje empresarial. Además, el valor añadido es el análisis innovador, validado científicamente por la comunidad internacional, del *engagement* banda ancha-periodismo digital. Ese es un plus que sólo aporta este Máster.

También se ha tenido en cuenta el "Subject Benchmark Statements" de la Agencia de calidad universitaria británica (QAA-Quality Assurance Agency for Higher Education), en el que se destaca la necesidad de generar profesionales en entornos digitales, lo que liga de lleno con el objeto del Máster en Comunicación Digital y TIC.

Sexta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 6 (**Justificar como se adquirirán las orientaciones académica, investigadora y profesional**) se atiende de la siguiente manera:

El perfil formativo y la orientación del Máster son profesionalizadores, ya que abordan una especialidad de gran y perentoria necesidad para la empresa y con una elevada demanda de postgraduados. A pesar de ello, el Máster también prepara para una ulterior vía investigación dentro del Grupo de investigación sobre Periodismo digital y Banda Ancha de la UAO, nacido en 2008 y que cuenta con numerosos artículos científicos publicados en revistas indexadas y comunicaciones presentadas en congresos científicos, amén de libros, congresos y eventos organizados, lo que ha convertido a la UAO en un referente internacional sobre comunicación digital y TIC. Por ejemplo, en cuanto a artículos científicos y comunicaciones en congresos, la UAO presenta la ratio más elevada desde 2008 sobre los temas objeto de estudio en el Máster.

Séptima:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 7 (**Aportar evidencias que justifiquen las fortalezas asociadas a la investigación institucional en línea con los contenidos del máster**) se atiende de la siguiente manera:

La UAO dispone del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha, que ha generado numerosos artículos científicos en revistas internacionales indexadas y comunicaciones científicas internacionales (Tabla 1). El hecho de que muchos de los artículos sean obra del Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón es porque él creó el Grupo, la metodología, inventó el concepto de Sociedad de la Banda Ancha y la intersección entre banda ancha y periodismo digital y lleva a cabo una fecunda y vocacional tarea creativa y productiva. Entendemos que eso es un mérito: la existencia de un referente internacional sólido, que publica asiduamente artículos en revistas científicas internacionales indexadas, que es *reviewer* de diversas revistas científicas internacionales indexadas, que presenta comunicaciones y ponencias en congresos, etc. Un liderazgo fuerte hace un grupo de investigación fuerte. Se puede observar que en total hay 11 autores diferentes miembros del grupo de investigación que han publicado artículos o comunicaciones. La cifra de más de 60 artículos o comunicaciones en poco más de cuatro años refleja la vitalidad y fecundidad del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha.

Tabla 1. Artículos científicos en revistas internacionales indexadas y comunicaciones científicas internacionales publicados por el Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO

csv: 71164543182179369834653

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008). La alianza entre el periodismo digital y tradicional y los operadores de telecomunicación: hacia un rendimiento óptimo de la red. Barcelona: Comunicación en el II Congreso Nacional Ulepicc-España.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008). "Entornos de enseñanza virtuales e híbridos: propuestas de actuación". *Educaweb*. Monográfico TIC y educación-Educaweb.com (10º aniversario)
http://www.educaweb.com/noticia/2008/12/01/entornos-ensenanza-virtuales-hibridos-212958.html.

-SOTELO GONZÁLEZ, J. & SIERRA SÁNCHEZ, J. (2008) "Web 2.0: un nuevo modelo de comunicación reticular en la comunicación de masas", *III Congreso Internacional de Periodismo en la Red* (Foro Web 2.0: Blogs, Wikis, Redes sociales y e-Participación), Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2008.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008). Ponència "Estructura econòmica de la indústria periodística comarcal: cap a un model híbrid tradicional-digital". Morella: Congrés de l'ACPC (Associació Catalana de Premsa Comarcal).

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "Adaptació dels gèneres periodístics al periodisme digital: estudi empíric comparatiu". A *Trípodos* (Extra 2009-V Congrés Internacional *Comunicació i realitat, La metamorfosi de l'espai mediàtic*, Universitat Ramon Llull). Vol. 1, pp 657-666. ISSN: 1138-3305

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). Relación entre multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en la prensa digital española: análisis empírico. Madrid (UCM): Comunicación en el I Congreso Internacional "Sociedad Digital".

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El cable, un fenómeno mediterráneo". *Triple play*-Número 2, octubre de 2009, pp. 3-5.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "La televisión IP (IPTV) y la transmisión mediante VDSL: realidad y perspectivas de negocio". Vivat Academia, revista académica y de investigación del grupo CONCILIUM (Universidad Complutense de Madrid, España). ISSN: 1575-2844
http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n105/articulo.htm#TV

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "XIII Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña". Revista Anàlisi (Espanya-UAB), nº 38, 2009, pp. 295-297.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando; SAINZ, Jorge (2009). "" El estado del teletrabajo en la banca colombiana y sus efectos en la vida familiar". *Revista Razón y Palabra* (primera revista electrónica en América Latina especializada en comunicación), nº 70, Relaciones Públicas.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/LOPEZ_REVISADO.pdf

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; del OLMO ARRIAGA, José Luis (2009). Los impactos de las TIC en la contratación laboral y la compensación salarial en la banca colombiana / ICT impact in the labor contracting and the wage compensation in the Colombian banking. *Revista de Comunicación de la SEECI* (*Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana)*, Número 18, marzo de 2009, año XII. ISSN: 1576-3420
http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2018/DATOS.html#lacom

-SIERRA SÁNCHEZ, Javier y CABEZUELO LORENZO, Francisco (2009). "La formación en competencias digitales de los futuros periodistas: la experiencia curricular de la Universidad San Jorge", en PINTO, Ricardo Jorge & SOUSA, Jorge Pedro (Coords). *Os Jovens e a Renovação do Jornalismo.* Edições Universidade Fernando Pessoa. Porto, Portugal.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El papel decisivo de la banda ancha en el Espacio Iberoamericano del Conocimiento". *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad–CTS*, nº 2 (julio de 2009), pp. 1-15. Portafolio CTS. ISSN: 1850-0013 www.revistacts.net,
http://www.revistacts.net/index.php?option=com_content&view=article&id=240:el-papel-decisivo-de-la-banda-ancha-en-el-espacio-iberoamericano-del-conocimiento&catid=80:articulos&Itemid=23#JOSC_TOP

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "La adaptación regulatoria de los operadores de cable histórico en España. La competencia de los grandes operadores" "Older Cable Operators Adapt to New Regulations in Spain. Competition for Large Cable Operators". *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*-Número 80, pp. 139-146. ISSN: 0213-084X
http://www.telos.es/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=80

csv: 71164543182179369834653

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). L'ús del llenguatge multimèdia a la premsa digital a Catalunya i Espanya: estudi empíric. Barcelona: Comunicación en el IV Congreso para la Cibersociedad.
-MARTA LAZO, C. y SIERRA SÁNCHEZ J. (2009). "Tendencias de la dieta audiovisual informativa de los jóvenes comunicadores" en Marzal Felici, J.; Casero Ripollés, A.; Gómez Tarín, J. (2009). *Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo.*
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "Relación entre multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en la prensa digital española: análisis empírico". *Icono 14. Actas Icono 14 I Congreso Internacional Sociedad Digital, 2009, Nº A2,* ISSN 1697-8293.
-CABEZUELO LORENZO, F. y SIERRA SÁNCHEZ, J. (2009). "Blogs y otras herramientas digitales en la enseñanza-aprendizaje de las Ciencias de la Comunicación en el EEES, (Págs. 53-64) en SABÉS TURMO, Fernando & VERÓN LASSA, José Juan. Retos del Periodismo Digital. Reflexiones desde la Universidad (Coords). Edita: Asociación de la Prensa de Aragón.
-SIERRA SÁNCHEZ, J. y CABEZUELO LORENZO, F. (2009). *La formación en competencias del futuro periodista digital en Aragón: el caso de la Universidad San Jorge*, (Págs. 223-238) en SABÉS TURMO, Fernando y VERÓN LASSA, José Juan. *Retos del Periodismo Digital. Reflexiones desde la Universidad* (Coords). Edita: Asociación de la Prensa de Aragón.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El peso de la televisión en el *triple play* de los operadores de cable en España y en Europa". *ZER, Revista de Estudios de Comunicación (Journal of Communication Studies)*, Vol. 14, Núm. 27, pp. 13-31, Semestral, Novembre de 2009. ISSN: 1137-1102.
-MARTA LAZO, C.; SIERRA SÁNCHEZ, J. & CABEZUELO LORENZO,F. (2009). "La evaluación de las competencias alcanzadas por los alumnos en el proyecto final de las titulaciones de Comunicación" en *Revista @tic. Revista de innovación educativa y tecnologías de la información*. Sección DocenTic. Universitat de València.
-CABEZUELO LORENZO, F. y SIERRA SÁNCHEZ, J. (2009). "La renovación de la docencia del Periodismo en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES): nuevas herramientas de enseñanza-aprendizaje", en PINTO, Ricardo Jorge y SOUSA, Jorge Pedro (Coords). *Os Jovens e a Renovação do Jornalismo.* Edições Univerisda de Fernando Pessoa. Porto, Portugal
-SIERRA SÁNCHEZ, J. y CABEZUELO LORENZO, F. (2009). "Postperiodismo y formación en competencias digitales bajo el paraguas de Bolonia" en I Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna (Tenerife).
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El norte también existe". *Triple play*-Número 3, diciembre de 2009, pp. 4-5.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "El *cloud journalism*: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI". *Observatorio (OBS*) Journal*, Vol. 4, Núm. 1 (2010), pp. 19-35. ISSN: 1646-5954 http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/315/321.
-LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando (2010). Consumo de Internet en Ecuador: entre la cultura tradicional y la nueva tecnología. *COMHUMANITAS*, Universidad de los Hemisferios- Quito Ecuador, pp. 80-100.
-SEGURA, HERLAYNNE. Desde la Academia se forman teletrabajadores. Telework 2010.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Reaccionar ante un mercado muy competitivo". *Triple play*-Número 4, febrero de 2010, pp. 4-6.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Uso de la hipertextualidad en la prensa digital en Cataluña y en España". En Sabés, Fernando; Verón, José Juan (eds.), *El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria*. XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca-2010, pp. 183-199. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "La fibra óptica o el gran salto para los operadores de cable locales". *Triple play*-Número 5, abril-mayo de 2010, pp. 8-10.
-SIERRA SÁNCHEZ J.; CABEZUELO LORENZO, F. y SOTELO GONZÁLEZ, J. (2010). "Competencias profesionales y empleo del futuro periodista: el caso de los estudiantes de Periodismo de la Universidad Cardenal Herrera CEU" en *Revista @tic*. Revista de innovación educativa y tecnologías de la información. Sección DocenTic. Universitat de València.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc y DORAL, Fernando (2010). "Tendencias y fenómenos tecnológicos: Insights como técnica para aprender del pasado. Telecomunicaciones en España 1995-2006". *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, Vol. 7, Núm. 1 (2010), pp. 97-119. ISSN: 1646-5954
http://revistas.luz.edu.ve/index.php/enlace/article/viewFile/4004/3896

csv: 71164543182179369834653

-LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando; FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; SAINZ, Jorge (2010). Impactos personales y sociales de las TIC en la banca colombiana: más allá de los temores. *COMHUMANITAS*, Universidad de los Hemisferios- Quito Ecuador, pp. 80-100.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Triple play: servicios de futuro". *Triple play*-Número 6, junio-julio de 2010, pp. 36-37.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Redes de banda ancha hacia la HDTV ". *Triple play*-Número 7, septiembre-octubre de 2010, pp. 4-6.
-CABEZUELO LORENZO, F. y SIERRA SÁNCHEZ, J. (2010). "Los objetivos del proyecto: adquisición de competencias investigadoras y profesionales" en MARTA LAZO, C. (Coord.).*El EEES y el Proyecto final en los grados de Comunicación*. Madrid: Editorial Fragua.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Multimedia, digital press and journalistic genres in Catalonia and in Spain: an empirical analysis". *Communication Studies Journal*, Número 7, May 2010, pp. 81-95.
http://www.ec.ubi.pt/ec/07/pdf/gascon-multimedia.pdf
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Space and video games: a relation led by the gamer". *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, vol. 2, Issue 2, July 2010, pp. 198-204. ISSN: 1757191X; Online ISSN: 17571928
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). El periodismo digital de pago y el modelo de las franquicias: ¿periodismo de calidad o puro negocio? Pamplona: Comunicación en el XXV Congreso CICOM (Universidad de Navarra).
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "De un año de transición a otro de respuestas: Las redes de cable afrontan el 2011 con ilusionantes expectativas". *Triple play*-Número 7, diciembre de 2010, pp. 4-6.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Visual Impact in the Digital Press: a Spanish Empirical Research". *Brazilian Journalism Research*-Vol. 6, Número 2, 2010, pp. 120-137. ISSN: 1981-9854
http://bjr.libertar.org/index.php/bjr/article/view/7/7
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Impacto visual na imprensa digital: uma pesquisa espanhola empírica ". *Brazilian Journalism Research*-Vol. 6, Número 2, 2010, pp. 120-137. ISSN: 1981-9854
http://bjr.libertar.org/index.php/bjr/article/view/28/29.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando; del OLMO ARRIAGA, José Luis; SAINZ, Jorge (2010). Los impactos de las TIC en la contratación laboral y la compensación salarial en la banca colombiana / ICT impact in the labor contracting and the wage compensation in the Colombian banking._*Revista de Comunicación de la SEECI* (*Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana)*, Número 23, noviembre de 2010, año XIII, pp. 118-153. ISSN: 1576-3420
http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/DATOS.html#losimpac
http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/Varios1.pdf
-SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2010) [Coord.]. *Los Estudios de Comunicación en el EEES*. Madrid: Editorial Fragua.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc y CARRERAS ALCALDE, Marta (2010). "La tecnologia com a eina al servei de l'educació: una visió humanitzadora/The technology as a tool in the service of the education: a humanizer vision". Congreso "¿Una sociedad despersonalizada? Propuestas educativas", Universitat Abat Oliba (UAO), Barcelona, mayo de 2010.
-SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Javier y SOTELO GONZÁLEZ, J. (2010) [Coord.]. *Métodos de innovación docente aplicados a los estudios de Ciencias de la Comunicación*. Madrid: Editorial Fragua
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Indústria periodística comarcal: cap a un nou model" (pp. 51-60). En Associació Catalana de Premsa Comarcal i Local: "Primera Trobada Plataforma Interuniversitària de la Premsa Comarcal i Local", Barcelona: ACPC.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "Aplicación semántica de la hipertextualidad en la prensa digital en España". En Verón, José Juan; Sabés, Fernando (eds.). *La investigación en periodismo digital. Algunos trabajos desde el ámbito universitario*. XII Congreso de Periodismo Digital de Huesca-2011, pp. 169-180. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "Tipología de los clientes de las redes". *Triple play*-Número 9, marzo de 2011, pp. 12-14.

csv: 71164543182179369834653

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís y SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2011). "Universidades privadas, ¿un subsistema diferente?: cómo desarrollan los estudiantes sus preferencias hacia la universidad". *Vivat Academia*, nº 114. Marzo de 2011.
http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n114/PDFs/UNIVERSIDADES.pdf
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "Los retos del cable". *Triple play*-Número 10, mayo de 2011, pp. 12-14.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís y SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2011). "New communicative markets, new business models in the digital press". *Trípodos* (Extra 2011-VI International Conference on Communication and Reality-Life without Media, Universitat Ramon Llull), pp. 301-310.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "La gestión de las preferencias hacia la universidad por parte de los estudiantes". *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología* de la Facultad Tecnológica de la Universidad de Santiago de Chile USACH-julio de 2011, ISSN Nº 0718-5693.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "El FTTH, una apuesta muy a largo plazo pero decidida". *Triple play*-Número 11, junio de 2011, pp. 20-22.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "The Impact of Broadband in the University Internet Activities". Barcelona: EDULEARN 2011 (International Conference on Education and New Learning Technologies), julio de 2011. ISBN: 978-84-615-0442-8 y 978-84-615-0441-1
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "Broadband in the Spanish University: Impact in the Internet Applications". *Journal of Communication and Computer* -2011, núm 12, vol. 8. ISSN Nº 1548-7709 (Print) and 1930-1553 (Online), pp 1095-1100.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "The degree project: a model in the Bologna scenario". 4th ICERI (International Conference of Education, Research and Innovation) Congress, 2011. Madrid. ISBN: 978-84-615-3324-4 y 978-84-615-3323-7
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "La explotación del cable en el ámbito local: modelos de cooperación". *Triple play*-Número 12, septiembre-octubre de 2011, pp. 4-6.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "La interactividad y el multimedia en la prensa digital internacional: los casos de España y el Reino Unido". III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0: "La transformación del espacio mediático". Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, Bilbao (9-11 noviembre 2011).
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "El reto de la banda ancha para la prensa local". XI Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2011). Universitat Jaume I. Castelló de la Plana.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011-2012). "El futuro audiovisual apunta hacia Internet". *Triple play*-Número 13, diciembre 2011-enero 2012, pp. 32-34.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2012). "Best practices in a new journalistic and technological habitat: examples from Catalonia". Abat Oliba CEU University's International Journalism Week 2012. The new faces of journalism and mass media. Communication in the 21st century (27-2-2012/2-3-2012). Barcelona: UAO.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2012). "The University and the analysis of the Internet topics". INTED Congress-INTED2012 (6th International Technology, Education and Development Conference), 2012 (5-7 marzo 2012). Valencia. ISBN: 978-84-615-5562-8 y 978-84-615-5563-5.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; SOLIGUER, Anna (2012). "Commercialization Formulae of the Responsible Tourism in Spain: Reality and Trends". I Congreso Internacional OCITUR 2012-Primer Congreso de Ocio y Turismo. Ocio y Turismo del XXI - Perspectivas de Futuro. Mataró (16-18 maig 2012).
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís y SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2012). "Búsqueda de información y redes sociales: el caso de la universidad". Monográfico de *Vivat Academia* (nº 117-bis)-Congreso CUICIID, Revista académica y de investigación del grupo CONCILIUM (Universidad Complutense de Madrid, España). ISSN: 1575-2844

csv: 71164543182179369834653

Fuente: Universitat Abat Oliba CEU

El **Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha** de la UAO, liderado por el Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón y que recientemente ha obtenido un proyecto precompetitivo (Ayuda a la Investigación 2012 CEU-Banco Santander) está llevando a cabo proyectos científicos internacionales sobre comunicación digital. Entre otros, destacan los siguientes:

-Media coverage of the EU Poland Presidency, University of Adam Mickiewicz, Poznan (Poland). Faculty of Political Science and Journalism at the University of Adam Mickiewicz in Poznan, Poland. The project is funded by the Polish National Science Centre (grant no. N N116 614440). Hasta 2013.

-Creación de medios de comunicación online (España-UAO/Colombia). Universidad de Antioquia (estatal) con el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicación. Convenio interadministrativo Número 000102 de 2011 suscrito entre el Fondo de Tecnologías de la Información y la Comunicaciones y la Universidad de Antioquia. Hasta 2015.

-Comunicación Digital en la Empresa (*think tank* UAO + empresa). Financian hasta 2015: UAO, Sony, Cap Gemini, Nobel Biocare, DDB, Nutrexpa Alimentos, Grupo BPMO, Toshiba, Tecnitoys, DDB, Agile Contents.

Los objetivos científicos del Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha son los siguientes:

-Estudiar empíricamente el *modus operandi* de los medios de comunicación digitales en España a través de los siguientes parámetros: la hipertextualidad (interna o externa; contextual, relacional o recomendada; estructural jerárquica o semántica; unirrelacional o multirrelacional; explícita o implícita; estructural según tipo y grado), la interactividad (inclusiva o autorial; estructura aleatoria, fija, relacional o contributiva; dialogismo simétrico o asimétrico; temporalidad sincrónica o asincrónica; técnica dialógica o personalizada con moderación o sin moderación) y el multimedia (texto, imagen con o sin movimiento, audio, infografía y programas autoejecutables).

-Contrastar los resultados de los medios digitales españoles según el ámbito territorial: local, autonómico o regional, nacional o estatal.

-Analizar el funcionamiento de los medios de comunicación digitales internacionales y establecer una comparativa con los españoles.

-Establecer análisis y comparativas longitudinales.

-Promover una mejora en los resultados de la praxis en los periódicos digitales.

-Promover una mejora de resultados globales que incluya a periódicos digitales y otras plataformas multimedia.

-Analizar el impacto de las redes de telecomunicación de banda ancha en el funcionamiento y las posibilidades propias del periodismo digital.

-Analizar fórmulas y modelos de pago para el periodismo digital surgidas de las características de hipertextualidad, interactividad y multimedia.

-Promover interacciones de difusión e ingresos entre los periódicos digitales y los operadores de telecomunicación.

El plan de trabajo consiste en lo siguiente:

csv: 71164543182179369834653

-Año 2012.

a) Artículos científicos: publicación de entre 3 y 5 artículos científicos en revistas científicas indexadas internacionales.
b) Comunicaciones en Congresos: presentación de entre 3 y 5 comunicaciones en congresos científicos internacionales.
c) Libros. Publicación de al menos un libro o capítulo de libro en papel o digital.
d) Trabajos de Final de Carrera. Dirección de al menos 3 TFCs relacionados con el objeto de estudio del grupo de investigación.
e) Congresos y Jornadas. Coorganización de las XVII Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña (8-10 de mayo de 2012) y colaboración en otros eventos.
f) Artículos en medios de comunicación y/o blogs. Publicación de al menos 5 artículos en medios de comunicación y/o blogs.
g) Tesis doctorales. Dirección de al menos dos tesis doctorales.
h) Máster. Coordinación del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO) y participación como profesores en otros Másters.

-Año 2013.

i) Artículos científicos: publicación de entre 3 y 5 artículos científicos en revistas científicas indexadas internacionales.
j) Comunicaciones en Congresos: presentación de entre 3 y 5 comunicaciones en congresos científicos internacionales.
k) Libros. Publicación de al menos un libro o capítulo de libro en papel o digital.
l) Trabajos de Final de Carrera. Dirección de al menos 3 TFCs relacionados con el objeto de estudio del grupo de investigación.
m) Congresos y Jornadas. Coorganización de las XVIII Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña (2013) y colaboración en otros eventos.
n) Artículos en medios de comunicación y/o blogs. Publicación de al menos 5 artículos en medios de comunicación y/o blogs.
o) Tesis doctorales. Dirección de al menos dos tesis doctorales.
p) Máster. Coordinación del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO) y participación como profesores en otros Másters.

-Año 2014.

q) Artículos científicos: publicación de entre 3 y 5 artículos científicos en revistas científicas indexadas internacionales.
r) Comunicaciones en Congresos: presentación de entre 3 y 5 comunicaciones en congresos científicos internacionales.
s) Libros. Publicación de al menos un libro o capítulo de libro en papel o digital.
t) Trabajos de Final de Carrera. Dirección de al menos 3 TFCs relacionados con el objeto de estudio del grupo de investigación.
u) Congresos y Jornadas. Coorganización de las XIX Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña (2014) y colaboración en otros eventos.
v) Artículos en medios de comunicación y/o blogs. Publicación de al menos 5 artículos en medios de comunicación y/o blogs.
w) Tesis doctorales. Dirección de al menos dos tesis doctorales.
x) Máster. Coordinación del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO) y participación como profesores en otros Másters.

Miembros del Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha mantienen vinculación en Másters universitarios y programas de Doctorado:
-Director del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO)
-Participación como profesor en el Máster en Gestión y Comunicación de Entidades Sociales y Solidarias (UAO)
-Participación como profesor del Máster Universitario en Sociedad de la Información y el Conocimiento (UOC)
-Participación como profesor en el Máster Universitario de Postproducción Audiovisual (UAO)

csv: 71164543182179369834653

El Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha está integrado por los siguientes miembros:

-Director. Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón (UAO). Ha dirigido el Proyecto Europeo "B4U" (V Programa Marco de la Unión Europea, 1999-2001), consistente en la creación de una plataforma de e-commerce, y ha participado en diversos proyectos de investigación competitivos, como "Europa, jóvenes y televisión" (UAB y EU, Instituto Europeo del Audiovisual) o Eurofiction (Observatorio Iberoamericano de Televisiones Educativas y Culturales, entre 1995 y 2003). Como director del CECABLE (Centro de Estudios sobre el Cable) desde 1995, Fondevila ha publicado numerosos artículos y libros científicos y ha participado en numerosos proyectos de investigación.
-Responsable del área de creación de Trabajos Finales de Grado sobre periodismo. Dr. Josep Lluís del Olmo Arriaga UAO)
-Investigadores: Dr. Javier Sierra (CEU), Joan-Andreu Rocha (UAO), Josep Ignasi Castelló (UAO), Marta Carreras (CECABLE), Anna Soliguer (CECABLE), Herlaynne Segura (Colombia), Daniel López (Ecuador), Miguel Ángel González (México).
-Colaboradores externos: Dr. Jorge Sainz, Juan Carlos Valero, David Andreu, José Navarro, Joaquim Cuadrado, Cristina Aced, Jorge Martínez, F. Cabezuelo, J. Sotelo, C. Marta, Marc Perelló.

La coherencia del equipo es máxima, ya que todos estudian el periodismo digital y la banda ancha, unos centrados en España, otros en el extranjero, siguiendo la metodología del Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha. La interdisciplinariedad está garantizada en los dos ejes angulares de la acción: periodismo digital y banda ancha. Se establece un protocolo de publicaciones, unos objetivos muy específicos y unas líneas de trabajo compartidas por todos los miembros del grupo.

Octava:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 8 (**Revisar el perfil de competencias, por lo que se refiere a su formulación**) se atiende de la siguiente manera:

Las competencias requeridas por el mercado laboral de los distintos países europeos son muy semejantes y pivotan sobre el contenido del Máster en Comunicación Digital y TIC. No existen grandes diferencias entre las competencias requeridas en los puestos de trabajo españoles y la media del resto de países de la muestra. Los mercados laborales se han unificado mucho antes que los propios sistemas educativos. Las competencias que prioritariamente son requeridas son las del puesto de trabajo (Capacidad para hacerse entender, Capacidad para usar el tiempo de forma efectiva, Capacidad para trabajar en equipo y Capacidad para rendir bajo presión; son recogidas en nuestro Máster en las Competencias Generales CG2, CG4 y CG5) y las que no se necesitan tanto en tal puesto (Capacidad para escribir y hablar en idiomas extranjeros, Conocimientos de otras áreas o disciplinas y Capacidad para detectar nuevas oportunidades).

• **Competencias generales.** De acuerdo con los objetivos generales expuestos y las competencias básicas, a continuación se definen las competencias generales (transversales) que debe adquirir el alumno al concluir sus estudios con el objeto de acreditar sistemáticamente su coherencia con los objetivos generales de dicho título:

CG1. Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías.
CG2. Capacidad de resolución de estos problemas nuevos usando el tiempo de forma efectiva, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital.
CG3. Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas.
CG4. Capacidad para demostrar espíritu crítico o autocrítico y para reflexionar y para hacerse entender sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados.

csv: 71164543182179369834653

CG5. Capacidad para demostrar capacidad de liderazgo, trabajo en equipo y rendimiento bajo presión y para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CG6. Capacidad de los estudiantes de desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo que les permitan implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo, mediante la elaboración tutorizada y defensa ante tribunal de un trabajo final de máster.

Novena:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 9 (**Revisar el perfil de competencias específicas, por lo que se refiere a su contenido y nivel**) se atiende de la siguiente manera:

• **Competencias específicas.** Y de acuerdo con los objetivos generales expuestos y las competencias básicas y generales, se definen a continuación las competencias específicas que debe adquirir el alumno al concluir sus estudios con el objeto de acreditar sistemáticamente su coherencia con los objetivos generales de dicho título:

CE1. Integración de conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
CE2. Capacidad de creación de contenidos digitales a partir de la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital y a partir del uso de géneros periodísticos digitales
CE3. Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas
CE4. Capacidad de utilizar fuentes de información y el derecho aplicable al Periodismo y la Comunicación digital y las nuevas tecnologías
CE5. Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
CE6. Capacidad para crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales
CE7. Capacidad para analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital
CE8. Capacidad comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
CE9. Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos

Décima:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 10 (**Detallar los procedimientos previstos para identificar posibles déficits formativos o limitar el perfil de ingreso. En el caso de mantener el perfil de acceso, señalar los complementos formativos (qué asignaturas se deben cursar según la formación previa del estudiante, en qué momento se deben cursar estas asignaturas, cómo se ofertan estos créditos)**) se atiende de la siguiente manera:

Dada la flexibilidad de los perfiles de entrada al Máster en Comunicación Digital y TIC, y en aras de un aprovechamiento del periodo de formación, detallaremos los procedimientos previstos para identificar posibles déficits formativos. Se establecerá una prueba previa, teórica y práctica, de 2 horas de duración, sobre Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet, Práctica y análisis de la Comunicación Digital y Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. En función de los resultados, se fijarán acciones -complementos formativos- a llevar a término para situar a los estudiantes en un mínimo nivel de homogenización. Concretamente, establecemos qué asignaturas debe cursar el estudiante según su formación previa:

-Si no supera la prueba de Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet, deberá recibir un complemento de formación sobre Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias y Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

csv: 71164543182179369834653

-Si no supera la prueba de Práctica y análisis de la Comunicación Digital, deberá recibir un complemento de formación sobre La creación y la gestión de contenidos en Comunicación, Periodismo y Marketing Digital, Tecnología multimedia para la Comunicación Digital y Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

-Si no supera la prueba de Nuevas Tecnologías aplicadas a la empresa informativa, deberá recibir un complemento de formación sobre La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento y sobre Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

Si no se superan dos o tres pruebas de las mencionadas, se desestimará la incorporación del estudiante al Máster.

Decimoprimera:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 11 (**Concretar los "perfiles profesionales afectados por las Nuevas Tecnologías" que se mencionan cómo requisito de acceso en la memoria**) se atiende de la siguiente manera:

Se trata de colectivos profesionales afectados por la Nuevas Tecnologías (licenciados de otras ramas que necesiten aplicaciones TIC para su tarea; se filtrarán gracias a la prueba previa que se expone en la modificación requerida número 10). Ello es muy habitual dado el carácter transversal de las aplicaciones tecnológicas, cuyo impacto afecta a numerosos sectores productivos y genera un interés multidisciplinar aplicado hacia al Máster.

Decimosegunda:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 12 (**En relación con la Prueba General de Admisión para Postgrado, indicar la manera de proceder en los casos que se obtengan tres informes favorables**) se atiende de la siguiente manera:

b) Si tres informes son favorables, la resolución pasa a la Comisión de Admisiones.

Decimotercera:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 13 (**Incluir información sobre el proceso de matriculación**) se atiende en el punto 4.1 de la aplicación.

Decimocuarta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 14 (**En el caso que el título imparta docencia virtual, especificar los diferentes medios empleados en la enseñanza, el equipo o el programario necesario para poder realizar estos estudios, grado de presencialidad y los materiales disponibles**) se atiende señalando que en base a las necesidades planteadas por los diversos colectivos que conforman la comunidad universitaria y conscientes del impacto de la Tecnología sobre el proceso educativo, desde el año 2.005 y gracias al esfuerzo de diversos equipos multidisciplinarios, la Universitat Abat Oliba CEU ha incorporado a sus servicios diversas herramientas informáticas para apoyar de manera integral las actividades de enseñanza–aprendizaje.

Actualmente disponemos de una plataforma LMS (Learning Management System – Sistema de administración de Aprendizaje) donde se integran las herramientas de gestión de usuarios (alumnos, profesores, tutores, administradores, etc.), materiales y recursos didácticos que fomentan el aprendizaje colaborativo y constructivista, además de un sistema de seguimiento del progreso y calificaciones de los alumnos.

A nivel de gestión, nuestra plataforma está totalmente integrada con el sistema de Gestión Planificación Académica de la Universidad, lo que permite la configuración y actualización automática de los planes de estudio, asignaturas, matrículas de alumnos, grupos docentes, planificación de actividades, distribución de espacios y horarios, asignación de profesores, asignación de tutores y control de pago de las matrículas.

csv: 71164543182179369834653

Para el desarrollo de la acción formativa, nuestro sistema basa su tecnología y el desarrollo de sus herramientas en el apoyo del modelo formativo de Blended Learning, combinando las modalidades "presencial" y "on-line" para alcanzar las competencias propuestas en los programas educativos que oferta nuestra universidad, de forma de dar cobertura a los estudios que se desarrollen bajo una metodología de semipresencialidad y a su vez servir como herramienta para de apoyo a la docencia presencial.

Nuestra plataforma está dotada de las herramientas necesarias para facilitar el trabajo autónomo del alumno y fomentar las habilidades necesarias para el trabajo en grupo.

Las herramientas disponibles han sido diseñadas para que los alumnos tengan acceso a la mayor cantidad de información posible, mediante los contenidos didácticos suministrados por los profesores, la información generada mediante la comunicación y el trabajo en grupo, y la información de la red, de forma que los alumnos sean capaces de saber buscar, encontrar, discernir, valorar, contrastar y encontrar la aplicabilidad de la información.

El profesor, por su parte, con el uso de las herramientas de nuestro Campus ha pasado de ser la fuente de conocimiento a convertirse en un facilitador del aprendizaje de cada alumno, suministrándole los conocimientos necesarios para guiar y motivar su formación.

Otro de los perfiles muy importante dentro de la filosofía de la Universidad y por ende en nuestra plataforma on-line es el tutor, quien es el encargado de motivar, acompañar y supervisar a los alumnos durante todo su proceso de aprendizaje, y más especialmente en el caso de un alumno semipresencial. El tutor dispone de las herramientas necesarias para seguir muy de cerca el trabajo autónomo y en grupo de cada alumno, teniendo acceso al control de su participación en el campus, la realización de las actividades propuestas por cada uno de los profesores y el uso de las herramientas.

En lo que se refiere al sistema de evaluación y seguimiento del progreso de alumno, nuestra plataforma cuenta con diversas herramientas que permiten:

- la autoevaluación individual de cada alumno: como parte activa de su proceso de aprendizaje el alumno debe ser capaz de poder reflexionar y analizar el progreso en los conocimientos adquiridos.
- la evaluación del trabajo en equipo (aprendizaje colaborativo): nuestras herramientas permiten y evidencian el intercambio y desarrollo del conocimiento en grupo.
- la evaluación del logro de las competencias planteadas: el desarrollo del aprendizaje del alumno debe ir guiado hacia el logro y consecución de determinados objetivos y competencias, para ello nuestro sistema dispone de diversas herramientas que facilitan la planificación de cada actividad evaluativa, su desarrollo, revisión y la comunicación de los resultados.

Entre las técnicas de evaluación que se pueden poner en marcha con las herramientas disponibles en nuestra aplicación, se proponen las siguientes:

- Acceso a la aplicación y seguimiento de los contenidos disponibles.
- Actividades de autoevaluación, que permitan reflexionar al alumno sobre el conocimiento adquirido.
- Actividades que permitan demostrar por parte del alumnado la adquisición de los conocimientos teóricos (pruebas tipo test a través de la plataforma)
- Tareas que el alumno deberá subir a la plataforma dentro de los plazos señalados para la tarea por el profesor
- Respuesta del alumnado ante el feedback alumno- profesor y alumno-tutor.
- Foros de debate en las que el alumnado participe y en el que se pueda poner de manifiesto la adquisición de competencias por parte del alumnado.

Herramientas disponibles en nuestra plataforma

- Panel de novedades: Mensajes con hipervínculos sobre la actividad reciente.

csv: 71164543182179369834653

- Guía docente de la asignatura: Detalle del Procedimiento y metodología a seguir para el logro de las competencias propuestas.

- Cronograma y planificación de actividades propias de cada asignatura: Detalle de la planificación de cada actividad, metodología, duración, tipo de actividad y horas del trabajo del alumno.
- Herramienta de agenda: herramienta de planificación tanto personal como de grupo, públicas o privadas, en donde poder destacar fechas importantes, plazos de entrega, fechas de actividades, etc.
- Herramientas de comunicación (asíncronas)
    - Tablón de anuncios del profesor:
    - Foro de debate: herramienta de comunicación asíncrona que permite la exposición de diversos puntos de vista y que contribuye al aprendizaje colaborativo, puesto que permite la interacción entre el grupo de alumnos y profesores en búsqueda de objetivos comunes, para el logro de conclusiones generales que ayuden a la obtención de nuevos conocimientos e incrementen el espíritu participativo de los alumnos, para el intercambio de opiniones, experiencias, reflexiones y análisis.
    - Herramienta de comunicación privada entre profesor y alumno, permite la comunicación e interacción entre los profesores expertos en la materia y cada uno de los alumnos, de forma de guiar el aprendizaje de forma individualizada y a su vez motivar el trabajo autónomo de cada alumno
    - Foro de tutorías y dinamización de la actividad: herramienta de comunicación entre alumnos y tutores de manera de guiar, dinamizar y motivar el aprendizaje de cada a alumno según su nivel de participación en las actividades y el resultado en el logro de los objetivos planteados. Es también un espacio donde el alumno podrá plantear sus expectativas, dudas o inconvenientes a nivel personal sobre el desarrollo de su aprendizaje.
    - Chats: Herramienta que permite la interacción fluida de manera síncrona entre un grupo de alumnos y/o profesores que no se encuentren físicamente en un mismo lugar, requiere de una planificación previa sobre día y hora para su realización.
    - Correo Electrónico: cada miembro de la comunidad universitaria de la UAO dispone de una dirección de correo, donde reciben a noticias del propio campus, de las autoridades de la universidad y de los propios profesores.
- Área de contenidos, espacio destinado para el profesor pueda distribuir los materiales didácticos de cada asignatura, bien sean:
    - contenidos documentales,
    - objetos audiovisuales,
    - contenidos interactivos,
    - metadatos,
    - objetos multimedia,
    - glosario de términos,
    - repositorio de recursos externos,
    - repositorio de enlaces a diversos recursos donde el alumno pueda ampliar la información relacionada a diversos temas.
- Actividades:
    - Formularios de autoevaluación, herramienta con la que el alumno puede medir de forma personalizada y autónoma el progreso de su aprendizaje, es configurable por parte del profesor el número de intentos que disponen los alumnos, puede ser limitado o ilimitado.
    - Cuestionario de evaluación de aprendizaje, esta herramienta está conformada por un espacio donde el profesor podrá ir generando su propio

csv: 71164543182179369834653

banco de preguntas organizadas por temas y categorías, y en el momento que lo considere necesario poder crear un cuestionario con la selección de preguntas que considere, que le permita evaluar el progreso en el aprendizaje de sus alumnos. Posee con un sistema de corrección automática que le permite al alumno obtener de forma inmediata un fedbag con el resultado de la evaluación y a su vez está integrada con la evaluzación continuada de su aprendizaje.

- Espacio de entrega de actividades, esta herramienta consta de un espacio en el que profesor describe la actividad propuesta y crea una carpeta para la entrega de las actividades propuestas en la que el profesor puede establecer plazos de vigencia.
- Creación de grupo de trabajos y desarrollo de talleres, herramienta en la que el profesor pude dividir el grupo de clase en subgrupo para la realización de una actividad en conjunto. Cada grupo dispondrá de una serie de herramientas mediante las cuales poder comunicarse y compartir la información que ha recaudado mediante su trabajo autónomo para luego desarrollar el trabajo en equipo, intercambiando, analizando y discerniendo sobre la información recolectada.
- Encuestas, herramienta que permite la valoración y el tratamiento estadístico de ciertos ítems respondidos por los alumnos.

- Herramienta de evaluación y comunicación calificaciones
  - Evaluación Diagnóstica - Proceso de evaluación inicial para el diagnóstico de los contenidos previo del alumno.
  - Evaluación Sumativa - Seguimiento y control de la participación, evaluación continua y la evaluación final de cada alumno
  - Evaluación del proceso - Centrada en el feedback que podemos tener mediante las encuestas de evaluación de los profesores, acerca de los objetivos desarrollados, la metodología utilizada, los recursos utilizados y contenidos desarrollados
  - Informe de actividades – historial de todas las actividades desarrolladas tanto por el alumno como por el profesor durante el desarrollo de sus estudios
  - Comunicación de calificaciones finales (vía plataforma online, correo electrónico y SMS)

Herramientas y software adicionales

Además de las herramientas disponibles en nuestra plataforma, la universidad cuenta con herramientas adaptadas a las necesidades de los profesores instaladas en los ordenadores disponibles para uso de los profesores y alumnos, así como en los portátiles que se le otorgan a cada uno de los alumnos de nuevo ingreso.

Además contamos con un equipo de Informáticos dispuesto a dar soporte a las necesidades de los profesores y alumnos.

Entre las herramientas más demandadas para el trabajo colaborativo tenemos:

- Webblogs

  Espacio en Internet que posee una dirección URL propia, que permite acceder a él directamente a través de cualquier navegador, de forma similar a cualquier página Web convencional.

  Los Blogs (bitácoras en español) constituyen una buena herramienta para la construcción del conocimiento, ya que permite la publicación de artículos, textos, reseñas, por parte del usuario creador, y a su vez recopilar cronológicamente las distintas aportaciones que se hagan con respecto al tema, creando así el concepto de comunidad. Esta herramienta puede ser utilizada para que los estudiantes desarrollen temas de discusión, incorporando imágenes y links a más información.

  Herramientas para la creación de blogs:

csv: 71164543182179369834653

    - Wordpress
  - Blogger
  - Blogalia

- Wikis

  Las wikis son también páginas Web creadas por cualquier usuario, cuya principal característica es son los mismos usuario quienes a través de sus aportaciones construyen el conocimiento.

  Esta herramienta brinda la posibilidad de debatir temas, propiciar la colaboración de los alumnos, resaltar la comunicación entre profesor–alumno y facilitar el feedback directo al estudiante.

- Videoconferencias

  La herramienta de videoconferencia es elemento multimedia que suele utilizarse para mejorar el sistema de docencia, dirigir el proceso de enseñanza, mejorar el aprendizaje autónomo y aminorar las limitaciones de tiempo y distancia.

  Desde el punto de vista Instructivo, una videoconferencia se asemeja mucho a un clase magistral en la que el profesor expone los conocimientos que quiere transmitir al grupo de alumnos, logrando la interacción habitual de una clase presencial. El valor agregado que tiene este sistema es que logra reunir en un mismo espacio y tiempo, personas que no se encuentran físicamente en el mismo lugar y entre ellas lograr desarrollar una interacción fluida con el fin de desarrollar el conocimiento de los alumnos.

  - Webex y Skype: Herramientas de videoconferencia para la interacción entre profesor – alumno y tutor – alumno, para el seguimiento personalizado del aprendizaje de cada alumno.
  - Sistema Polycom HD: Sistema de videoconferencia de alta calidad (HD) usado para impartir clases magistrales, pudiendo reunir en un solo espacio varias sedes, por ejemplo en una misma conferencia pueden confluir varias personas o grupos que se encuentran en lugares distintos.

    Está compuesto por una cámara HD 1080p, audio de 22 kHz que ofrece un voz nítida y natural incluso cuando hay varios interlocutores hablando.

Herramientas y servicios disponibles

Además de las aplicaciones descritas disponemos de varias herramientas y servicios para garantizar el proceso de enseñanza aprendizaje de nuestros alumnos, como son:

- Sala de ordenadores, disponemos de dos salas de ordenadores para uso de los alumnos. Una de ellas diseñada y equipada para el uso específico de materias de diseño, con ordenadores Apple iMac con el software necesario para la edición de imágenes y videos, y la otra de uso libre equipadas con las herramientas y el software más utilizado por los alumnos.
- Sala de Captura y postproducción de video con software específico
- Todas las aulas de docencia disponen de ordenadores conectados a proyectores con Internet y sistema de megafonía. Además de estar equipadas con enchufes y conexión inalámbrica (Wifi) para que los alumnos puedan hacer uso de su portátiles.
- Seminarios, disponemos de dos aulas equipadas con pizarra digitales interactivas, integradas con las otras herramientas utilizadas en la docencia semipresencial como es una plataforma de enseñanza virtual.
- Cuentas personales, cada uno de nuestros usuarios dispone de una cuenta personal que le permite acceder a su cuenta correo electrónico de la Universidad, la conexión a la red inalámbrica (eduroam), acceder a los ordenadores de la Universidad, acceder a la plataforma online y disponen de un espacio en la red para guardar su información.
- Herramientas de colaboración en línea para facilitar el trabajo en grupo.
- Internet, la UAO dispone de una conexión a l'Anella Científica de 34 Mbps que nos suministra internet y todas los demás servicios que presta.

csv: 71164543182179369834653

- Software específicos para determinados estudios:
  - Bloomberg: herramienta para la formación en materia económica y bursátil.
  - FinalCut: edición de video
  - Avid: edición de video
  - Adobe Máster Collection (Incluyendo la suite completa del software)
  - Paquete ofimático
  - LogicPro edición de audio
  - A3con contabilidad
- Bases de datos:
    - Academic Search Premier
    - CSIC - Bases de datos bibliográficas
    - EBSCO Host
    - English Language Learner
    - Fuente Académica Premier
    - ISI Web of Knowledge
  - Derecho
    - Aranzadi - Westlaw
    - Boletín Oficial del Estado: Iberlex.boe
    - Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC)
    - IUSTEL
    - NAUTIS FISCAL
    - Tirant On Line
    - vLex
    - Westlaw International
  - Economía y Negocios
    - Business Source Complete
    - Econlit
    - Regional Business News
    - SABI
  - Humanidades
    - Catholic Periodical and Literature Index
    - Humanities International Index
    - The Philosopher's Index
  - Periodismo y Publicidad
    - Aceprensa
    - ADDB - Advertising Database
    - Communication and Mass Media Complete
    - My News On Line
    - The Emergence of Advertising in America: 1850-1920
  - Psicología
    - Psychology and Behavioral Sciences Collections (PBSC)
    - PsycARTICLES
    - PsycCritiques
    - PsycINFO
    - MEDLINE with Full Text

csv: 71164543182179369834653

Aspectos Técnicos de la Plataforma

Nuestra plataforma LMS está desarrollada siguiendo una arquitectura de 3 capas, esta arquitectura adoptada por la mayoría de fabricantes, se basa en la separación en capas de una aplicación desde el punto de vista de funcionalidades y niveles de especialización

La infraestructura necesaria para el buen funcionamiento de la aplicación está formada por un balanceador en round robin con dos servidores web, que reciben todas las peticiones a campus. Dos máquinas en cluster para el servidor de aplicaciones que es quien tiene toda la lógica de negocio. Un cluster de base de datos que almacena toda la información relativa de los usuarios.

Nuestra plataforma ha sido diseñada para soportar un número de conexiones máximas simultáneas aproximadas al doble del número de alumnos matriculados en un curso académico. En la fase de pruebas de la aplicación se hicieron test de carga y se consiguieron resultados aproximados a las especificaciones de la plataforma.

La media actual de conexiones simultaneas es de 500 con picos de hasta 900 en época de exámenes y publicación de calificaciones.

Físicamente la plataforma está ubicada en un centro de datos, con acceso restringido. Este centro está dotado de un SAI con autonomía para 45 minutos y conectado con un grupo electrógeno con autonomía para 12 horas. También tiene un sistema de refrigeración doble para mantener la alta disponibilidad.

Se hacen copias de seguridad diarias en cinta magnética que se envían a una empresa especializada para su resguardo.

Decimoquinta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 15 (**Modificar la tabla de reconocimiento de créditos**) se atiende de la siguiente manera:

La tabla de reconocimiento de créditos permitirá la convalidación de la mayor parte de asignaturas cursadas en el Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías. La tabla queda de la siguiente manera:

Asignatura Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (2011-12)	**Créditos**	**Asignatura** Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías	
Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias	5	Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias	5
La Comunicación digital: adaptación multimedia	5	La Comunicación digital: adaptación multimedia	5
Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital	5	Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital	5
Tecnología multimedia para la Comunicación Digital	5	Tecnología multimedia para la Comunicación Digital	2,5
Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma	5	Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma	2,5
La creación y la gestión de contenidos en	5	La creación y la gestión	5

csv: 71164543182179369834653

Comunicación Digital		de contenidos en Comunicación Digital	
El hombre máquina y la virtualización	5	El hombre máquina y la virtualización	5
La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento	5	La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento	5
Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información	5	Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información	2,5
Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad	5	Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad	2,5
Prácticas externas	4	No convalidable	10
Trabajo fin de máster	6	No convalidable	10

Por tanto, quienes hayan superado las asignaturas de 5 créditos del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (2011-12) podrán convalidar las asignaturas correspondientes de la tabla. En cambio, ni las Prácticas externas ni el Trabajo fin de máster serán convalidables.

Decimosexta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 16 (**Revisar la descripción del "Procedimiento para el reconocimiento del créditos"**) se atiende en el punto 4.4 de la aplicación.

Decimoséptima:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 17 (**Especificar la documentación requerida para el reconocimiento de la experiencia profesional, así como aportar información más detallada sobre los criterios de valoración, determinar el ámbito de experiencia profesional e informar sobre la tipología de asignaturas que podrán ser objeto de reconocimiento**) se atiende de la siguiente manera:

Se solicitará al estudiante un certificado emitido por parte del empleador en el que conste la tarea profesional desempeñada sobre Comunicación Digital y nuevas Tecnologías. En el caso de que el estudiante sea autónomo, se le requerirá un certificado de la/s empresa/s para las que haya trabajado.

Las asignaturas objeto de reconocimiento gracias a la experiencia profesional son las siguientes:

-Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma (2,5 créditos). 2 años de experiencia demostrable de desempeño profesional periodístico en un medio de comunicación digital a *full time*, con contrato laboral o como autónomo.
-Tecnología multimedia para la Comunicación Digital (2,5 créditos). 2 años de experiencia demostrable de desempeño profesional tecnológico multimedia en una empresa del sector digital multimedia a *full time*, con contrato laboral o como autónomo.

Decimoctava:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 18 (**Revisar la descripción y contenidos de ciertas materias, con problemas derivados de haber eliminado las alusiones explícitas al término "Periodismo"**) se atiende de la siguiente manera:

csv: 71164543182179369834653

Atendiendo a los contenidos de la materia 3 (Nuevas tecnologías aplicadas a la empresa), añadimos el término "informativa" después de “empresa”.

Decimonovena:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 19 (**Corregir la asignación de competencias específicas a las materias**) se atiende de la siguiente manera:

La distribución de competencias por materia es la siguiente:

Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet

básicas	CB6	CB7	CB8	CB9	CB10	
generales	CG1	CG3	CG4	CG6		
transversales	CT1	CT2	CT3			
específicas	CE1	CE3	CE5	CE6	CE8	CE9

Práctica y análisis de la Comunicación Digital

básicas	CB6	CB7	CB8	CB9	CB10		
generales	CG1	CG2	CG3	CG4	CG5		
transversales	CT1	CT2	CT3				
específicas	CE1	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9

Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa

básicas	CB6	CB7	CB8	CB9	CB10		
generales	CG1	CG2	CG3	CG4			
transversales	CT1	CT2	CT3				
específicas	CE2	CE5	CE6	CE7			

Trabajo Fin de Máster

básicas	CB6	CB7	CB8	CB9	CB10		
generales	CG1	CG2	CG3	CG4	CG5		
transversales	CT1	CT2	CT3				
específicas	CE1	CE3	CE4	CE5	CE7	CE8	CE9

Vigésima:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 20 (**Revisar la redacción de los resultados de aprendizaje**) se atiende de la siguiente manera:

Para la materia Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet los resultados de aprendizaje esperados son los siguientes:

Descubrir la raíz, la evolución y los efectos de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, y las diversas denominaciones de esa sociedad, de forma integrada pero con los consiguientes matices si debe elaborar contenidos o marcos teóricos;
Conocer las causas de la aparición de Internet y su impacto social y económico en el ciudadano y en la empresa, desde diversos puntos de vista;
Combinar datos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento en las diversas zonas del mundo, reflexionar sobre las responsabilidades sociales o éticas y aplicar estrategias profesionales en función del país, la zona o la región en cuestión;

csv: 71164543182179369834653

Analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital a partir del conocimiento general sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento y desde diversas perspectivas;
Utilizar básicamente las Nuevas Tecnologías de la Comunicación Digital, implementar soluciones y actualizar sus conocimientos;
Describir con ejemplos aplicaciones digitales de herramientas tecnológicas a partir de casos prácticos;
Aplicar herramientas prácticas de la Sociedad digital en una empresa tradicional (periodismo y publicidad);
Demostrar comprensión para comparar realidades de países con tecnologías muy dispares a partir de fuentes diversas;
Integrar capacidad de análisis de cambios en aplicaciones digitales empresariales en función de los casos expuestos;
Comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico, y a públicos no especializados, a partir de los conocimientos adquiridos mediante teoría y práctica.

Para la materia Práctica y análisis de la Comunicación Digital los resultados de aprendizaje esperados son los siguientes:

Describir con casos concretos herramientas prácticas integradas de comunicación (periodismo y marketing) digital y actualizar sus conocimientos y habilidades en función de las líneas teóricas que se les han transmitido;
Demostrar tanto en supuestos teóricos como aplicados la comprensión de las nuevas prácticas de periodismo y marketing digital, de forma que puedan crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales;
Utilizar correctamente y de forma creativa las herramientas multimedia para el periodismo y el marketing digital gracias a las prácticas llevadas a cabo;
Describir y desarrollar, a partir de casos de éxito, aplicaciones multimedia rentables para la empresa;
Desarrollar el conocimiento y el cultivo práctico de los géneros periodísticos digitales aplicables a la difusión del mensaje empresarial mediante contenidos web, blogs o redes sociales, a partir de uso de fuentes de información y teniendo en cuenta los condicionantes del derecho de la información;
Identificar factores de impacto de los blogs en la comunicación digital empresarial y elaborar un plan de actuación en este sentido;
Demostrar la comprensión del impacto del *newsletter* en la comunicación digital empresarial y elaborar un plan de actuación en este sentido;
Demostrar conocimiento en la creación y la gestión de contenidos en Comunicación y Periodismo Digital y elaborar un plan de actuación en este sentido, teniendo en cuenta el factor condicionante de la banda ancha, como por ejemplo en el caso de la incrustación de vídeo que dé lugar a *streaming*;
Describir con ejemplos la virtualización en la empresa y las ventajas e inconvenientes del entorno digital, y explicarlo a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico o a públicos no especializados.

Para la materia Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa los resultados de aprendizaje esperados son los siguientes:

Describir casos de TIC aplicadas a la empresa informativa a partir de los casos expuestos;
Demostrar conocimiento y comprensión de las estrategias de marketing en Internet en la empresa en la Sociedad del Conocimiento;
Demostrar la capacidad de crear recursos comunicativos rentables en la empresa y contenidos digitales a partir de la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital;
Crear aplicaciones de comunicación en Internet para la empresa; Proponer soluciones innovadoras en el campo de la Sociedad de la Información a partir de casos de éxito y de las tendencias tecnológicas multimedia;
Demostrar conocimiento de implantaciones tecnológicas multimedia en la comunicación digital empresarial;
Desarrollar espíritu emprendedor para crear nuevas empresas a partir de simulaciones de empresa digital;

csv: 71164543182179369834653

Argumentar el conocimiento de los factores telecomunicativos de banda ancha (bit/byte, factores de conversión, evolución de los patrones de banda ancha, leyes de Gilder, Metcalfe, Moore…) que impactan en la comunicación empresarial;
Crear soluciones de comunicación digital teniendo en cuenta la banda ancha (streaming);
Diseñar proyectos de Comunicación Digital rentables para la empresa en función de los modelos que se habrán expuesto.

Para la materia Trabajo Fin de Máster los resultados de aprendizaje esperados son los siguientes:

Demostrar conocimiento y comprensión sobre Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías mediante un trabajo de investigación

Vigesimoprimera:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 21 (**Definir con una terminología más ajustada el sistema de evaluación "pruebas objetivas"**) se atiende señalando que por "pruebas objetivas" cabe entender "pruebas tipo test".

Vigesimosegunda:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 22 (**Incluir evidencias sobre la existencia de convenios o acuerdo con entidades externas a la Universidad destinados a garantizar la realización de prácticas profesionalizadoras**) se atiende de la siguiente manera:

Se han suscrito acuerdos con entidades externas a la Universidad destinados a garantizar la realización de prácticas profesionalizadoras. Existen prácticas del Máster ya realizadas en empresas como Questionity o La Tienda de Lolín (*community managers* de ambas empresas o cadenas), y convalidadas y con posibilidad de realizar prácticas en 2012-13 en empresas o entidades externas como Sony o RSM Seguros. Existen acuerdos de colaboración para llevar a cabo prácticas en empresas o entidades como Grupo Alesport, Associació Catalana de la Premsa Comarcal o BBDO España, y un conjunto de empresas que colaboran con el Máster que han mostrado total interés por acoger estudiantes en prácticas. Los acuerdos individualizados (estudiante por estudiante) con estas últimas empresas se firmarán, lógicamente, cuando se lleven a cabo las prácticas en el curso 2012-13.

Vigesimotercera:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 23 (**Ampliar la descripción de las características de las Prácticas externas. Incluir información relacionada con la estructura de gestión, mecanismos de seguimiento, supervisión de prácticas y sistema de evaluación**) se atiende señalando que la Universitat Abat Oliba CEU considera las prácticas externas un elemento clave para el pleno desarrollo de la formación y el futuro profesional del alumnado. Con esta convicción, el programa de este título prevé las prácticas externas como una asignatura de carácter obligatorio, además de la posibilidad de realizar prácticas voluntarias, así como un sistema de gestión y de control de la calidad de las prácticas externas.

1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema de garantía de la calidad de las prácticas externas corresponden al Decanato o Dirección de cada centro de la Universidad, y para su elaboración convoca la Comisión de Prácticas y Empleo de la Facultad, de la cual forman parte el Decano/a, el Director/a del Servicio de Prácticas y Empleo, la dirección académica del título y un representante de la Unidad de Calidad.

La gestión del sistema de garantía de la calidad de las prácticas externas corresponde al Servicio de Prácticas y Empleo, que es el responsable de coordinar y controlar la ejecución y seguimiento de los procedimientos previstos, y de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

2. Contenidos del sistema de prácticas externas. En la Universitat Abat Oliba CEU existen dos modalidades de prácticas externas:

csv: 71164543182179369834653

- Prácticas obligatorias: asignatura de carácter obligatorio a desarrollar en una empresa, despacho profesional o institución pública.
- Prácticas voluntarias: se realiza al margen del expediente académico y permite la incorporación del estudiante en una empresa, despacho profesional o institución pública durante un período máximo de 500 horas a razón de 4 o 5 horas diarias, en el horario alternativo a sus estudios. El contenido y requisitos de las prácticas voluntarias se rigen por lo dispuesto en el Real Decreto 1845/1994, de 9 de septiembre, por el que se actualiza el Real Decreto 1497/1981, de 19 de junio, sobre programas de cooperación educativa. La organización del proceso tiene elementos comunes pero también presenta diferencias según se trate de prácticas obligatorias o prácticas voluntarias por lo que se expone por separado.

3. Procedimiento de las prácticas obligatorias. La realización de las prácticas comporta la ejecución de los procedimientos que se detallan a continuación:

- Búsqueda de empresas o instituciones: El Servicio de Prácticas y Empleo durante el año realiza una búsqueda de empresas o instituciones que, en función del plan estratégico del Servicio, diseñado por la Comisión de Prácticas y Empleo, se desea incorporar como futuros oferentes de plazas de prácticas.
- Información para las empresas: Las empresas, despachos profesionales o instituciones públicas tienen información del programa de prácticas de la Universidad a través de las siguientes acciones del Servicio de Prácticas y Empleo: correos electrónicos a inicio de curso con información actualizada del acceso y características de la plataforma digital mediante la cual se gestionan las ofertas de prácticas y los c-v de los estudiantes a todas las empresas, despachos profesionales e instituciones colaboradores del programa de prácticas externas de la Universitat Abat Oliba CEU; visitas a las empresas, despachos profesionales y/o instituciones que se desea incorporar en el programa de prácticas. En estas visitas se informa personalmente al Director/a o al responsable de RRHH o de incorporación de becarios, acerca del programa de prácticas obligatorias y prácticas voluntarias y se entrega un dossier informativo de la Universidad así como el propio del Servicio de Prácticas y Empleo con toda la información tanto de las actividades del Servicio, como de los procedimientos para publicar ofertas y realizar convenios de prácticas con estudiantes, como la relación actualizada de empresas e instituciones colaboradoras; al gestionarse las prácticas externas a través de una plataforma digital on line, cualquier empresa o institución puede acceder a través de un buscador de internet a la web de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. En la mencionada plataforma, en el espacio destinado a las empresas aparece toda la información acerca de cómo publicar una oferta, la normativa de los convenios de prácticas, cómo rellenar un convenio de prácticas, las personas de contacto del Servicio de Prácticas y Empleo y las principales dudas acerca del proceso.
- Acceso para las empresas: El acceso a la plataforma digital de gestión de prácticas de la Universitat Abat Oliba CEU es gratuito y abierto si bien, para garantizar su calidad y adecuación a los estudios impartidos, cada oferta es validada por las personas responsables del Servicio de Prácticas y Empleo. La empresa al acceder por primera vez a la plataforma digital deberá rellenar el formulario de alta y aceptar las condiciones de privacidad; automáticamente, el sistema le generará un código de usuario y una contraseña para introducir las ofertas. A continuación podrá cumplimentar el formulario de la oferta. www.uao.es / Prácticas y Empleo / Bolsa de Trabajo/ Publicar ofertas/ Ofertas de prácticas.
- Información para el alumnado: El Servicio de Prácticas y Empleo es el responsable de elaborar el material para informar a los estudiantes de la oferta de prácticas así como de su difusión. El alumnado recibe la información que se detalla por los siguientes canales: en la primera quincena del mes de septiembre los responsables del Servicio de Prácticas y Empleo realizan unas sesiones informativas para el alumnado sobre las prácticas para explicar su gestión, la asignación de las plazas y el compromiso del estudiante en prácticas. Una vez informados, en la segunda quincena del mes de septiembre, el Servicio de Prácticas y Empleo publica la oferta de plazas; en la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU, en el espacio destinado a estudiantes, en el apartado de consulta las ofertas de Prácticas, el estudiante selecciona sus estudios y accede a toda la información acerca de las Prácticas en general y de las particularidades de su titulación; el Servicio de Prácticas y Empleo permanece abierto desde las 9:00 hasta las 20:00 para dar información y atender individualmente a cada estudiante.
- Acceso para el alumnado: Para acceder a una oferta de prácticas, el estudiante debe darse de alta en la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. Para ello deberá cumplimentar un formulario de alta en el que deberá hacer constar sus datos personales, experiencia, formación, conocimiento de idiomas, otros datos específicos y preferencias incluyendo su currículum. [www.uao.es Prácticas y Empleo –Bolsa de Trabajo – Date de alta]

csv: 71164543182179369834653

- Solicitud del alumnado: El alumno/a se inscribe a la oferta u ofertas que son de su interés a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo. La empresa recibe la ficha del alumno/a inscrito junto con su currículum y si le interesa el candidato le realiza una entrevista.
- Convenio: Si como consecuencia de la entrevista el estudiante es seleccionado, la empresa solicita a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo un convenio de Prácticas. Una vez que la persona del Servicio de Prácticas y Empleo responsable de la gestión del convenio verifica todos los datos y comprueba su adecuación tanto a la normativa académica como al contenido de los estudios procede a su aceptación. Finalmente, firman el convenio el estudiante, el representante legal de la empresa y el Secretario General de la Universitat Abat Oliba CEU. Asimismo, tanto el estudiante como el representante legal de la empresa firman el compromiso del estudiante en prácticas. Una vez firmado el convenio, la persona responsable de la gestión del convenio comunica por correo electrónico a la responsable de Administración, la compañía de seguros con los datos principales del alumno/a.
- Asignación del Tutor académico y Tutor de la empresa: El estudiante que realiza las prácticas cuenta con una doble ayuda: el tutor/a académico, que es un docente de la Universidad, y el tutor de la empresa donde realiza las prácticas. Los responsables del Servicio de Prácticas y Empleo asignan el tutor/a académico al alumno, en función del área de conocimiento a la que se adscriba el programa de Prácticas de ese convenio en concreto. Previamente, durante los meses de junio y julio, la dirección académica del título ha designado a los colaboradores de las distintas áreas que serán tutores académicos con el visto bueno del Decano. Asimismo, en el mes de Septiembre, el Decano/a convoca una reunión con los tutores académicos y el Servicio de Prácticas y Empleo, con el objetivo de determinar los procedimientos de trabajo y de flujo de información.
- Las funciones del tutor académico consisten en: hacer un seguimiento de las tareas que realiza el estudiante en sus prácticas para comprobar la adecuación de las mismas a sus estudios y garantizar el máximo aprovechamiento de la estancia; solventar los problemas e incidencias que puedan ocurrir durante el periodo de prácticas; contactar con el tutor/a de la empresa para recoger su opinión acerca de los puntos fuertes y aspectos a mejorar tanto de los conocimientos teóricos como instrumentales del alumno/a; y evaluar las memorias del alumno/a de prácticas teniendo en cuenta el informe de valoración del tutor/a de la empresa y el informe realizado a mitad de las prácticas por el mismo profesor/a. La empresa es la responsable de designar el tutor/a de la empresa tal como se establece en el convenio y el Servicio de Prácticas y Empleo de comunicarlo al alumno/a. Las funciones del tutor/a de la empresa son: dirigir, supervisar y asesorar las actividades del estudiante durante su estancia en la empresa o institución; transmitir, al tutor/a académico que tiene asignado el alumno/a, los puntos fuertes y débiles de los conocimientos teóricos e instrumentales del alumno/a según ha podido comprobar a lo largo de las prácticas; rellenar un informe que le facilita el Servicio de Prácticas y Empleo, valorando las competencias y habilidades ejercitadas y demostradas por el alumno/a durante el desarrollo de las prácticas; y en caso de darse alguna incidencia, notificarla al Servicio de Prácticas y Empleo.
- Documentación de las prácticas: Desde el Servicio de Prácticas y Empleo se envía, a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo, un e-mail estandarizado al estudiante que ha firmado el convenio, donde se detalla la plaza adjudicada, la Empresa, el nombre del tutor de la empresa, las fechas de inicio y finalización de las prácticas, el nombre del tutor/a académico que se le ha asignado, la información-plantilla de la memoria que debe completar al finalizar la práctica, y las fechas de entrega de la misma en el Servicio de Prácticas y Empleo. También, desde el Servicio de Prácticas y Empleo se envía, a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo, un e-mail el tutor/a académico con el nombre del alumno/a que tendrá como tutorando, con sus datos de móvil, e-mail, empresa que se le adjudica, fechas de las prácticas en dicha empresa, y nombre y apellidos del Tutor/a de Empresa con su móvil y e-mail para que se ponga en contacto.
- Seguimiento de las prácticas: Aproximadamente a mitad de las prácticas (mes y medio), se generará automáticamente desde la plataforma digital, un segundo e-mail al tutor académico con redactado estándar, en el que se le adjunta la plantilla de conocimientos del alumno/a, para que la cumplimente/procese con la información que debe obtener tras una conversación telefónica o personal con el tutor/a de la empresa. En esta plantilla se reflejan los puntos fuertes y débiles del alumno tanto de los conocimientos teóricos como instrumentales. Quince días antes de la finalización de las prácticas, el Servicio de Prácticas y Empleo envía a través de la plataforma digital un e-mail al tutor/a de la empresa adjuntándole un informe de valoración de las competencias aplicadas y desarrolladas por el alumno durante práctica. Este informe deberá retornarlo al Servicio de Prácticas y Empleo. El último día lectivo del semestre el alumno/a entrega la memoria de prácticas en el Servicio de Prácticas y Empleo.

csv: 71164543182179369834653

- Evaluación de las prácticas: El Servicio de Prácticas y Empleo entregan a los tutores académicos las memorias de sus tutorandos junto con el informe de valoración del tutor/a de la empresa y el informe que ellos mismos cumplimentaron, a mitad de las prácticas, fruto de su interlocución con el tutor/a de la empresa. Los profesores evalúan las memorias y las devuelven al Servicio de Prácticas y Empleo.
- Incidencias: Ante cualquier incidencia que se produzca a lo largo de las prácticas incluido el abandono del mismo por parte del alumno/a o la rescisión del convenio por parte de la empresa, el Servicio de Prácticas y Empleo informa inmediatamente al tutor/a académico y al responsable del título, siendo a éste último a quién corresponde la resolución del problema.
- Valoración de la satisfacción: Al finalizar las prácticas, el Servicio de Prácticas y Empleo solicita al alumno/a que cumplimente una encuesta en la que se le pregunta acerca de cómo valora la aplicación informática del Servicio de Prácticas y Empleo, el propio Servicio, las ofertas de prácticas, el tutor/a académico, el tutor/a de la empresa y la realización de la propia práctica. A partir de los resultados de las encuestas de satisfacción, el Servicio de Prácticas y Empleo realiza el correspondiente informe de valoración y propuesta de mejora, que eleva al Decanato y a la Comisión de Prácticas y Empleo para su consideración.

4. Procedimiento de las prácticas voluntarias

- Búsqueda de empresas o instituciones: El Servicio de Prácticas y Empleo durante el año realiza una búsqueda de empresas o instituciones que, en función del plan estratégico del Servicio, diseñado por la Comisión de Prácticas y Empleo, se desea incorporar como futuros oferentes de plazas de prácticas.
- Información para las empresas: Las empresas, despachos profesionales o instituciones públicas tienen información del programa de prácticas de la Universidad a través de las siguientes acciones del Servicio de Prácticas y Empleo:

a) Correos electrónicos a inicio de curso con información actualizada del acceso y características de la plataforma digital mediante la cual se gestionan las ofertas de prácticas y los c-v de los estudiantes a todas las empresas, despachos profesionales e instituciones colaboradores del programa de prácticas externas de la Universitat Abat Oliba CEU.

b) Visitas a las empresas, despachos profesionales y/o instituciones que se desea incorporar en el programa de prácticas. En estas visitas se informa personalmente al Director/a o al responsable de RRHH o de incorporación de becarios, acerca del programa de prácticas obligatorias y prácticas voluntarias y se entrega un dossier informativo de la Universidad así como el propio del Servicio de Prácticas y Empleo con toda la información tanto de las actividades del Servicio, como de los procedimientos para publicar ofertas y realizar convenios de prácticas con estudiantes, como la relación actualizada de empresas e instituciones colaboradoras.

c) Al gestionarse las prácticas externas a través de una plataforma digital *on line*, cualquier empresa o institución puede acceder a través de un buscador de internet a la *web* de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. En la mencionada plataforma, en el espacio destinado a las empresas aparece toda la información acerca de cómo publicar una oferta, la normativa de los convenios de prácticas, cómo rellenar un convenio de prácticas, las personas de contacto del Servicio de Prácticas y Empleo y las principales dudas acerca del proceso.

- Acceso para las empresas: El acceso a la plataforma digital de gestión de prácticas de la Universitat Abat Oliba CEU es gratuito y abierto si bien, para garantizar su calidad y adecuación a los estudios impartidos, cada oferta es validada por las personas responsables del Servicio de Prácticas y Empleo. La empresa al acceder por primera vez a la plataforma digital deberá rellenar el formulario de alta y aceptar las condiciones de privacidad; automáticamente, el sistema le generará un código de usuario y una contraseña para introducir las ofertas. A continuación podrá cumplimentar el formulario de la oferta. www.uao.es / Prácticas y Empleo / Bolsa de Trabajo/ Publicar ofertas/ Ofertas de prácticas.
- Información para el alumnado: El Servicio de Prácticas y Empleo es el responsable de elaborar el material para informar a los estudiantes de la oferta de prácticas así como de su difusión. El alumnado recibe la información que se detalla por los siguientes canales:

a) En la página web de la Universitat Abat Oliba CEU, el Servicio de Prácticas y Empleo mantiene un apartado actualizado anualmente sobre la oferta de prácticas, incluidas las prácticas internacionales.

b) En la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU, en el espacio destinado a estudiantes, en el apartado de prácticas, el estudiante encuentra información acerca de en qué consisten las prácticas, principales dudas y puede consultar todas las ofertas actuales, nacionales e internacionales.

csv: 71164543182179369834653

c) El Servicio de Prácticas y Empleo permanece abierto desde las 9:00 hasta las 20:00 para dar información y atender individualmente a cada estudiante.

- Acceso para el alumnado: Para acceder a una oferta de prácticas voluntarias, el estudiante debe darse de alta en la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. Para ello deberá cumplimentar un formulario de alta en el que deberá hacer constar sus datos personales, experiencia, formación, conocimiento de idiomas, otros datos específicos y preferencias incluyendo su currículum. [www.uao.es Prácticas y Empleo –Bolsa de Trabajo – Date de alta]
- Requisitos de participación: El estudiante debe haber superado el 50% de los créditos de su titulación para inscribirse en la oferta de prácticas voluntarias.
- Solicitud del alumnado: El alumno/a se inscribe a la oferta u ofertas que son de su interés a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo. La empresa recibe la ficha del alumno/a inscrito junto con su currículum y si le interesa el candidato le realiza una entrevista.
- Convenio: Si como consecuencia de la entrevista el estudiante es seleccionado, la empresa solicita a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo un convenio de prácticas voluntarias. Una vez que la persona del Servicio de Prácticas y Empleo responsable de la gestión del convenio verifica todos los datos y comprueba que el estudiante efectivamente haya superado el 50% de los créditos de su titulación procede a su aceptación. Finalmente, firman el convenio el estudiante, el representante legal de la empresa y el Director/a del Servicio de Prácticas y Empleo de la Universitat Abat Oliba CEU. Una vez firmado el convenio, la persona responsable de la gestión del convenio comunica por correo electrónico a la responsable de Administración, el seguro con los datos principales del alumno/a y la fecha de inicio y fin de la práctica.
- Incidencias: Durante el transcurso de las prácticas cualquier incidencia que se pueda producir la resuelve el Servicio de Prácticas y Empleo.
- Valoración de la satisfacción: Al finalizar las prácticas voluntarias, el Servicio de Prácticas y Empleo solicita al alumno/a que cumplimente una encuesta en la que se le pregunta acerca de cómo valora la aplicación informática del Servicio de Prácticas y Empleo, el propio Servicio, las ofertas de prácticas, el tutor/a de la empresa y la realización de la propia práctica. A partir de los resultados de las encuestas de satisfacción, el Servicio de Prácticas y Empleo realiza el correspondiente informe de valoración y propuesta de mejora, que eleva al Decanato y a la Comisión de Prácticas y Empleo para su consideración.

5. Rendición de cuentas, revisión y mejora de la gestión de las prácticas

- Elaboración de la memoria: Durante el mes de julio, el Servicio de Prácticas y Empleo presenta la Memoria del curso al Decanato. En el apartado correspondiente a las prácticas se facilita la siguiente información:

a) Total de plazas gestionadas por titulación
b) Relación de empresas e instituciones que han participado en el programa de prácticas en cada titulación.
c) Relación de nuevas empresas conseguidas durante el curso en cumplimiento del plan estratégico.
d) Gráficos y análisis de la valoración de los tutores de las empresas para cada titulación.
e) Relación de la información que ofrecen los tutores de las empresas acerca de los puntos fuertes y débiles del estudiante para cada titulación.
f) Análisis y gráficos de los resultados de la encuesta de satisfacción pasada a los alumnos que han realizado las prácticas acerca de la calidad del Servicio de Prácticas y Empleo, del procedimiento y de la plaza de prácticas.

En el apartado correspondiente a las prácticas voluntarias se facilita la siguiente información:
a) Gráfico de distribución de ofertas por titulación
b) Ratio ofertas/ alumnos de segundo ciclo por titulación
c) Análisis y gráfico para cada titulación de las siguientes variables que aparecen en las ofertas: área de trabajo; conocimiento de lenguas extranjeras que se requiere para acceder a la práctica, conocimiento de programas informáticos que se requieren para acceder a la práctica; competencias y habilidades que podrá adquirir y/o desarrollar el estudiante a lo largo de la práctica; remuneración
d) Relación de prácticas internacionales ofertadas
e) Gráfico con el total de convenios distribuidos por titulación
f) Relación de convenios por titulación y tipo de convenio
g) Análisis y gráficos de los resultados de la encuesta pasada a los alumnos que han realizado las prácticas voluntarias acerca de la calidad del Servicio de Prácticas y Empleo, del procedimiento y de las propias prácticas.

csv: 71164543182179369834653

• Difusión de la memoria: El sistema interno de garantía de la calidad establece que la memoria del Servicio de Prácticas y Empleo debe llegar a:
a) El Decanato.
b) La dirección académica del título.
c) La Comisión de Prácticas y Empleo, que la tomará en consideración al realizar la revisión y mejora del sistema de gestión de las prácticas externas.
d) Secretaría del Centro para el Sistema de análisis de la satisfacción con los estudios (Ver punto 9.5).
e) Los resultados de la memoria se publican en la página *web* de la Universidad, en el apartado del Servicio de Prácticas y Empleo. Asimismo, el Servicio de Marketing y Desarrollo corporativo utiliza los datos estadísticos, las ratios ofertas/estudiantes por titulación e información relativas a las empresas de los distintos sectores en las campañas informativas sobre la Universidad.
• Informe sobre las prácticas: Además de la memoria, el Servicio de Prácticas y Empleo elabora un informe para la dirección académica del título sobre los estudiantes que han realizado las prácticas. En dicho documento se detallan los puntos fuertes y las sugerencias de mejora tanto de los conocimientos teóricos como instrumentales apuntados por los Tutores de las Empresas y recogidos por el tutor/a académico con el objeto que revierta en una mejora continua del plan de estudios.
• Revisión y mejora: La Comisión de Prácticas y Empleo se reúne al finalizar el curso académico para analizar los resultados de la gestión de las prácticas externas de acuerdo con los datos de la Memoria. A partir de este análisis se elabora un documento de revisión y mejora, que se convierte en el plan de acción para el curso próximo. Al iniciar el siguiente curso la Comisión se reúne para implementar el plan de acción diseñado.

Vigesimocuarta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 24 (**Concretar el tipo de tutorización y describir el trabajo que el alumnado debe realizar en el marco del Trabajo de Fin de Máster**) se atiende de la siguiente manera:

1) *Tipo de tutorización*
Se propone un sistema de tutorización mixta, consistente en una sesión presencial de 1 hora con el tutor, en grupos de 5 estudiantes máximo, y seguimiento online de dudas a través de un foro. Esta sesión presencial está destinada a comentar, compartir y resolver dudas e ideas relativas al desarrollo del TFM, recibiendo orientación al respecto de la organización de la presentación, habilidades de comunicación, gestión del tiempo, exposición, crítica y autocrítica, autoevaluación y defensa del TFM ante un tribunal. Para ello, el alumnado debe asumir su compromiso tácito de asistir a la sesión de tutorización. El horario de las sesiones se acordará pactándolo con el profesor responsable, en función de la disponibilidad de los seis componentes del grupo (profesor y 5 estudiantes), con preferencia del profesor.

2) Trabajo del alumnado en el marco del trabajo de Fin de Máster
El alumno/a debe realizar las siguientes actividades en el contexto del Trabajo de Fin de Máster, que se centrará en un tema dentro de la comunicación digital y las nuevas tecnologías:
- Preparar el trabajo en el formato establecido.
- Leer extensivamente todos aquellos temas relativos al ámbito de la comunicación digital y las nuevas tecnologías, así como cualquier otra literatura de otras disciplinas o sectores que puedan resultar de utilidad.
- Pensar y actuar independientemente, pero considerando los comentarios u observaciones del tutor.
- Informar regularmente al tutor y mantenerse en contacto con el mismo, con objeto de facilitar el correcto desarrollo del trabajo.
- Formarse en metodologías de investigación y conocer en profundidad las herramientas que vaya a emplear en el trabajo.
- Estructurar adecuadamente el trabajo teniendo en cuenta la pregunta de investigación y los objetivos establecidos.
- Cumplir los plazos establecidos.
- Presentar adecuadamente el trabajo ante la Comisión Evaluadora, haciendo uso de las herramientas que considere más adecuadas para ello.

csv: 71164543182179369834653

Vigesimoquinta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 25 (**Aclarar si el máster contempla movilidad o no**) se atiende señalando que el Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías no contempla movilidad.

Vigesimosexta:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 26 (**Aportar información sobre los mecanismos de coordinación docente y supervisión**) se atiende señalando que para la correcta planificación y coordinación académica del Título, la Universitat Abat Oliba-CEU dispone de varios reglamentos con objeto de regular la implementación del plan de estudios y garantizar la planificación. Este máster cuenta con un coordinador académico y una comisión académica, compuesta por 6 académicos, de modo que se pueda asegurar la adecuada coordinación docente en el proceso de programación de la evaluación continuada de las asignaturas en cada materia a través de reuniones de seguimiento y coordinación.

Se establecen mecanismos de coordinación docente horizontal (del Máster) y vertical (en cada una de las materias del programa) para facilitar el progreso en el aprendizaje.

Horizontalmente, se llevará a cabo mediante reuniones periódicas de coordinación del profesorado responsable de las diferentes asignaturas. Estas reuniones se celebrarán con periodicidad establecida, antes del inicio del curso, para la coordinación de los programas y guías docentes de las asignaturas, y al comienzo y final de cada semestre, para hacer seguimiento del desarrollo coordinado de los mismos. A través de estas reuniones de coordinación se identificarán y programarán actividades que sirvan al desarrollo de competencias transversales, así como a favorecer la integración de conocimientos adquiridos a través de diferentes materias, tales como trabajos de curso que se tutoricen y evalúen en varias materias.

Asimismo, la Universitat Abat Oliba-CEU dispone de una aplicación informática propia que facilita la organización y coordinación docente de las distintas asignaturas a todos los niveles (docentes, estudiantes, PAS) permitiendo no sólo la gestión de los espacios, sino la planificación de las actividades académicas de forma sencilla para todos los usuarios.

Vigesimoséptima:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 27 (**Aportar información sobre la experiencia investigadora de todo el profesorado vinculado con la docencia de este programa**) se atiende con la siguiente información sobre la experiencia investigadora de todo el profesorado vinculado con la docencia de este título:

Catedrático de Universidad
El profesor Juan Corona orienta sus líneas de investigación actuales en dos grandes ámbitos, el de la economía y el de la geopolítica, analizando los impactos del fenómeno digital. Algunas de sus publicaciones más recientes son:
- Manual de la Empresa Familiar (2005). Barcelona: Ed. Deusto.
- Economía Pública. Una introducción (2007). Barcelona: Ariel.
- La unidad de mercado en la España actual (2010). Madrid: Instituto de Estudios Económicos.

Profesor Adjunto
El profesor Joan Francesc Fondevila es el director del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, nacido en 2008 y que cuenta con numerosos artículos científicos publicados en revistas indexadas y comunicaciones presentadas en congresos científicos (la lista aparece en la propuesta). También ha publicado numerosos libros sobre panorama mundial de la Comunicación Digital, Tecnología multimedia para la Comunicación Digital, Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital, Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma, Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad o redes sociales. Los últimos libros son:
-El Cable y la Banda Ancha en España, 2009 (2010). Terrassa: CECABLE.
-Cable and Broadband in Spain, 2010 (2011). Terrassa: CECABLE.
-The Broadband Society in the Word (2012). Terrassa: CECABLE.

csv: 71164543182179369834653

Profesor Adjunto
El profesor José Navarro, miembro del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, está llevando a cabo investigación sobre en análisis forense y seguridad informática aplicada a tecnología multimedia para la Comunicación Digital.

Profesor Agregado
El profesor José Luis del Olmo, miembro del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, centra sus líneas de investigación en dos grandes ámbitos: el impacto digital en la demanda universitaria y la comercialización de mercados en marketing sectorial, con énfasis en la vertiente digital. Algunas de sus publicaciones más recientes son:
- La elección de universidad: Factores de decisión y canales de información (2010). Madrid: CEU Ediciones.
- Investigaciones de Economía de la Educación (2009). Valencia: ADEIT.
- Marketing de la moda (2005). Madrid: Eunsa.

Profesor Agregado
El profesor David Andreu, miembro del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, centra su investigación en el impacto de la comunicación digital y la tecnología en las Relaciones Públicas, la estrategia y la creatividad interactiva, así como en tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información.

Profesor Colaborador
El profesor Juan Carlos Valero, miembro del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, está investigando sobre los modelos digitales de pago en comunicación digital desde su experiencia como responsable de Economía del diario ABC.

Profesor Colaborador
El profesor Jorge Martínez, miembro del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, lleva a cabo investigación sobre el hombre máquina y la virtualización, antropología y postmodernidad.

Profesora Colaboradora
La profesora Cristina Aced, miembro del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, investiga sobre medios de comunicación digitales y redes sociales.

Profesor visitante
El profesor José Ignasi Castelló, miembro del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO, investiga sobre Géneros Periodísticos y Especializados y Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad.

Vigesimoctava:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 28 (**Esclarecer si las horas de dedicación del profesorado están referidas a actividades presenciales o al total de la carga de tipo académico**) se atiende señalando que las horas de dedicación del profesorado están referidas al total de la carga de tipo académico que contempla tanto las actividades presenciales como las virtuales.

Vigesimonovena:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 29 (**Aportar información sobre el personal de apoyo a la docencia**) se atiende en el punto 6.2 de la aplicación.

csv: 71164543182179369834653

Trigésima:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 30 (**Incluir alguna alusión a la previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios**) se atiende señalando que en la actualidad se dispone de la totalidad del profesorado y los recursos humanos necesarios para la implantación del título.

Trigésimo primera:

La motivación del informe referida a la Modificación requerida número 31 (**Aportar información sobre los centros en los cuales los estudiantes realizarán las prácticas**) se atiende de la siguiente manera:

Los centros en los cuales los estudiantes realizarán las prácticas presentan un perfil proclive a la necesidad de la figura profesional de responsable de comunicación digital. Empresas como Questionity, Sony, RSM Seguros, Grupo Alesport, Associació Catalana de la Premsa Comarcal o BBDO España hacen un uso intensivo de herramientas digitales y de nuevas tecnologías, lo que las convierte en centros muy adecuados para llevar a cabo las prácticas de los estudiantes. Empresas como La Tienda de Lolín son ejemplo de cadena que requieren de la figura de un *community manager* que gestione la actividad. La transversalidad de la figura de responsable de comunicación digital y nuevas tecnologías permite acoger un perfil de empresas muy variado.

ALEGACIONES POR LAS PROPUESTAS DE MEJORA

Al Informe Previo AQU de Evaluación de la Solicitud de Verificación de Título Oficial
Máster Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías

Primera:

La motivación del informe referida a la Propuesta de mejora número 1 (**Repasar la clasificación que se realiza sobre la formación previa requerida**) se atiende señalando que dada la flexibilidad de los perfiles de entrada al Máster en Comunicación Digital y TIC, y en aras de un aprovechamiento del periodo de formación, detallaremos los procedimientos previstos para identificar posibles déficits formativos. Se establecerá una prueba previa, teórica y práctica, de 2 horas de duración, sobre Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet, Práctica y análisis de la Comunicación Digital y Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. En función de los resultados, se fijarán acciones -complementos formativos- a llevar a término para situar a los estudiantes en un mínimo nivel de homogenización. Concretamente, establecemos qué asignaturas debe cursar el estudiante según su formación previa:

-Si no supera la prueba de Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet, deberá recibir un complemento de formación sobre Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias y Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

-Si no supera la prueba de Práctica y análisis de la Comunicación Digital, deberá recibir un complemento de formación sobre La creación y la gestión de contenidos en Comunicación, Periodismo y Marketing Digital, Tecnología multimedia para la Comunicación Digital y Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

csv: 71164543182179369834653

-Si no supera la prueba de Nuevas Tecnologías aplicadas a la empresa informativa, deberá recibir un complemento de formación sobre La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento y sobre Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

Si no se superan dos o tres pruebas de las mencionadas, se desestimará la incorporación del estudiante al Máster.

Segunda:

La motivación del informe referida a la Propuesta de mejora número 2 (**Elaborar el marco y la normativa específica para el diseño, ejecución, supervisión y evaluación de los Trabajos de Fin de Máster, así como su formato y disponibilidad pública**) se atiende aportando la siguiente normativa al respecto:

Normativa del Trabajo Fin de Máster

Artículo 1. Trabajo Fin de Máster

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el RD 861/2010, de 2 de julio por el por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, recoge en su artículo 15 las directrices para el diseño de títulos de Máster regulando, entre otras cuestiones, que "estas enseñanzas concluirán con la elaboración y defensa pública de un trabajo de fin de Máster, que tendrá entre 6y 30 créditos".

Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007 en relación con los Trabajos de Fin de Máster, se elabora la presente normativa, cuyo objetivo es establecer las directrices básicas, de obligado cumplimiento, para todos los trabajos finales de Máster que se realizan en la Universitat Abat Oliba CEU, siempre y cuando no vaya en detrimento de las normas propias establecidas en las memorias verificadas.

a) El Trabajo Fin de Máster (TFM) es una materia obligatoria en todos los planes de estudios de los Másters oficiales que se imparten en la Universitat Abat Oliba CEU (UAO), que tiene por objeto determinar el nivel de aprovechamiento real de los contenidos de los estudios a través de un ejercicio práctico de síntesis científica.
b) La presente normativa es de carácter general y vincula a todos los Másters oficiales de la UAO

Artículo 2. Profesorado responsable

Cada Máster tendrá un profesor responsable del TFM, que será el encargado de la coordinación y seguimiento general del proceso en el marco de su titulación, y en particular de:

a) Coordinar las sesiones de formación metodológica para la elaboración del TFM en el marco de su titulación.
b) Presentar el listado de posibles tutores del Máster a escoger por el alumnado matriculado.
c) Presentar el listado de posibles TFM a escoger por el alumnado matriculado.
d) Resolver las solicitudes de inscripción y de asignación de las tutorías de TFM del alumnado.
e) Coordinar las sesiones de las Comisiones de evaluación de TFM de cada alumno.
f) Trasladar la evaluación final del TFM al expediente académico de su titulación.

Artículo 3. Tutoría

a) El Consejo de Gobierno, a propuesta del Vicerrectorado de Postgrados, aprobará anualmente antes del comienzo de la impartición del Máster el listado del profesorado que podrá ser tutor de TFM.

csv: 71164543182179369834653

b) El profesorado, susceptible de ser tutor consignará el campo o especialidad tipológica en el cual puede tutelar, de forma preferente, los TFM de los posibles tutorandos.

c) Cada profesor tutor podrá tener asignados un máximo de 5 alumnos de TFM.

d) La asignación de tutor y determinación de tema se hará efectiva antes de que acabe el primer semestre del Máster.

e) El profesorado tutor velará por el buen curso del TFM determinando para cada uno de sus tutorandos el programa de atención y seguimiento del trabajo.

Artículo 4. Convocatorias de las Comisiones de evaluación

a) El Consejo de Gobierno aprobará anualmente durante el último semestre de impartición del Máster las Comisiones que deberán evaluar en convocatoria ordinaria los TFM del alumnado matriculado.

b) Las Comisiones evaluadoras serán convocadas anualmente de forma ordinaria durante el último semestre de impartición del Máster.

c) Las Comisiones las formarán tres profesores universitarios, uno de los cuales actuará de secretario y levantará acta de las calificaciones otorgadas en cada TFM.

Artículo 5. Depósito de los TFM

a) El alumnado tendrá que entregar a su profesor tutor un borrador completo del TFM dos meses antes de la fecha establecida para la celebración de las Comisiones de evaluación de TFM.

b) B) Un mes antes de la celebración de las Comisiones de evaluación de TFM, el alumnado tendrá que depositar a la Secretaría tres ejemplares encuardenados del TFM, con la primera página firmada y con la aceptación del tutor. También tendrá que presentar una copia digital, que quedará en exposición pública de cualquier persona que disponga de una titulación equivalente o superior a la de Máster, durante quince días, en la Biblioteca de la Universidad, de acuerdo con los horarios del servicio.

Artículo 6. Defensa

a) La convocatoria del día, hora y lugar de la defensa ante la Comisión correspondiente la hará pública el Consejo de Gobierno en el tablón de anuncios de la Secretaría y en la web corporativa.

b) Las sesiones de evaluación son públicas, se realizan dentro del horario lectivo, pudiendo asistir los miembros de la comunidad universitaria y las personas convidadas para este acto por la Comisión o por el alumno.

c) El alumnado sólo podrá defender el TFM una vez superados el resto de las materias del Máster.

d) La Comisión de evaluación concederá a cada alumno un termino máximo de 30 minutos para que realice una presentación del TFM, y posteriormente habrá de dar respuesta a las cuestiones y preguntas que formulen los miembros de la Comisión.

Artículo 7. Evaluación

a) La Comisión evaluará de forma general el nivel de vinculación entre las técnicas y contenidos cursados en las materias del Máster y del TFM presentado, y de forma particular los aspectos siguientes:

1. Contenidos: Planteamiento y complejidad conceptual y/o técnica del trabajo; transversalidad, carácter interdisciplinar del estudio, fuentes, métodos y marco teórico y práctico.
2. Metodología y fuentes: Uso correcto y cuidado de la metodología científica; rigor conceptual y analítico, agudeza crítica, argumentación sintética. Uso correcto y completo de las fuentes de información y documentación; soporte bibliográfico.

csv: 71164543182179369834653

3. Forma: Uso correcto y cuidado del lenguaje, claridad y orden en la presentación de los contenidos textuales y gráficos.
4. Creatividad: Acreditación de la originalidad del estudio y/o de sus aportaciones y conclusiones.
5. Presentación oral: Calidad formal y contenido de la presentación de la defensa oral del trabajo.

b) Las calificaciones otorgadas serán el producto de la media aritmética de las calificaciones individuales de cada uno de los miembros de la Comisión, que puntuarán de 4 a 10 cada TFM.
c) Las calificaciones se harán públicas una vez finalizado el periodo de defensa establecido en la convocatoria.
d) El alumnado podrá solicitar la revisión de la calificación obtenida ante el profesor responsable del TFM de la licenciatura correspondiente durante los tres días hábiles posteriores a la publicación de las calificaciones.

Artículo 8. Documentación

a) Todos los TFM presentados en la UAO se registrarán en la Biblioteca e incluidos en su catálogo con tal de asegurar los posibles derecho del alumnado en relación con los posteriores usos de los trabajos. La consulta de estos TFM se regirán por la misma normativa de los fondos reservados.
b) La Universidad puede otorgar premios y distinciones a los TFM presentados, cuya aceptación supondrá el otorgamiento del derecho a su difusión pública por medio de cualquier instrumento institucional de la Universidad.
c) La Comisión de evaluación podrá propone la publicación en la base RECERCAT de aquellos trabajos que obtengan una calificación igual o superior a 7.

Disposición adicional primera: Idioma

El TFM se puede elaborar y/o presentar en lengua inglesa, catalana o española, siendo obligatorio adjuntar en el ejemplar de depósito un abstract en cada una de las tres lenguas de una extensión máxima de 500 palabras.

Disposición adicional segunda: Formato

El formato general de la UAO para al presentación del TFM seguirá las normas establecidas al efecto, debiendo editarse a doble cara y se encuadernarán con las cubiertas oficiales de la UAO

Tercera:

La motivación del informe referida a la Propuesta de mejora número 3 (**Incluir información referente a los procedimientos para la movilidad del profesorado**) se atiende señalando que la Universitat Abat Oliba CEU asigna a la movilidad la misión de promover entre su profesorado el intercambio de conocimiento, la incorporación de referentes innovadores y, en general, la apertura de la comunidad universitaria al entorno exterior. Por otro lado, el intercambio universitario refuerza sin duda alguna la acción institucional de fomento sobre el aprendizaje de lenguas, hecho éste que redunda tanto en beneficio del proyecto educativo, pues le permite redimensionar y repensar sus contenidos y métodos, como de la promoción en materia de cooperación educativa, objetivo éste que forma parte insoslayable de la misión de la Universidad. A partir de estas premisas, la Universidad impulsa la movilidad de su propio alumnado a través de los programas específicos de intercambio, y la acogida de profesorado ajeno

1. Órgano responsable. La gestión del sistema de organización de la movilidad corresponde al Servicio de Relaciones Internacionales, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, que la realiza de forma centralizada a través de su Oficina de Programas Internacionales (OPI), unidad encargada específicamente de convocar y gestionar anualmente el Programa *Lifelong Learning* y los Convenios Bilaterales de Intercambio. La OPI es la responsable del cumplimiento de los procedimientos de gestión de la movilidad

csv: 71164543182179369834653

Incoming Students y *Outcoming Students* del alumnado.

2. Procedimiento *Incoming Teaching Staff.* La acogida de profesores extranjeros por movilidad es el fruto de una relación institucional formalizada en un acuerdo bilateral con la universidad o institución de educación superior de origen del profesorado solicitante.

a) Información: La OPI facilita toda la información necesaria para el profesorado de acogida antes de desplazarse, la documentación que debe aportar y toda la información relativa para la llegada.

b) Documentación: El expediente de movilidad de acogida se completa con los documentos siguientes:

1. Programa de Enseñanza (*Teaching Agreement*)
2. Certificado acreditativo de la estancia efectiva del profesor acogido – *Departure Certificate* - (el original se archiva en la universidad de origen).

c) Recepción: A su llegada a la Universidad, los profesores son recibidos por el responsable del departamento académico pertinente.

d) Atención personal: La OPI y el Departamento académico pertinente les facilita ayuda para reservar alojamiento, así como información básica sobre la ciudad de Barcelona y los distintos servicios públicos. Esta atención se desarrolla posteriormente durante toda la estancia y atiende todas las incidencias personales del profesorado de acogida.

j) Tramitación de certificados: La OPI tramita el Certificado de asistencia del profesorado de acogida al finalizar su estancia.

3. Procedimiento *Outgoing Teaching Staff.* La solicitud de salida por movilidad del profesorado propio requiere previamente la formalización de un acuerdo bilateral con la universidad o institución de educación superior de destino.

a) Documentación: El expediente de movilidad de acogida se completa con los documentos siguientes:

1. Formulario de solicitud
4. Programa de Enseñanza (*Teaching Agreement*)
5. Contrato de subvención de movilidad de profesores firmado por el profesor y el representante legal de la universidad.
6. Certificado de estancia firmado por la universidad de acogida.
7. Informe de la estancia elaborado por el estudiante.

b) Solicitud de participación: La OPI hace pública anualmente la Convocatoria de Movilidad a través de un comunicado general en la intranet y en la *web* corporativa, además del anuncio en la cartelera del Servicio de Relaciones Internacionales. En esta información aparece la relación de universidades y centros posibles, con la especificación del idioma en que se imparte la docencia. Los profesores interesados en la movilidad deben enviar a la OPI la correspondiente Solicitud.

c) Requisitos para participar: El profesorado puede optar a varias plazas, según sus conocimientos lingüísticos y preferencias. Para ello debe cumplir con los siguientes requisitos

2. Estar en nómina como profesor de cualquiera de las titulaciones oficiales y ciclos, incluido el doctorado.
4. Tener el visto bueno del Director de Departamento.
5. Acreditar la competencia lingüística precisa para la impartición de contenidos académicos en la universidad de destino solicitada.

d) Asignación de plazas: Las plazas se asignan en primera instancia de acuerdo con la propuesta docente de los solicitantes, el nivel de lengua extranjera que se requiere para el intercambio, la motivación personal y la experiencia internacional del candidato, sin perjuicio de la aplicación de los siguientes criterios de prioridad y ordenación:

1. El profesor/a que no haya participado en ningún Programa de Movilidad tiene prioridad, con independencia de su puntuación, sobre aquél que ya hubiese participado o esté participando (desde cualquier Universidad).
3. El profesor/a que presente unas capacidades lingüísticas o unas competencias académicas más acordes con el perfil requerido por la universidad de destino tiene prioridad sobre otros solicitantes que no puedan acreditarlas.
4. La aplicación de los protocolos de promoción de la igualdad de oportunidades y la no discriminación en la Universidad tiene prioridad sobre cualquier otro criterio de asignación

e) Tramitación del proceso: A partir de la publicación de la asignación de las plazas, el proceso se desarrolla de la forma siguiente:

1. El profesor/a, una vez conocido el resultado de la asignación, debe ratificar o renunciar a la plaza adjudicada por escrito ante la OPI.
2. El coordinador/a de Programas Internacionales se pone en contacto con todos los profesores que han aceptado la plaza y concierta con cada uno una entrevista personalizada en la que se les informe de todos los detalles del proceso y de los pasos que deben seguir.

csv: 71164543182179369834653

3. A continuación, cada profesor/a inicia los procesos de solicitud para la universidad de acogida, solicitud de alojamiento, si procede, para cada estudiante interesado (*Application)*.
4. De acuerdo con el Director/a del Departamento del profesor/a solicitante, se configura el Programa de Enseñanza adecuado y el consiguiente *Training Agreement*.
5. Finalmente se firma el convenio financiero por parte del alumno y del representante legal de la Universidad.

f) Seguimiento del proceso: La OPI es la responsable del seguimiento de todo el proceso y atiende a las posibles incidencias, dudas u cuestiones planteadas con la universidad de acogida, lo que con carácter ordinario comporta las siguientes acciones:
1. Atención y seguimiento a las posibles incidencias que puedan surgir.
2. Petición a la universidad de destino, si es necesario, de la firma del documento *Training Agreement*.
3. Recogida de la documentación necesaria (certificado de estancia, informe del profesor/a) al finalizar la estancia en la universidad de origen.

g) Ayudas a la movilidad. El profesorado que participa en un intercambio puede solicitar Beca Erasmus: se tramita desde la OPI y la pueden solicitar todos los estudiantes de Estados miembros de la Unión Europea.

h) Relación de universidades de intercambio. Todas las acciones de movilidad se adecuan a los objetivos del título. La oferta correspondiente a la convocatoria de movilidad del profesorado del curso 2012-13 contempla plazas en la siguiente relación de instituciones extranjeras de educación superior:

1. Universidades y centros europeos

- Artevelde Hogeschool (Bélgica)
- Budapesti Corvinius Egyetem (Hungría)
- Catholic University of Eichstätt (Alemania)
- Danish School of Media and Journalism (Dinamarca)
- École Supérieure du Commerce Estérieur –ESCE (Francia)
- Fachhouschule Augsburg (Alemania)
- Fachhoschule Köln (Alemania)
- Hochschule Pforzheim (Alemania)
- Howest Hogeschool (Bélgica)
- Institut Catholique d'Études Supérieures –ICES (Francia)
- Instituto Politecnico de Lisboa - ESCS (Portugal)
- ISC Saint Louis (Bélgica)
- ISCTE-IUL Instituto Universitario de Lisboa (Portugal)
- Jesuit University of Philosophy and Education Ignatianum (Polonia)
- Johannes Gutenberb - Universität Mainz (Alemania)
- Kristianstad University (Suecia)
- Kufstein University of Applied Sciences (Austria)
- Laurea University of Applied Sciences (Finlandia)
- Lessius Mechelen University College (Bélgica)
- Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM (Italia)
- Libera Università Maria SS. Assunta – LUMSA (Italia)
- London South Bank University (Gran Bretaña)
- Ludwig-Maximilians Universität München (Alemania)
- Plantijnhogeschool (Bélgica)
- Radboud Universiteit Nijmegen (Holanda)
- Rheinische Friedrich-Wilchelms-Universität Bonn (Alemania)
- Sheffield Hallam University (Gran Bretaña)
- Sheffield University (Gran Bretaña)
- Universidade da Beira Interior (Portugal)
- Universidade Católica Portuguesa (Portugal)
- Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (Portugal)
- Università Cattolica del Sacro Cuore (Italia)
- Università Europea di Roma (Italia)
- Università Politecnica delle Marche (Italia)
- Università degli Studi di Ferrara (Italia)
- Universität Mannheim (Alemania)
- Université de Picardie Jules Verne (Francia)
- Université Montesquieu-Bourdeaux IV (Francia)
- Université Paris XII Val de Marne (Francia)
- Universiteit Antwerpen (Bélgica)

csv: 71164543182179369834653

- University of Glasgow (Gran Bretaña)
- University of Technology in Dresden (Alemania)
- Uniwersytet Jagiellonski (Polonia)
- XIOS University College (Bélgica)
- Yasar University (Turquia)
- Zeppelin University (Alemania)

2. Universidades y centros de Norteméricа y Latinoamérica

- Benedictine College (Atchison, Kansas)
- Instituto Tecnológico de Monterrey (Mexico)
- Regent University (Norfolk)
- Universidad Panamericana (Mexico)
- University of Arkansas Little Rock (Arkansas)
- University of the Incarnate Word (Texas)
- University of Missouri - St. Louis (Missouri)
- University of Saint Thomas (Houston, Texas)
- Universidad de la Sabana (Colombia)
- Universidad del Pacífico (Santiago de Chile)

Cuarta:

La motivación del informe referida a la Propuesta de mejora número 4 (**Concretar la suficiencia de los recursos materiales de la Universidad para cubrir la docencia de todos los títulos que se imparten en la Facultad**) se atiende señalando que la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat Abat Oliba CEU dispone de la totalidad de los recursos materiales y servicios necesarios en el momento de la propuesta del plan de estudios del Título de Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos.

Quinta:

La motivación del informe referida a la Propuesta de mejora número 5 (**Corregir la errata de la sección 7.1**) se atiende efectuando la oportuna corrección.

Sexta:

La motivación del informe referida a la Propuesta de mejora número 6 (**Considerar indicadores adicionales de cara al futuro proceso de acreditación**) se atiende enumerando y detallando los siguientes indicadores: resultados, seguimiento del éxito del alumnado, elementos materiales y recursos, organización del Centro, funcionamiento del Centro, clima institucional y grado de satisfacción:

- *Resultados*. Comprende, además de los indicadores de los resultados académicos del alumnado, facetas como adquisición de competencias, actitudes, destrezas, hábitos, valores, etc.
- *Evaluación del profesorado*. Comprende el análisis cualitativo del profesorado de la docencia impartida por el profesorado del máster.
- *Seguimiento del éxito del alumnado*. Obtención de la información sobre los egresados en términos de empleabilidad mediante encuestas, cuestionarios, etc.
- *Elementos materiales y recursos*. Comprende la utilización del material didáctico y fungible, de espacios y equipos comunes y de los recursos de la universidad, mediante un enfoque referido al grado de utilización final.
- *Organización del Centro*. Este indicador se refiere a la evaluación final de los aspectos organizativos en este importante componente de la universidad.
- *Funcionamiento del Centro*. Se trata de analizar específicamente el funcionamiento de los elementos personales, organizativos y materiales que, por su importancia, se considera que inciden muy directamente en el funcionamiento general de la universidad y en sus resultados.
- *Grado de satisfacción del alumnado*. Comprende el análisis del grado de satisfacción en determinados aspectos de la vida de la universidad, en términos docentes, así como de los recursos y servicios utilizados.

csv: 71164543182179369834653

2. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

2.1. Justificación del título propuesto argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo.

El Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías está diseñado para preparar personas con objetivos compatibles entre sí: la incorporación de los estudiantes a la investigación universitaria; el desarrollo de su trayectoria profesional en el ámbito de la comunicación, el marketing y el periodismo digital, la tecnología de la información y la comunicación digital y la creación de contenidos en el marco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Existen evidencias que ponen de manifiesto el interés y pertinencia académica, científica o profesional del título. En este sentido, ofrecemos evidencias de distintos tipos:

• Experiencias anteriores de la universidad en la impartición de títulos de características similares.

En el curso 2011-12 estamos llevado a cabo con éxito el Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías, cuyo nombre modificamos en esta propuesta. Tanto en cantidad de alumnos como en resultados académicos e impacto en el mundo de la empresa y de la investigación, los resultados obtenidos hasta el momento han sido totalmente satisfactorios. Por tanto, se trata de una propuesta que proviene de la conversión de un título propio de máster con trayectoria acreditada.

El marco epistemológico de la Sociedad de la Información y el Conocimiento entroniza la relación indisociable entre la comunicación digital, la empresa y las tecnologías de la información y la comunicación, cuyo desarrollo se aceleró en la segunda mitad del siglo XX. La comunicación digital, la movilidad total y otras variantes se convierten en eje de alimentación de los contenidos digitales, que la Unión Europea considera esenciales en las políticas públicas presentes y futuras (así lo refrendan proyectos y documentos como los de Delors, Bangemann, eEurope…). Las empresas informativas también están experimentando un proceso de convergencia con la tecnología y las telecomunicaciones que aporta una singularidad necesaria a este Máster, cuya aplicabilidad alcanza a todo el entramado empresarial en el entorno de la economía digital. Por tanto, es fundamental analizar las interacciones y los impactos entre estas materias y las transformaciones que afectan a nuestra sociedad. Buena parte de los nuevos yacimientos laborales pivotan sobre un binomio que cabalga exponencialmente.

El Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías es interesante y pertinente académica, profesional y científicamente. Experiencias anteriores de la universidad impartiendo títulos de características similares (el Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías en el curso 2011-12, con una elevada tasa de matriculación) así

csv: 71164543182179369834653

lo reflejan. Igualmente, se ha llevado a cabo un estudio de demanda potencial del título, entre estudiantes y empresas del sector, y se percibe interés para la sociedad, teniendo en cuenta la evolución tecnológica, el crecimiento del sector y el hecho de tratarse de un yacimiento de nueva ocupación muy claro. En la encuesta llevada a cabo en verano de 2011 en una muestra de empresas y estudiantes de último año de licenciatura, el 66% de empresas y el 61% de estudiantes consideraron de "gran aplicabilidad" el Máster para sus trabajadores y apara su futuro laboral, respectivamente, y el 83% y el 78% de "gran necesidad", respectivamente. Diversos documentos europeos (Reding) abundan en esa idea a la hora de diseñar las políticas públicas europeas para los próximos años.

• Datos y estudios acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad.

En cuanto a la demanda social previa relacionada con este título, una elevada tasa de empleabilidad es pronosticable, gracias a las tasas de ocupación conseguidas en el Grado de Periodismo y de Publicidad y Relaciones Públicas (un 76% en el caso de la UAO) y la calidad de la inserción (salarios por encima de la media en recién licenciados).

Los datos estadísticos de fuentes como Ericsson, Cisco, Analysys Mason, Ontsi, CECABLE o comScore no dejan lugar a dudas sobre la efervescencia de Internet y la comunicación digital como eje de actividad estratégica para la empresa. Así, más de 2.000 millones de personas son internautas (un tercio de la población mundial), se registran cerca de 300 millones de páginas web, unos 3.000 millones de cuantas de e-mail, y los sectores que más crecen en Internet son los medios sociales y el comercio electrónico. En España, la cifra de internautas se acerca al 60% (es el séptimo país europeo en número de internautas y el segundo en penetración de *smartphones*: más de nueve millones de terminales). De hecho, la media de dispositivos para conectarse a Internet es de 2,2, y la mayoría de internautas está presente en más de una red social (la media fluctúa alrededor de las dos redes sociales), dato que brota del 96% de internautas que utiliza alguna red social. En cuanto a la banda ancha, la media en España es de 22,3 líneas cada cien habitantes (datos de 2011). La tecnología que domina es el xDSL (17,9 líneas), seguida por el cable (4,4). Los datos de Internet de febrero-marzo de 2011 son significativos (Tabla 1). El hecho de que el nivel de atención a la publicidad en los vídeos online sea casi 3 veces mayor que el de la televisión (Raport Havas Media, 2009), que el 90% de los internautas confíe en las recomendaciones de sus conocidos y el 70% en otros usuarios de la Red (Nielsen Global Consumer Survey, 2011) o que una cuarta parte de la publicidad online se inserte en redes sociales (comScore, 2011) ha abierto los ojos a las empresas, cuyas estrategias de inversión en medios están cambiando.

Tabla 1. Evolución de usuarios de Internet en España

Fuente: EGM (marzo de 2011)

• Relación de la propuesta con las características socioeconómicas de la zona de influencia del título.

csv: 71164543182179369834653

La necesidad de personas especializadas en comunicación digital y TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en Cataluña y en España está confirmada por diversos estudios e instituciones. Así, un estudio de detección de necesidad de SEO, SEM y SMM (*think tank* UAO-empresa, 2011) refleja que en 76% de empresas catalanas consideran necesario contar con un especialista en comunicación digital.

Hay que tener en cuenta que el uso de redes sociales se está disparando (Report on the Telecommunication, Information Technology and Content Sector in Spain 2010-2011 Edition, ONTSI, 2011). Más del 80% de internautas pertenece a alguna red social, y entre las palabras más buscadas en Google se hallan Facebook, Youtube, Tuenti y Twitter. En enero de 2009 Twitter contaba con unos 20.000 usuarios al día en España; en 2011 son más de 300.000 diarios. Según Google Trends (2011), ocho millones de personas entran diariamente en Facebook desde España. La incorporación al teléfono móvil, iPad, iPhone y Blackberry de los usuarios aumenta el consumo.

La presencia de una empresa en redes sociales es esencial para mantener la atención de los clientes. El *community manager* analiza las redes para una empresa o marca, genera contenidos atractivos e intenta que esas páginas sean indispensables para los usuarios. El crecimiento del uso de redes sociales y nuevas tecnologías para anunciarse en Internet y captar posibles consumidores de la empresa se traduce en fórmulas como la realización de concursos, juegos o promociones diversas. Un departamento de comunicación de una empresa media o grande (también algunas pequeñas y SOHO) debe disponer, en el entorno de la Sociedad de la Banda Ancha, de un *community manager* (Asociación Española de Responsables de Comunidades Online AERCO, 2011). El crecimiento de la publicidad *online* recoge esa tendencia, y supone menos coste y más capacidad de segmentación poblacional.

Otras cifras son reveladoras. La Asociación Española de Responsables de Comunidades Online (AERCO) cuenta en 2011 con más de 1.000 miembros. Como el 60% de los parados les gustaría reorientar su carrera profesional (Adecco, 2011), el perfil de gestor de comunicación digital es el más requerido. La herramienta de Google (Google Insights) en la que comparte el volumen de búsquedas que recibe una determinada palabra clave en su plataforma permite dividir esa información por los países con mayor volumen de búsquedas sobre el término requerido. Cuando analizamos la expresión *community manager*, España era en 2011 el primer país del mundo en solicitar información sobre este nuevo oficio. La comunicación digital se ha popularizado y permite establecer una industria integrada por asociaciones, academias, agencias o empresas consultoras. Hay que tener en cuenta que Internet ha generado nuevos roles profesionales desde su nacimiento y ha transformado las políticas de personal de muchos departamentos tradicionales (marketing, comunicación, tecnología, redacción, gerencia).

Porcentualmente, un 34% de responsables de comunicación digital son autónomos, un 20% trabajan por cuenta ajena y un 15% se plantea hacerse *freelance* (Enconexo, 2011). El 70,58% de las empresas barcelonesas invierte en el sueldo de sus trabajadores como *community managers*, pero sólo el 34% cuenta con inversión específica en redes sociales igual o superior a los 10.000 euros. El responsable de comunicación digital establece la comunidad, la dota de contenido, le da forma, la hace crecer, mide los objetivos, crea contenidos exclusivos y promociones.

Hay que tener en cuenta que la tendencia del mercado digital y comunicativo es a un crecimiento exponencial (Leyes de Gilder o Metcalfe), que afecta a la cadena de valor de las empresas del sector comunicativo y multimedia, sean periodísticas, publicitarias, de relaciones públicas o de comunicación audiovisual, y que transversalmente impacta en todos los sectores productivos digitalizables, que son la mayoría. Por ello, ha aumentado la demanda de profesionales creadores de contenidos y con habilidades tecnológicas. La pluridisciplinariedad está consolidándose en el ámbito de la comunicación y la sociedad digital, y las empresas incluyen en sus áreas de mando y de negocio a especialistas en estrategia y comunicación digital. La promoción del ecosistema Internet entre los parámetros básicos de cualquier empresa dibuja un panorama esperanzador para los especialistas en periodismo, comunicación digital y nuevas tecnologías.

No es extraño, por tanto, que, en este contexto de aumento de la demanda laboral y social, el Periodismo y las Ciencias de la Información y la Comunicación estén despuntando como áreas de conocimiento científico en un proceso de crecimiento, amén de ser de las más aplicables y necesarias en un ámbito empresarial casi completamente digitalizado. El

csv: 71164543182179369834653

concepto de Sociedad de la Información y el Conocimiento se ha consolidado. Las aplicaciones digitales enriquecen el Estado del Bienestar (*e-learning* o *e-health*) y el ámbito de negocio (*e-business*: *e-commerce* o *e-banking*). El objetivo último, consistente en una sociedad potencialmente pandigitalizada, en la que la mayor parte de tareas habituales se puedan llevar a cabo de forma virtual, libera tiempo al profesional (que puede exprimir aún más su talento y trabaja sobre todo por objetivos) y colabora en la sostenibilidad (menos contaminación a raíz de la disminución en la cantidad de desplazamientos). Para que este modelo funcione, es necesario que las administraciones públicas, las empresas y las asociaciones se doten de profesionales especialistas en la creación de contenidos y hábiles en el uso de las tecnologías disponibles.

El profesional del conocimiento, esencial en las estrategias de marketing de las empresas, debe dominar, por tanto, los contenidos y la tecnología. En cuanto a los contenidos, debe conocer las estrategias de la comunicación y el periodismo digital (fórmulas de creación de contenidos, parámetros como la hipertextualidad, la interactividad, la multilinealidad, la temporalidad o el multimedia, fuentes de información, nuevos géneros periodísticos, beneficios de la mediamorfosis) y las opciones de convergencia con otras opciones digitales (telefonía móvil, televisión digital terrestre, radio, cable o satélite), teniendo en cuenta que están creándose conglomerados multimedia que permiten readaptar y rentabilizar la creación de contenidos e incrementar sensiblemente la productividad en el sector. Las incalculables posibilidades que ofrece Internet para alimentar esa rentabilidad empresarial están impulsando estrategias como las de posicionamiento, que han impulsado figuras como el SEO (*Search Engine Optimization*) o el SEM (*Search Engine Marketing*), cometidos que tras cursar este Máster se podrán llevar a cabo con acierto. Igualmente, la gestión de conocimiento adquiere una nueva dimensión. La tendencia de evolución en publicidad por medios según Zenith Media (Tabla 2) demuestra el acierto en el crecimiento de la inversión en comunicación digital.

Tabla 2. Previsiones sobre inversión publicitaria en el mundo

	ZVigía julio	ZVigía mayo	Tendencia
TV Generalista	-1,0	0,2	-
TV Temática	0,9	3,0	--
Tem. en Abierto	0,9	2,8	-
Tem. De Pago	0,9	3,1	--
TV Local	-4,7	-7,2	++
Diarios	-7,4	-7,8	+
Diarios Gratuitos	-6,4	-10,1	++
Revistas	-4,8	-4,9	+
Suplementos	-5,3	-5,5	+
Radio	-0,7	-0,3	-
Exterior	-1,8	-1,8	=
Cine	-6,4	-5,0	-
Internet	9,0	12,2	--
Int. Gráf. y Vídeo	8,2	11,3	--
Int. Busc. y Enl.	9,8	13,0	--
Móviles	12,8	19,2	---
Medios para Inmigrantes	-3,9	-8,5	++
Total Mercado	-1,2	-0,3	-

Fuente: Panel Zenith Vigía de Zenith Media (2011)

csv: 71164543182179369834653

En referencia a la infraestructura tecnológica, es esencial conocer los principales tipos de redes de banda ancha, que determinarán el grado de velocidad de descarga y subida de contenidos y que condicionarán algunas de las estrategias de comunicación digital que puedan llevar a cabo las empresas: por cable físico (como las tecnologías xDSL, HFC, FTTx, o incluso novedades como el PLC, que utiliza la red eléctrica) o por ondas (WiMAX, UWB, LMDS, MMDS…). La dinámica externalizadora en el almacenamiento de contenidos (el *cloud computing* parece una tendencia irrefrenable, junto al *Software as a Service* o las *Unified Communications*) y la rapidez y caudal de banda ancha (*streaming*) que requieren las dinámicas de mercado exigen un conocimiento y un dominio de las herramientas tecnológicas que generan un valor añadido inestimable.

El estudio previo de perfil interesado en el Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías arroja unos datos esclarecedores. Así, hallamos básicamente cuatro colectivos interesados:

-Licenciados (graduados) en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, Relaciones Públicas.
-Ingenieros de carreras tecnológicas y de telecomunicación.
-Licenciados (graduados) en Documentación, Economía, Derecho y carreras en las cuales el impacto de las nuevas tecnologías sea esencial.
-Colectivos profesionales afectados por las nuevas tecnologías. Se trata de diversos colectivos profesionales afectados por las nuevas tecnologías, es decir, licenciados de otras ramas que necesiten aplicaciones TIC para su tarea. Ello es muy habitual dado el carácter transversal de las aplicaciones tecnológicas, cuyo impacto afecta a numerosos sectores productivos y genera un interés multidisciplinar aplicado hacia al Máster.

El perfil formativo y la orientación del Máster es mixto: por un lado, es profesionalizador, ya que aborda una especialidad de gran y perentoria necesidad para la empresa; por otro, es de investigación, ya que habilita para la investigación ulterior, formalizada por los grupos de investigación, proyectos y artículos científicos que se expondrán más adelante y que han convertido a la UAO en un referente internacional sobre comunicación digital y nuevas tecnologías. Por ejemplo, en cuanto a artículos científicos y comunicaciones en congresos, la UAO presenta la ratio más elevada desde 2008 sobre los temas objeto de estudio en el Máster.

Las profesiones para las que capacita o especializa este Máster son, en su mayor parte, nuevas, brotadas de la sociedad digital. Así, además de las más habituales figuras de creativo y diseñador multimedia (cuyas especialidades son especialidades diseñador multimedia, editor 3D o webmaster), debemos añadir las más recientes como director de comunicación digital, *community manager*, *community recorder*, gestor de comunicación digital, gestor de portales, *digital planner*, editor de contenidos, Digital Project Manager, director de e-Marketing (publicidad online, *search marketing* y e-branding), director de *e-commerce* o consultor SEO, SEM o SMM. La cantidad de ocupaciones aumenta en proporción a las especialidades que van surgiendo. El Máster Universitario aporta un valor añadido de técnicas de investigación que prepara especialmente al estudiante para ser investigador y consultor estratégico en comunicación digital (investigador en gestión del conocimiento digital, en usabilidad, en Social Media Management, Marketing online, Search Marketing o Comunicación Institucional Digital) en la Universidad o en la empresa.

Por tanto, la utilidad, el interés y la aplicabilidad social y laboral de este Máster son indiscutibles, y se adaptan a las líneas de investigación de la Universitat Abat Oliba CEU, que analizan el reto de la comunicación digital.

La UAO dispone del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha, que ha generado numerosos artículos científicos en revistas internacionales indexadas y comunicaciones científicas internacionales (Tabla 3). El hecho de que muchos de los artículos sean obra del Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón es porque él creó el Grupo, la metodología, inventó el concepto de Sociedad de la Banda Ancha y la intersección entre banda ancha y periodismo digital y lleva a cabo una fecunda y vocacional tarea creativa y productiva. Entendemos que eso es un mérito: la existencia de un referente internacional sólido, que publica asiduamente artículos en revistas científicas internacionales indexadas, que es *reviewer* de diversas revistas científicas internacionales indexadas, que presenta

csv: 71164543182179369834653

comunicaciones y ponencias en congresos, etc. Un liderazgo fuerte hace un grupo de investigación fuerte. Se puede observar que en total hay 11 autores diferentes miembros del grupo de investigación que han publicado artículos o comunicaciones. La cifra de más de 60 artículos o comunicaciones en poco más de cuatro años refleja la vitalidad y fecundidad del Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha.

Tabla 3. Artículos científicos en revistas internacionales indexadas y comunicaciones científicas internacionales publicados por el Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha de la UAO

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008). La alianza entre el periodismo digital y tradicional y los operadores de telecomunicación: hacia un rendimiento óptimo de la red. Barcelona: Comunicación en el II Congreso Nacional Ulepicc-España.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008). "Entornos de enseñanza virtuales e híbridos: propuestas de actuación". *Educaweb*. Monográfico TIC y educación-Educaweb.com (10º aniversario)
http://www.educaweb.com/noticia/2008/12/01/entornos-ensenanza-virtuales-hibridos-212958.html.
-SOTELO GONZÁLEZ, J. & SIERRA SÁNCHEZ, J. (2008) "Web 2.0: un nuevo modelo de comunicación reticular en la comunicación de masas", *III Congreso Internacional de Periodismo en la Red* (Foro Web 2.0: Blogs, Wikis, Redes sociales y e-Participación), Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2008.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2008). Ponència "Estructura econòmica de la indústria periodística comarcal: cap a un model híbrid tradicional-digital". Morella: Congrés de l'ACPC (Associació Catalana de Premsa Comarcal).
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "Adaptació dels gèneres periodístics al periodisme digital: estudi empíric comparatiu". A *Trípodos* (Extra 2009-V Congrés Internacional *Comunicació i realitat, La metamorfosi de l'espai mediàtic*, Universitat Ramon Llull). Vol. 1, pp 657-666. ISSN: 1138-3305
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). Relación entre multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en la prensa digital española: análisis empírico. Madrid (UCM): Comunicación en el I Congreso Internacional "Sociedad Digital".
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El cable, un fenómeno mediterráneo". *Triple play*-Número 2, octubre de 2009, pp. 3-5.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "La televisión IP (IPTV) y la transmisión mediante VDSL: realidad y perspectivas de negocio". `Vivat Academia`, revista académica y de investigación del grupo CONCILIUM (Universidad Complutense de Madrid, España). ISSN: 1575-2844
http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n105/articulo.htm#TV
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "XIII Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña". Revista Anàlisi (Espanya-UAB), nº 38, 2009, pp. 295-297.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando; SAINZ, Jorge (2009). "" El estado del teletrabajo en la banca colombiana y sus efectos en la vida familiar". *Revista Razón y Palabra* (primera revista electrónica en América Latina especializada en comunicación), nº 70, Relaciones Públicas.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/LOPEZ_REVISADO.pdf
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; del OLMO ARRIAGA, José Luis (2009). Los impactos de las TIC en la contratación laboral y la compensación salarial en la banca colombiana / ICT impact in the labor contracting and the wage compensation in the Colombian banking._*Revista de Comunicación de la SEECI* (*Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana)*, Número 18, marzo de 2009, año XII. ISSN: 1576-3420
http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2018/DATOS.html#lacom
-SIERRA SÁNCHEZ, Javier y CABEZUELO LORENZO, Francisco (2009). "La formación en competencias digitales de los futuros periodistas: la experiencia curricular de la Universidad San Jorge", en PINTO, Ricardo Jorge & SOUSA, Jorge Pedro (Coords). *Os Jovens e a Renovação do Jornalismo.* Edições Universidade Fernando Pessoa. Porto, Portugal.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El papel decisivo de la banda ancha en el Espacio Iberoamericano del Conocimiento". *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y*

csv: 71164543182179369834653

Sociedad–CTS, nº 2 (julio de 2009), pp. 1-15. Portafolio CTS. ISSN: 1850-0013 www.revistacts.net, http://www.revistacts.net/index.php?option=com_content&view=article&id=240:el-papel-decisivo-de-la-banda-ancha-en-el-espacio-iberoamericano-del-conocimiento&catid=80:articulos&Itemid=23#JOSC_TOP

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "La adaptación regulatoria de los operadores de cable histórico en España. La competencia de los grandes operadores" "Older Cable Operators Adapt to New Regulations in Spain. Competition for Large Cable Operators". *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*-Número 80, pp. 139-146. ISSN: 0213-084X http://www.telos.es/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=80

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). L'ús del llenguatge multimèdia a la premsa digital a Catalunya i Espanya: estudi empíric. Barcelona: Comunicación en el IV Congreso para la Cibersociedad.

-MARTA LAZO, C. y SIERRA SÁNCHEZ J. (2009). "Tendencias de la dieta audiovisual informativa de los jóvenes comunicadores" en Marzal Felici, J.; Casero Ripollés, A.; Gómez Tarín, J. (2009). *Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo.*

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "Relación entre multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en la prensa digital española: análisis empírico". *Icono 14. Actas Icono 14 I Congreso Internacional Sociedad Digital, 2009, Nº A2,* ISSN 1697-8293.

-CABEZUELO LORENZO, F. y SIERRA SÁNCHEZ, J. (2009). "Blogs y otras herramientas digitales en la enseñanza-aprendizaje de las Ciencias de la Comunicación en el EEES, (Págs. 53-64) en SABÉS TURMO, Fernando & VERÓN LASSA, José Juan. Retos del Periodismo Digital. Reflexiones desde la Universidad (Coords). Edita: Asociación de la Prensa de Aragón.

-SIERRA SÁNCHEZ, J. y CABEZUELO LORENZO, F. (2009). *La formación en competencias del futuro periodista digital en Aragón: el caso de la Universidad San Jorge*, (Págs. 223-238) en SABÉS TURMO, Fernando y VERÓN LASSA, José Juan. *Retos del Periodismo Digital. Reflexiones desde la Universidad* (Coords). Edita: Asociación de la Prensa de Aragón.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El peso de la televisión en el *triple play* de los operadores de cable en España y en Europa". *ZER, Revista de Estudios de Comunicación (Journal of Communication Studies)*, Vol. 14, Núm. 27, pp. 13-31, Semestral, Novembre de 2009. ISSN: 1137-1102.

-MARTA LAZO, C.; SIERRA SÁNCHEZ, J. & CABEZUELO LORENZO,F. (2009). "La evaluación de las competencias alcanzadas por los alumnos en el proyecto final de las titulaciones de Comunicación" en *Revista @tic. Revista de innovación educativa y tecnologías de la información*. Sección DocenTic. Universitat de València.

-CABEZUELO LORENZO, F. y SIERRA SÁNCHEZ, J. (2009). "La renovación de la docencia del Periodismo en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES): nuevas herramientas de enseñanza-aprendizaje", en PINTO, Ricardo Jorge y SOUSA, Jorge Pedro (Coords). *Os Jovens e a Renovação do Jornalismo.* Edições Univerisda de Fernando Pessoa. Porto, Portugal

-SIERRA SÁNCHEZ, J. y CABEZUELO LORENZO, F. (2009). "Postperiodismo y formación en competencias digitales bajo el paraguas de Bolonia" en I Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna (Tenerife).

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El norte también existe". *Triple play*-Número 3, diciembre de 2009, pp. 4-5.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "El *cloud journalism*: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI". *Observatorio (OBS*) Journal*, Vol. 4, Núm. 1 (2010), pp. 19-35. ISSN: 1646-5954 http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/315/321.

-LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando (2010). Consumo de Internet en Ecuador: entre la cultura tradicional y la nueva tecnología. *COMHUMANITAS*, Universidad de los Hemisferios- Quito Ecuador, pp. 80-100.

-SEGURA, HERLAYNNE. Desde la Academia se forman teletrabajadores. Telework 2010.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Reaccionar ante un mercado muy competitivo". *Triple play*-Número 4, febrero de 2010, pp. 4-6.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Uso de la hipertextualidad en la prensa digital en Cataluña y en España". En Sabés, Fernando; Verón, José Juan (eds.), *El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria*. XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca-2010, pp. 183-199. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.

csv: 71164543182179369834653

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "La fibra óptica o el gran salto para los operadores de cable locales". *Triple play*-Número 5, abril-mayo de 2010, pp. 8-10.
-SIERRA SÁNCHEZ J.; CABEZUELO LORENZO, F. y SOTELO GONZÁLEZ, J. (2010). "Competencias profesionales y empleo del futuro periodista: el caso de los estudiantes de Periodismo de la Universidad Cardenal Herrera CEU" en *Revista @tic*. Revista de innovación educativa y tecnologías de la información. Sección DocenTic. Universitat de València.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc y DORAL, Fernando (2010). "Tendencias y fenómenos tecnológicos: Insights como técnica para aprender del pasado. Telecomunicaciones en España 1995-2006". *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, Vol. 7, Núm. 1 (2010), pp. 97-119. ISSN: 1646-5954
http://revistas.luz.edu.ve/index.php/enlace/article/viewFile/4004/3896
-LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando; FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; SAINZ, Jorge (2010). Impactos personales y sociales de las TIC en la banca colombiana: más allá de los temores. *COMHUMANITAS*, Universidad de los Hemisferios- Quito Ecuador, pp. 80-100.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Triple play: servicios de futuro". *Triple play*-Número 6, junio-julio de 2010, pp. 36-37.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Redes de banda ancha hacia la HDTV ". *Triple play*-Número 7, septiembre-octubre de 2010, pp. 4-6.
-CABEZUELO LORENZO, F. y SIERRA SÁNCHEZ, J. (2010). "Los objetivos del proyecto: adquisición de competencias investigadoras y profesionales" en MARTA LAZO, C. (Coord.).*El EEES y el Proyecto final en los grados de Comunicación*. Madrid: Editorial Fragua.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Multimedia, digital press and journalistic genres in Catalonia and in Spain: an empirical analysis". *Communication Studies Journal*, Número 7, May 2010, pp. 81-95.
http://www.ec.ubi.pt/ec/07/pdf/gascon-multimedia.pdf
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Space and video games: a relation led by the gamer". *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, vol. 2, Issue 2, July 2010, pp. 198-204. ISSN: 1757191X; Online ISSN: 17571928
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). El periodismo digital de pago y el modelo de las franquicias: ¿periodismo de calidad o puro negocio? Pamplona: Comunicación en el XXV Congreso CICOM (Universidad de Navarra).
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "De un año de transición a otro de respuestas: Las redes de cable afrontan el 2011 con ilusionantes expectativas". *Triple play*-Número 7, diciembre de 2010, pp. 4-6.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Visual Impact in the Digital Press: a Spanish Empirical Research". *Brazilian Journalism Research*-Vol. 6, Número 2, 2010, pp. 120-137. ISSN: 1981-9854
http://bjr.libertar.org/index.php/bjr/article/view/7/7
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Impacto visual na imprensa digital: uma pesquisa espanhola empírica ". *Brazilian Journalism Research*-Vol. 6, Número 2, 2010, pp. 120-137. ISSN: 1981-9854
http://bjr.libertar.org/index.php/bjr/article/view/28/29.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; LÓPEZ JIMÉNEZ, Daniel Fernando; del OLMO ARRIAGA, José Luis; SAINZ, Jorge (2010). Los impactos de las TIC en la contratación laboral y la compensación salarial en la banca colombiana / ICT impact in the labor contracting and the wage compensation in the Colombian banking. *Revista de Comunicación de la SEECI* (*Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana)*, Número 23, noviembre de 2010, año XIII, pp. 118-153. ISSN: 1576-3420
http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/DATOS.html#losimpac
http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/Varios1.pdf
-SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2010) [Coord.]. *Los Estudios de Comunicación en el EEES*. Madrid: Editorial Fragua.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc y CARRERAS ALCALDE, Marta (2010). "La tecnologia com a eina al servei de l'educació: una visió humanitzadora/The technology as a tool in the service of the education: a humanizer vision". Congreso "¿Una sociedad despersonalizada? Propuestas educativas", Universitat Abat Oliba (UAO), Barcelona, mayo de 2010.

csv: 71164543182179369834653

-SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Javier y SOTELO GONZÁLEZ, J. (2010) [Coord.]. *Métodos de innovación docente aplicados a los estudios de Ciencias de la Comunicación*. Madrid: Editorial Fragua

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "Indústria periodística comarcal: cap a un nou model" (pp. 51-60). En Associació Catalana de Premsa Comarcal i Local: "Primera Trobada Plataforma Interuniversitària de la Premsa Comarcal i Local", Barcelona: ACPC.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "Aplicación semántica de la hipertextualidad en la prensa digital en España". En Verón, José Juan; Sabés, Fernando (eds.). *La investigación en periodismo digital. Algunos trabajos desde el ámbito universitario*. XII Congreso de Periodismo Digital de Huesca-2011, pp. 169-180. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "Tipología de los clientes de las redes". *Triple play*-Número 9, marzo de 2011, pp. 12-14.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís y SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2011). "Universidades privadas, ¿un subsistema diferente?: cómo desarrollan los estudiantes sus preferencias hacia la universidad". *Vivat Academia*, nº 114. Marzo de 2011.
http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n114/PDFs/UNIVERSIDADES.pdf

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "Los retos del cable". *Triple play*-Número 10, mayo de 2011, pp. 12-14.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís y SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2011). "New communicative markets, new business models in the digital press". *Trípodos* (Extra 2011-VI International Conference on Communication and Reality-Life without Media, Universitat Ramon Llull), pp. 301-310.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "La gestión de las preferencias hacia la universidad por parte de los estudiantes". *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología* de la Facultad Tecnológica de la Universidad de Santiago de Chile USACH-julio de 2011, ISSN Nº 0718-5693.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "El FTTH, una apuesta muy a largo plazo pero decidida". *Triple play*-Número 11, junio de 2011, pp. 20-22.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "The Impact of Broadband in the University Internet Activities". Barcelona: EDULEARN 2011 (International Conference on Education and New Learning Technologies), julio de 2011. ISBN: 978-84-615-0442-8 y 978-84-615-0441-1

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "Broadband in the Spanish University: Impact in the Internet Applications". *Journal of Communication and Computer* -2011, núm 12, vol. 8. ISSN Nº 1548-7709 (Print) and 1930-1553 (Online), pp 1095-1100.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "The degree project: a model in the Bologna scenario". 4th ICERI (International Conference of Education, Research and Innovation) Congress, 2011. Madrid. ISBN: 978-84-615-3324-4 y 978-84-615-3323-7

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011). "La explotación del cable en el ámbito local: modelos de cooperación". *Triple play*-Número 12, septiembre-octubre de 2011, pp. 4-6.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "La interactividad y el multimedia en la prensa digital internacional: los casos de España y el Reino Unido". III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0: "La transformación del espacio mediático". Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, Bilbao (9-11 noviembre 2011).

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2011). "El reto de la banda ancha para la prensa local". XI Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2011). Universitat Jaume I. Castelló de la Plana.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2011-2012). "El futuro audiovisual apunta hacia Internet". *Triple play*-Número 13, diciembre 2011-enero 2012, pp. 32-34.

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2012). "Best practices in a new journalistic and technological habitat: examples from Catalonia". Abat Oliba CEU University's International Journalism Week 2012. The new faces of journalism and mass media. Communication in the 21st century (27-2-2012/2-3-2012). Barcelona: UAO.

csv: 71164543182179369834653

-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2012). "The University and the analysis of the Internet topics". INTED Congress-INTED2012 (6th International Technology, Education and Development Conference), 2012 (5-7 marzo 2012). Valencia. ISBN: 978-84-615-5562-8 y 978-84-615-5563-5.
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; SOLIGUER, Anna (2012). "Commercialization Formulae of the Responsible Tourism in Spain: Reality and Trends". I Congreso Internacional OCITUR 2012-Primer Congreso de Ocio y Turismo. Ocio y Turismo del XXI - Perspectivas de Futuro. Mataró (16-18 maig 2012).
-FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís y SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2012). "Búsqueda de información y redes sociales: el caso de la universidad". Monográfico de *Vivat Academia* (nº 117-bis)-Congreso CUICIID, Revista académica y de investigación del grupo CONCILIUM (Universidad Complutense de Madrid, España). ISSN: 1575-2844

Fuente: Universitat Abat Oliba CEU

El **Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha** de la UAO, liderado por el Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón y que recientemente ha obtenido un proyecto precompetitivo (Ayuda a la Investigación 2012 CEU-Banco Santander) está llevando a cabo proyectos científicos internacionales sobre comunicación digital. Entre otros, destacan los siguientes:

-Media coverage of the EU Poland Presidency, University of Adam Mickiewicz, Poznan (Poland). Faculty of Political Science and Journalism at the University of Adam Mickiewicz in Poznan, Poland. The project is funded by the Polish National Science Centre (grant no. N N116 614440). Hasta 2013.

-Creación de medios de comunicación online (España-UAO/Colombia). Universidad de Antioquia (estatal) con el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicación. Convenio interadministrativo Número 000102 de 2011 suscrito entre el Fondo de Tecnologías de la Información y la Comunicaciones y la Universidad de Antioquia. Hasta 2015.

-Comunicación Digital en la Empresa (*think tank* UAO + empresa). Financian hasta 2015: UAO, Sony, Cap Gemini, Nobel Biocare, DDB, Nutrexpa Alimentos, Grupo BPMO, Toshiba, Tecnitoys, DDB, Agile Contents.

Los objetivos científicos del Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha son los siguientes:

-Estudiar empíricamente el *modus operandi* de los medios de comunicación digitales en España a través de los siguientes parámetros: la hipertextualidad (interna o externa; contextual, relacional o recomendada; estructural jerárquica o semántica; unirrelacional o multirrelacional; explícita o implícita; estructural según tipo y grado), la interactividad (inclusiva o autorial; estructura aleatoria, fija, relacional o contributiva; dialogismo simétrico o asimétrico; temporalidad sincrónica o asincrónica; técnica dialógica o personalizada con moderación o sin moderación) y el multimedia (texto, imagen con o sin movimiento, audio, infografía y programas autoejecutables).

-Contrastar los resultados de los medios digitales españoles según el ámbito territorial: local, autonómico o regional, nacional o estatal.

-Analizar el funcionamiento de los medios de comunicación digitales internacionales y establecer una comparativa con los españoles.

-Establecer análisis y comparativas longitudinales.

-Promover una mejora en los resultados de la praxis en los periódicos digitales.

csv: 71164543182179369834653

-Promover una mejora de resultados globales que incluya a periódicos digitales y otras plataformas multimedia.

-Analizar el impacto de las redes de telecomunicación de banda ancha en el funcionamiento y las posibilidades propias del periodismo digital.

-Analizar fórmulas y modelos de pago para el periodismo digital surgidas de las características de hipertextualidad, interactividad y multimedia.

-Promover interacciones de difusión e ingresos entre los periódicos digitales y los operadores de telecomunicación.

El plan de trabajo consiste en lo siguiente:

-Año 2012.

a) Artículos científicos: publicación de entre 3 y 5 artículos científicos en revistas científicas indexadas internacionales.
b) Comunicaciones en Congresos: presentación de entre 3 y 5 comunicaciones en congresos científicos internacionales.
c) Libros. Publicación de al menos un libro o capítulo de libro en papel o digital.
d) Trabajos de Final de Carrera. Dirección de al menos 3 TFCs relacionados con el objeto de estudio del grupo de investigación.
e) Congresos y Jornadas. Coorganización de las XVII Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña (8-10 de mayo de 2012) y colaboración en otros eventos.
f) Artículos en medios de comunicación y/o blogs. Publicación de al menos 5 artículos en medios de comunicación y/o blogs.
g) Tesis doctorales. Dirección de al menos dos tesis doctorales.
h) Máster. Coordinación del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO) y participación como profesores en otros Masters.

-Año 2013.

i) Artículos científicos: publicación de entre 3 y 5 artículos científicos en revistas científicas indexadas internacionales.
j) Comunicaciones en Congresos: presentación de entre 3 y 5 comunicaciones en congresos científicos internacionales.
k) Libros. Publicación de al menos un libro o capítulo de libro en papel o digital.
l) Trabajos de Final de Carrera. Dirección de al menos 3 TFCs relacionados con el objeto de estudio del grupo de investigación.
m) Congresos y Jornadas. Coorganización de las XVIII Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña (2013) y colaboración en otros eventos.
n) Artículos en medios de comunicación y/o blogs. Publicación de al menos 5 artículos en medios de comunicación y/o blogs.
o) Tesis doctorales. Dirección de al menos dos tesis doctorales.
p) Máster. Coordinación del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO) y participación como profesores en otros Masters.

-Año 2014.

q) Artículos científicos: publicación de entre 3 y 5 artículos científicos en revistas científicas indexadas internacionales.
r) Comunicaciones en Congresos: presentación de entre 3 y 5 comunicaciones en congresos científicos internacionales.
s) Libros. Publicación de al menos un libro o capítulo de libro en papel o digital.
t) Trabajos de Final de Carrera. Dirección de al menos 3 TFCs relacionados con el objeto de estudio del grupo de investigación.
u) Congresos y Jornadas. Coorganización de las XIX Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña (2014) y colaboración en otros eventos.

csv: 71164543182179369834653

v) Artículos en medios de comunicación y/o blogs. Publicación de al menos 5 artículos en medios de comunicación y/o blogs.
w) Tesis doctorales. Dirección de al menos dos tesis doctorales.
x) Máster. Coordinación del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO) y participación como profesores en otros Masters.

Miembros del Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha mantienen vinculación en masters universitarios y programas de Doctorado:
-Director del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías (UAO)
-Participación como profesor en el Máster en Gestión y Comunicación de Entidades Sociales y Solidarias (UAO)
-Participación como profesor del Máster Universitario en Sociedad de la Información y el Conocimiento (UOC)
-Participación como profesor en el Máster Universitario de Postproducción Audiovisual (UAO)

El Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha está integrado por los siguientes miembros:

-Director. Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón (UAO). Ha dirigido el Proyecto Europeo "B4U" (V Programa Marco de la Unión Europea, 1999-2001), consistente en la creación de una plataforma de e-commerce, y ha participado en diversos proyectos de investigación competitivos, como "Europa, jóvenes y televisión" (UAB y EU, Instituto Europeo del Audiovisual) o Eurofiction (Observatorio Iberoamericano de Televisiones Educativas y Culturales, entre 1995 y 2003). Como director del CECABLE (Centro de Estudios sobre el Cable) desde 1995, Fondevila ha publicado numersos artículos y libros científicos y ha participado en numerosos proyectos de investigación.
-Responsable del área de creación de Trabajos Finales de Grado sobre periodismo. Dr. Josep Lluís del Olmo Arriaga UAO)
-Investigadores: Dr. Javier Sierra (CEU), Joan-Andreu Rocha (UAO), Josep Ignasi Castelló (UAO), Marta Carreras (CECABLE), Anna Soliguer (CECABLE), Herlaynne Segura (Colombia), Daniel López (Ecuador), Miguel Ángel González (México).
-Colaboradores externos: Dr. Jorge Sainz, Joaquim Cuadrado, F. Cabezuelo, J. Sotelo, C. Marta, Marc Perelló.

La coherencia del equipo es máxima, ya que todos estudian el periodismo digital y la banda ancha, unos centrados en España, otros en el extranjero, siguiendo la metodología del Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha. La interdisciplinariedad está garantizada en los dos ejes angulares de la acción: periodismo digital y banda ancha. Se establece un protocolo de publicaciones, unos objetivos muy específicos y unas líneas de trabajo compartidas por todos los miembros del grupo.

A los estudiantes se les proporcionarán los conocimientos fundamentales para la comprensión crítica del relieve de la comunicación digital y la tecnología en el entorno de la sociedad de la información y el conocimiento y de los cambios que comporta para la empresa comunicativa. Además, se aportará una formación de vanguardia relativa a la creación de contenidos digitales y a la vertiente tecnológica y científica de la comunicación digital.

En el Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías pretendemos asegurar la adquisición de las capacidades técnicas y metodológicas necesarias para dirigir un medio de comunicación digital o una empresa digital, convertirse en creador de contenidos digitales, asesor o especialista en la materia, iniciar una actividad de investigación sobre comunicación digital y nuevas tecnologías o desarrollar la actividad profesional en el sector digital.

2.2. Referentes externos a la universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.

El Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías encaja perfectamente con los diversos referentes externos consultados. Así, enlaza armoniosamente con los planes de

csv: 71164543182179369834653

estudios de universidades españolas, europeas, de otros países o internacionales de calidad o interés contrastado y con los títulos del catálogo vigentes a la entrada en vigor de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

Otro referente son los Libros Blancos del Programa de Convergencia Europea de ANECA (http://www.aneca.es). Los Libros Blancos muestran el resultado del trabajo llevado a cabo por una red de universidades españolas, apoyadas por la ANECA, con el objetivo explícito de realizar estudios y supuestos prácticos útiles en el diseño de un título de máster adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Informes de colegios profesionales o asociaciones nacionales, europeas, de otros países o internacionales, y documentos relativos a los procedimientos de reconocimiento de las actuales atribuciones publicadas por los correspondientes ministerios y colegios profesionales, reflejan la necesidad de profundizar en la materia que exponemos.

Referencias a los contenidos aquí expuestos aparecen también en el proyecto de investigación 'El Profesional Flexible en la Sociedad del Conocimiento: Nuevas Exigencias en la Educación Superior en Europa' (REFLEX), una iniciativa que forma parte del 6º Programa Marco de la Unión Europea (Contrato No: CIT2-CT-2004-506-352) y que ofrece datos comparativos de hasta trece de los países europeos que han colaborado en el proyecto: Italia, Francia, Austria, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Finlandia, Noruega, Republica Checa, Suiza, Bélgica, Estonia y España.

La gestión y coordinación del proyecto en ámbito europeo se ha llevado a cabo por el Research Centre for Education and the Labour Market de la Universidad de Maastricht. En España el proyecto se ha gestionado en colaboración entre la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y el Centro de Estudios en Gestión de la Educación Superior de la Universidad Politécnica de Valencia (CEGES), y ha contado con la participación de 48 universidades españolas y, especialmente, de las Comunidades Autónomas de Andalucía y Castilla y León.

El proyecto REFLEX pretende responder a tres cuestiones generales e interrelacionadas: ¿qué competencias requieren los graduados en educación superior para integrarse en la sociedad del conocimiento?; ¿qué papel desempeñan las universidades en el desarrollo de dichas competencias?; ¿cuál es el grado de consecución de las expectativas de los graduados con sus trabajos y de qué forma pueden resolverse los desajustes entre sus expectativas y las características de su trabajo?

Las competencias requeridas por el mercado laboral de los distintos países europeos son muy semejantes y pivotan sobre el contenido del Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías. No existen grandes diferencias entre las competencias requeridas en los puestos de trabajo españoles y la media del resto de países de la muestra. Los mercados laborales se han unificado mucho antes que los propios sistemas educativos. Las competencias que prioritariamente son requeridas son las del puesto de trabajo (Capacidad para hacerse entender, Capacidad para usar el tiempo de forma efectiva, Capacidad para trabajar en equipo y Capacidad para rendir bajo presión) y las que no se necesitan tanto en tal puesto (Capacidad para escribir y hablar en idiomas extranjeros, Conocimientos de otras áreas o disciplinas y Capacidad para detectar nuevas oportunidades).

Sobre la contribución de una carrera a la adquisición de competencias, los titulados señalan Capacidad para adquirir con rapidez nuevos conocimientos, Capacidad para trabajar en equipo, Capacidad para redactar informes o documentos, Pensamiento analítico y Dominio de su área o disciplina.

Se han analizado el Libro Blanco del título de grado en Comunicación de ANECA (http://www.aneca.es/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf) y los Libros Blancos del Interactive Advertising Bureau, amén de los planes de estudios de diversos programas de Postgrado, entre ellos el MSC Digital Marketing de London School of Business, el Máster de comunicación y branding digital de la UCH CEU, el Máster de Diseño y Creación Multimedia de la Universitat Oberta de Catalunya, el Máster Europeo en Publicidad digital del Instituto de Marketing Directo y Comercio electrónico, el Máster en Periodismo y Comunicación Digital de la Universidad de Alicante, el Master in Digital Marketing del IE, el Máster en Estrategia y Creatividad interactiva de la Universitat Autónoma de Barcelona, el Máster en Periodismo Digital (http://www.ipecc.net/index.php?Seccion=Periodismo), el Màster oficial de Societat de la Informació i el Coneixement, el Máster en Gestión de las Tecnologías de la Información de La Salle, el Máster Universitario en Comunicación Multimedia de orientación profesional impartido en colaboración por la Universidad CEU San Pablo o el Máster en Publicidad Interactiva de la Universidad Complutense de Madrid. Hay que subrayar el interés del título con relación a la planificación de las enseñanzas en el mapa universitario catalán, ya que, pese a que existen algunas ofertas parecidas, ninguna aborda con la especialización y visión

csv: 71164543182179369834653

holística de la aquí argumentada un objeto de estudio de tan inmediato y profundo impacto en el eje empresarial.

También se ha tenido en cuenta el "Subject Benchmark Statements" de la Agencia de calidad universitaria británica (QAA-Quality Assurance Agency for Higher Education).

Los contenidos sobre impacto de la banda ancha y marketing y publicidad enlazan con la tarea del Grupo de Investigación de Periodismo Digital y Banda Ancha, creado y establecido en la UAO desde 2008, liderado por el Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón, y que está dando como resultados numerosos artículos científicos en revistas indexadas internacionales, comunicaciones en congresos científicos, libros, etc.

Por tanto, este Máster es coherente con la línea de programación de enseñanza (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Ciencias Sociales en general) de la UAO, y se adecua a los objetivos estratégicos (el Grupo de Investigación de Periodismo Digital y Banda Ancha es el líder del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UAO) y es coherente con los título de Grado.

Temáticamente cada perfil profesional se subdivide en cuatro bloques:

i) Conocimientos disciplinares (saber)
ii) Competencias profesionales (saber hacer)
iii) Competencias académicas
iv) Otras competencias específicas

Otros posibles perfiles son los siguientes:

Director de comunicación Digital (responsable del área de comunicación de un organismo o empresa, tanto interna como externa; planificación, gestión y control del plan de comunicación anual digital).

Investigador y consultor estratégico en Comunicación Digital (sobre gestión del conocimiento digital, usabilidad, Social Media Management, Community Management, Marketing online, Search Marketing, SEM, SEO, SMM, Comunicación Institucional Digital).

Gestor de comunicación digital (gestión estratégica de la imagen y la comunicación digital, reputación online, relaciones con bloggers, redes sociales, portales o medios de comunicación digitales).

Gestor de portales y editor de contenidos (redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas; tratamiento, gestión y edición de contenidos en websites, blogs o redes sociales).

Responsable de e-Marketing (planificación y desarrollo estratégico de las campañas de marketing online de una organización, creatividad y planificación de publicidad online, search marketing y e-branding).

Digital Project Management (desarrollo de proyectos web).

Responsable de comercio electrónico

Consultor SEO, SEM, SMM (posicionamiento natural u orgánico de la marca de la organización en los buscadores y en redes sociales).

Community Manager (optimización, gestión y posicionamiento de la marca en las redes sociales; difusión de la organización en blogs y redes sociales).

Community Recorder (optimización y gestión de la documentación y el benchmarking en las redes sociales; difusión de la organización en blogs y redes sociales).

Planner digital (planificación de medios online).

Creativo y diseñador multimedia (soportes digitales como teléfonos móviles, televisión interactiva, publicidad en webs), diseñador multimedia, editor 3D, webmaster.

csv: 71164543182179369834653

Referencias a la comunicación digital, el periodismo y las nuevas tecnologías también aparecen en los "Subject Benchmark Statements" de la Agencia de Calidad Universitaria británica (QAA-Quality Assurance Agency for Higher Education) y las propuestas de las asociaciones pertenecientes a la asociación americana Council for Higher Education Accreditation (CHEA): http://www.chea.org/default.asp, amén de redes temáticas europeas o proyectos específicos: http://www.unideusto.org/tuning/, http://ec.europa.eu/education/programmes/socrates/tnp/index_en.html

2.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados por la elaboración del plan de estudios.

La ejecución del sistema de consultas que se expone a continuación está disponible y documentada como mecanismo de acreditación para cualquier evaluador externo.

SISTEMA DE CONSULTA INTERNA Y EXTERNA

1. Organización. La Comisión de Titulación es la responsable de coordinar el proceso de consulta para la elaboración del plan de estudios. Esta Comisión está presidida por la persona responsable de los estudios y formada por los coordinadores de las materias, a la cual asisten un representante de la Unidad de Calidad y el director del centro. La Comisión de Titulación puede crear subcomisiones específicas que incorporen representantes de diferentes colectivos, tanto internos como externos, sobre los cuales incide el diseño del plan de estudios.

2. Fuentes de consulta. En el procedimiento de consulta interna y externa para la elaboración del plan de estudios del Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías, la Comisión de Titulación ha obtenido informes de los siguientes colectivos de ámbito interno:
• Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios
• Servicios universitarios afectados por la programación
• Consejo Académico y Consejo Asesor
• Antiguos alumnos de titulaciones afines

Asimismo, ha obtenido los informes de los siguientes colectivos de ámbito externo:
• Empleadores de referencia
• Tutores de prácticas de titulaciones afines
• Profesionales de prestigio afines al perfil propuesto

3. Objeto de la consulta. La Comisión de Titulación ha sometido a consulta cada uno de los siguientes puntos relativos al plan docente:
• Justificación del título
• Perfil de formación partiendo de la definición de las competencias generales y específicas
• Prácticas

4. Metodología de la consulta. Para la obtención de evidencias, y siguiendo la Tabla de Relación de Consultas de la Universidad, que establece la relación entre el objeto de la consulta, la fuente de información y el método utilizado, la Comisión de Titulación ha procedido con distintos métodos de consulta de acuerdo con el colectivo consultado y con la información que se pretendía obtener.
• Informes o estudios
• Cuestionarios
• Consultas
Consultas
• Debates o mesas redondas
• Seminarios o jornadas, talleres
• Convenios

csv: 71164543182179369834653

5. Informe de los resultados. Una vez finalizado el proceso de consulta interna y externa, el presidente de la Comisión de Titulación elaboró un informe donde figuran los resultados analizados y valorados en el marco de la propuesta del nuevo plan de estudios. Teniendo en cuenta este informe, la Comisión de Titulación ha elaborado el diseño de plan de estudios.

6. Proceso de aprobación. La Comisión de Titulación presenta el anteproyecto de plan de estudios al Consejo de Gobierno, y una vez aprobada la propuesta, se eleva a Patronato.

OBJETO DE LA CONSULTA		FUENTE	METODOLOGÍA
1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO	Interés académico del título	Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios	Informes o estudios Debates o mesas redondas Seminarios o jornadas, talleres
		Servicios universitarios afectados por la programación	Cuestionarios
		Consejo Académico y Consejo Asesor	Informes o estudios
		Antiguos alumnos de titulaciones afines	Cuestionarios
		Profesionales de prestigio afines al perfil propuesto	Informes o estudios
	Interés científico o profesional del título	Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios	Informes o estudios Debates o mesas redondas Seminarios o jornadas, talleres
		Servicios universitarios afectados por la programación	Cuestionarios
		Consejo Académico y Consejo Asesor	Informes o estudios
		Antiguos alumnos de titulaciones afines	Cuestionarios
		Profesionales de prestigio afines al perfil propuesto	Informes o estudios
2.	Competencias generales y específicas	Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios	Informes o estudios Debates o mesas redondas Seminarios o jornadas, talleres
3. PRÁCTICAS	Prácticas internas y externas	Servicios universitarios afectados por la programación	Informes o estudios
		Empleadores de referencia	Informes o estudios
		Tutores de prácticas de titulaciones afines	Informes o estudios

csv: 71164543182179369834653

3 Competencias

3.1 Competencias Básicas y Generales

Código:	Competencia:
CG1	Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías
CG2	Capacidad de resolución de estos problemas nuevos usando el tiempo de forma efectiva, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital
CG3	Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas
CG4	Capacidad para demostrar espíritu crítico o autocrítico y para reflexionar y para hacerse entender sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados
CG5	Capacidad para demostrar capacidad de liderazgo, trabajo en equipo y rendimiento bajo presión y para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CG6	Capacidad de los estudiantes de desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo que les permitan implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo, mediante la elaboración tutorizada y defensa ante tribunal de un trabajo final de máster

3.2 Competencias Transversales

Código:	Competencia:
CT1	Interpretar y transferir datos sobre comunicación digital
CT2	Utilizar las herramientas de trabajo en red en un entorno digital
CT3	Diagnosticar problemas de comunicación digital o tecnología

3.3 Competencias Específicas

Código:	Competencia:
CE1	Integración de conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
CE2	Capacidad de creación de contenidos digitales a partir de la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital y a partir del uso de géneros periodísticos digitales
CE3	Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas
CE4	Capacidad de utilizar fuentes de información y el derecho aplicable al Periodismo y la Comunicación digital y las nuevas tecnologías
CE5	Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
CE6	Capacidad para crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales
CE7	Capacidad para analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital
CE8	Capacidad comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
CE9	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos.

4 Acceso y Admisión de Estudiantes

4.1 Sistemas de Información Previo

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

4.1 Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y a la titulación.

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat Abat Oliba CEU considera una obligación mantener informados a sus grupos de interés sobre su estructura organizativa, titulaciones y programas, por lo que publica y revisa periódicamente la información actualizada sobre las mismas.

Con el fin de proceder a la selección de la información a publicar a los destinatarios de la misma, la Comisión Interna de Calidad considera como fuente la siguiente información:
a) Oferta formativa,
b) Objetivos de las titulaciones,
c) Políticas de acceso,
d) Metodología de orientación,
e) Metodologías de enseñanza, aprendizaje y evaluación,
f) Posibilidades de movilidad,
g) Mecanismos para realización de alegaciones, reclamaciones y sugerencias,
h) Acceso, evaluación, promoción y reconocimiento de PDI y PAS,
i) Recursos y servicios ofrecidos, y
j) Resultados de la enseñanza (aprendizaje, inserción laboral, satisfacción).

La selección resultante se aprueba en la Junta de Gobierno, que hace constar en acta este hecho.

2. Obtención de la información
La CIC de la Facultad, con periodicidad anual o inferior, y ante situaciones de cambio, solicita al Decano y al Vicerrector de Postgrados la información a publicar, actualiza a qué grupos de interés va dirigida y el modo de hacerla pública.
Estas propuestas se debaten en la CIC, comprobándose que sea fiable y suficiente, y se procede a su aprobación.
Entre las revisiones periódicas la UTC asume la responsabilidad de comprobar la actualización de la información publicada por la Facultad de Ciencias Sociales, haciendo llegar cualquier observación al respecto a la CIC para que sea atendida.
3. Difusión
La información revisada es puesta a disposición del Servicio de Gestión Académica, del Servicio de Información y Orientación Académica, del Servicio de Marketing y del Gabinete de Prensa para que sean éstos quienes se responsabilicen de su difusión según proceda, tanto interna como externa.
Esta difusión de la información y orientación previa a la matriculación de los estudiantes se realiza principalmente a través de dos procedimientos:
• Información personal. Se trata de información personalizada orientada a los estudiantes que deseen acceder a los estudios de postgrado ofertados por la Universidad, mediante entrevistas personales con un equipo de profesionales especializados y con profesores de las titulaciones sobre las cuales manifiesta interés el candidato.
• Información colectiva. Asimismo, la UAO organiza y/o participa en los siguientes actos de carácter colectivo, con los que desea dar a conocer de manera específica cada una de las titulaciones que se imparten en la Universidad:
a) Jornadas de Puertas Abiertas con objeto de que los candidatos conozcan personalmente la UAO.
b) Asistencia a las principales ferias y certámenes públicos de formación en Cataluña, en poblaciones como Barcelona, Girona, Manresa y Vic.
Los mecanismos de difusión que utiliza la UAO para informar a los potenciales estudiantes de nuevo ingreso son los que se detallan a continuación:
• Medios de difusión personales:
a) Desarrollo y mantenimiento de una página web explicativa de las características de las titulaciones y de las actividades informativas que se llevan a cabo.
b) Presencia en los principales buscadores y portales de formación en Internet.
c) Desarrollo de soportes informativos con las características de los programas formativos, tanto gráficos como multimedia.
• Medios de difusión colectivos:

csv: 71164558161564910159791

a) Inserciones publicitarias en la prensa diaria, informando sobre el calendario de matriculación, así como de las fechas de las Jornadas de Puertas Abiertas.
b) Desarrollo de soportes informativos de las características de los programas académicos, tanto gráficos como multimedia.
c) Inserciones publicitarias en medios de publicidad exterior.

SISTEMA DE ORGANIZACIÓN DE LA ACOGIDA Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE POSTGRADO DE NUEVO INGRESO

Con objeto de facilitar la plena incorporación del alumnado de postgrado de nuevo ingreso a la institución y a los estudios universitarios de postgrado elegidos, la UAO dispone de un sistema de organización para su acogida y orientación. Este sistema se destina a la atención del alumnado ordinario de postgrado de nuevo ingreso, siendo el alumnado de grado y el proveniente de los programas de movilidad objeto de otros sistemas específicos de atención a su llegada.
1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema de organización de la acogida y orientación del alumnado de postgrado de nuevo ingreso corresponden al Vicerrectorado de Estudiantes, y para su elaboración convoca la Comisión de Acogida y Orientación de la Universidad (Postgrados), de la cual forman parte el director de Postgrados, los coordinadores de los diferentes postgrados, y los responsables de los servicios universitarios de Información y Promoción, Admisiones, Estudiantes, Gestión Académica, Idiomas, Biblioteca e Informática. La gestión del sistema de organización de la acogida y orientación del alumnado de nuevo ingreso corresponde al Servicio de Estudiantes, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, que es la unidad responsable de coordinar la participación de los distintos servicios universitarios en los procedimientos previstos por el sistema de organización. Esta unidad es la encargada de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.
2. Procedimientos. El sistema de organización de la acogida y la orientación de nuevo alumnado se articula en los procedimientos concretos que conforman las Jornadas de Acogida y Orientación de la Universidad.
• Convocatoria. El Vicerrectorado de Estudiantes, a través del Servicio de Información y Promoción, convoca una Jornada de Acogida y Orientación del nuevo alumnado específica para cada Máster.
• Destinatarios. Son convocados a la Jornada todos los solicitantes de plaza a los que se haya concedido la credencial de admisión a la Universidad y efectuado la preceptiva reserva de plaza, con independencia de que hayan formalizado o no la matrícula en el momento de la convocatoria. En todo caso, la asistencia a las Jornadas es obligatoria.
• Información. La convocatoria se hace efectiva por carta y por correo electrónico, y la información sobre el contenido y la organización de las Jornadas también se encuentra disponible en la página web de la Universidad, en los servicios de Postgrados, Información y Promoción, Admisiones, Estudiantes y Gestión Académica, así como en la Secretaría de Vicerrectorado de Estudiantes.
• Contenido. Las Jornadas de Acogida y Orientación de la Universidad se componen de una sucesión de actividades y sesiones:
a) Recepción: el Servicio de Información recibe a los nuevos alumnos en el vestíbulo de la Universidad y les hace entrega del programa de las Jornadas y de la documentación con la normativa universitaria.
b) Bienvenida institucional: las autoridades académicas de la Universidad dan la bienvenida a todos los nuevos alumnos reunidos en el Salón de Grados. Ordinariamente, el Vicerrector de Postgrados realiza el discurso de salutación institucional, el Secretario General introduce los principales aspectos normativos del régimen académico, y el Vicerrector de Estudiantes expone la organización de la Jornada y sus objetivos.
c) Sesión informativa específica sobre los estudios del máster: tras la bienvenida, el nuevo alumnado recibe una sesión informativa de una hora aproximada de duración, a cargo del profesorado responsable del máster, en la que se exponen: los objetivos generales del título, contenidos del plan de estudios, la metodología de enseñanza y aprendizaje, el sistema de evaluación, el régimen de permanencia y progreso en los estudios, el nivel requerido de lengua extranjera, la atención tutorial, y la organización del centro y las competencias de los órganos académicos.
d) Sesión informativa sobre los servicios universitarios: a continuación, los responsables de los servicios universitarios presentan al nuevo alumnado a lo largo de una hora aproximada de duración la información sobre: los recursos digitales y de información disponibles en el Servicio de Biblioteca, así como la normativa para su uso y consulta, a cargo de la persona responsable del servicio, la oferta de actividades deportivas universitarias y sus

csv: 71164558161564910159791

características a cargo de la persona responsable del servicio, la programación de la oferta de formación lingüística organizada por el Servicio de Idiomas, los protocolos de atención e información al alumnado del servicio de Estudiantes, con especial referencia al programa de ayudas al estudio, y la normativa de usos de los espacios universitarios y los mecanismos de seguridad, a cargo del responsable de Administración y Servicios de la Universidad.
e) Sesión de formación sobre el uso de la herramienta informática de apoyo a la docencia, el campus virtual, a cargo del Servicio Informático.
g) Pruebas de nivel en competencias lingüísticas: si se considera convenientes para la titulación, se realizan unas pruebas de nivel de lengua inglesa, a cargo del Servicio de Idiomas, y de lengua española y catalana, a cargo del Departamento de Humanidades. Los resultados de estas pruebas permiten planificar sistemas complementarios de refuerzo.

PROCESO DE MATRÍCULA UNIVERSITAT ABAT OLIBA CEU

Proceso de matrícula:

El proceso de matrícula se inicia en el momento en que el alumno recibe la admisión definitiva por parte de la Universitat Abat Oliba CEU.

Documentación necesaria:

Los estudiantes que se matriculen en una enseñanza oficial de Grado por primera vez han de adjuntar para la matrícula la siguiente documentación:

a) 2 fotografías tamaño carnet.
b) Formulario de protección del uso de sus datos personales firmado.
c) Fotocopia del DNI. En el caso de estudiantes extranjeros, fotocopia del pasaporte. Los estudiantes extranjeros de la Unión Europea pueden presentar fotocopia del documento de identidad expedido por la autoridad competente del país de origen.

1. Estudiantes con PAU para alumnado de bachillerato.

- Tarjeta original de haber aprobado las PAU o certificado acreditativo.

2. Estudiantes provenientes de ciclos formativos de grado superior o asimilado.

- Certificado oficial de notas emitido por el centro académico correspondiente, en el que figure la nota media.
- Certificado acreditativo, en el caso de haberse presentado a la prueba específica de las PAU.
- Original y fotocopia del título o resguardo de haber abonado los derechos de expedición del mismo.

3. Estudiantes de otros distritos Universitarios.

- Estudiantes de otros distritos universitarios que acceden con las PAU para estudiantes de bachillerato: justificante de haber pagado el traslado de expediente emitido por el centro de procedencia.
- Estudiantes con estudios universitarios iniciados que cambian de Universidad: justificante de haber abonado los derechos de traslado de expediente emitido por el centro de procedencia, excepto si se justifica la simultaneidad de los estudios.

4. Titulados universitarios y asimilados.

- Certificado en el que consten les datos de expedición del título o bien fotocopia compulsada del título.

csv: 71164558161564910159791

- En el caso de estudiantes con estudios universitarios extranjeros: original y fotocopia de la resolución de homologación del título emitida por el Ministerio de Educación o de la resolución de convalidación correspondiente emitida por el director de estudios de la enseñanza en que consten convalidados un mínimo de 30 créditos en la enseñanza de Grau.

5. Estudiantes procedentes de estados miembros de la UE que reúnan los requisitos académicos exigidos en aquellos países para acceder a la universidad.

- Credencial original expedida por la UNED para el acceso a la Universidad Española de conformidad con lo que establece el articulo 38.5 de la ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.
  Los estudiantes con credencial expedida el año 2007, 2008 y 2009, deberán solicitar una nueva expedición de la credencial a la UNED con el fin de que se adecue a lo que establece la Orden EDU/116/2010.

6. Estudiantes provenientes de ciclos formativos de grado superior o asimilado.

- Certificado oficial de notas emitido por el centro académico correspondiente, en el que figure la nota media.
- Certificado acreditativo, en el caso de haberse presentado a la prueba específica de las PAU.
- Original y fotocopia del título o resguardo de haber abonado los derechos de expedición del mismo.

7. Estudiante que provengan de la prueba de acceso para mayores de 25, 40 o 45 años.

- Documento original y justificativo de haber superado las pruebas en el que conste la calificación obtenida.

Una vez enviada o entregada la documentación, el Servicio de Gestión Académica validará el proceso para la realización de la matrícula online.

Matrícula

El alumno puede comenzar el proceso de matrícula en el "portal del alumno" de la Universitat Abat Oliba CEU.

Primero deberá rellenar los dos bloques de datos: Personales y Estadística Universitaria, y luego deberá seguir las instrucciones para realizar el Pago de Matrícula.
• Personales: estos datos son los que aparecerán en el expediente académico durante su carrera. Se ha de rellenar el nombre tal como aparece en su partida de nacimiento o en el libro de familia; es el que tiene que constar en los certificados académicos y el Título universitario.
• Estadística Universitaria: los datos de este bloque son los que exige el Ministerio de Educación a todas las Universidades.

A continuación se efectuará la matrícula en bloque de todas las asignaturas de primer curso.

Para concluir el proceso de matrícula se deben seguir los siguientes pasos:

1. Generar e imprimir el informe de matrícula (formato PDF)

   Este documento consta de:
   - 2 hojas para el alumno (listado de las asignaturas matriculadas y detalle del pago a realizar)
   - 2 hojas para la universidad (listado de las asignaturas matriculadas y detalle del pago a realizar)

csv: 71164558161564910159791

- 1 hoja para la entidad bancaria (necesaria en caso de realizar el pago mediante Hoja de Autoliquidación)
- 1 hoja con el nombre de usuario y clave de acceso al Campus Virtual de la Universitat Abat Oliba CEU

2. Realizar el pago de la matrícula
   - Pago mediante Hoja de Autoliquidación (La Caixa, Caixa Penedès o Banco Santander): Con el informe de matrícula impreso (cinco primeras hojas) podrá dirigirse a cualquier oficina del Banco de Santander, La Caixa o Caixa Penedès para formalizar el pago.
     ó
     Pago online con tarjeta

3. Una vez realizado el pago deberá enviar al Servicio de Gestión Académica de la universidad los siguientes documentos: Las 2 hojas del informe identificadas como "Copia para la Universidad", debidamente firmadas.

Si lo desea puede enviar la documentación por correo ordinario a:

Universitat Abat Oliba CEU
Servicio de Gestión Académica
C/ Bellesguard, 30
08022 – BARCELONA

En todo caso, la matrícula queda condicionada a la veracidad de los datos que se consignen en ella, al cumplimiento de los requisitos académicos y al pago completo en la forma y en los plazos establecidos.

El hecho de no pagar la matrícula o alguno de los fraccionamientos en los plazos que establezca la Universitat Abat Oliba comporta la anulación automática de la matricula.

csv: 71164558161564910159791

4.2 Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión

¿Cumple requisitos de acceso según legislación vigente?

Criterios de admisión

4.2 Acceso y admisión

De acuerdo con el artículo 4 de la Ley 20/2003, de 4 de julio, de reconocimiento de la Universitat Abat Oliba CEU, la admisión a los estudios implantados se somete al cumplimiento de los requisitos que establece la normativa vigente para acceder a las enseñanzas universitarias.

La Universitat Abat Oliba CEU regula el sistema de acceso del alumnado a sus centros y vela para que, tanto en la regulación como en la aplicación de esta regulación, se reconozca el derecho de acceso y el de permanencia, observándose los principios de igualdad, mérito y capacidad, sin ningún tipo de discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, disminución física o sensorial, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

La Comisión de Garantía de Calidad es la encargada de revisar, actualizar y, si procede, mejorar la definición del perfil de ingreso y el proceso de admisión de estudiantes. Para ello procede periódicamente al análisis de los marcos de referencia relativos a dichos procesos y al estudio de la situación actual del sistema universitario más próximo, del entorno social y del entorno profesional, considerando su relación con los contenidos de los programas formativos vigentes, proponiendo a la Junta de Gobierno el perfil de ingreso para su debate y aprobación.

La política de admisión de estudiantes es diseñada para que permita admitir alumnos cualificados, tanto desde el punto de vista académico como vocacional. Se enmarca dentro de la política de la Universidad, configurando un plan de promoción y orientación, elaborado con apoyo del Servicio de Información y Promoción, y que debe ser aprobado por la Junta de Gobierno.

El perfil de ingreso, aprobado -o ratificado si no hubiera cambios significativos- por la Junta de Gobierno se publica y difunde por los canales habituales: conferencias, programas de acogida, y otros mecanismos de difusión y publicidad. El responsable del Servicio de Información y Promoción es el encargado de gestionar el Plan de promoción y orientación, es decir, de la difusión de la información relativa a la oferta educativa de la Universidad, y de orientar a los estudiantes potenciales que lo soliciten.

• Solicitud de acceso (Postgrado). Toda persona que desee acceder a los estudios de postgrado ofertados por la UAO deberá formalizar la correspondiente solicitud normalizada. Dicho documento es accesible directamente desde la página web corporativa, o bien pueden solicitarlo tanto del Servicio de Información como del de Admisiones. El período oficial ordinario de solicitud de plaza se inicia el primer día hábil del mes de enero y finaliza el día 15 de septiembre de cada año. Las solicitudes recibidas se registran y archivan por parte del Servicio de Admisiones, encuadernadas por anualidades y su uso posterior se limita estrictamente a cuantificar los datos estadísticos de demanda de plazas reclamados por el sistema universitario.

• Prueba General de Admisión.

La Prueba General de Admisión al Máster Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías se realiza en la fecha acordada con el candidato. Éste puede presentarse a una única convocatoria anual.
Para efectuar la prueba de acceso, los solicitantes deben aportar la documentación que informe sobre los estudios de origen que amparan su derecho de ingreso a la universidad. Ésta se estructura en cuatro partes, ordenadas a valorar la adecuación del candidato al perfil de ingreso en estos estudios:

a) Test de admisión. Tiene por objeto la evaluación de aptitudes y capacidades (de argumentación, de memoria, de expresión y ritmos de aprendizaje). Se compone de una parte general y otra específica para esta titulación. Su contenido es dinámico y se revisa anualmente. En su diseño inicial participó una consultora externa especializada en procesos de selección, que continúa asesorando en su seguimiento técnico. Este apartado será objeto de valoración cuantitativa en relación a las dos partes de que consta, de forma que cada una de ellas tendrá un valor máximo de 5 puntos. La ponderación respecto al total de la prueba es del 25%.

b) Expediente académico de los estudios de origen. Este expediente es objeto de ponderación y valoración en relación con los estudios previos de los candidatos (Licenciados/as y Graduados/as en Ciencias de la Comunicación - Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual-, Ingeniería

de Telecomunicaciones e Informática, Documentación, Economía, Derecho). La valoración total de este apartado se sitúa entre 0 y 10 puntos (según la calificación final de los estudios previos). La ponderación de este apartado respecto al total de la prueba es del 25%.

c) Entrevista personal. Se dirige a valorar la idoneidad del perfil de los candidatos en relación con los estudios realizados, cuya realización compete al responsable de los estudios o persona delegada para ello. Esta persona (siempre un docente vinculado a los estudios) está obligada a realizar un informe a partir de un modelo normalizado único. La entrevista será puntuada por el responsable del programa, de 0 a 10 puntos, en función de la idoneidad y las competencias mostradas por el candidato en el desarrollo de la entrevista, siendo la ponderación de la misma del 25%.

d) Experiencia profesional relacionada con el objeto de estudio del Máster. La experiencia profesional comprende, tanto las prácticas obligatorias o voluntarias en los estudios de origen, como la propia experiencia profesional del candidato. Así, este apartado será objeto de valoración entre 0 y 10 puntos, mientras que la ponderación respecto al total de la prueba es del 25%.

En cualquier caso, la admisión y selección quedará restringida a las plazas ofertadas para el máster, dentro del marco que determine la Universitat Abat Oliba CEU o disposiciones de orden superior. En caso de existir mayor demanda que oferta de plazas, la selección del alumnado se realizará con la media aritmética ponderada de los apartados a)+b)+c)+d), y en caso de producirse un empate en la puntuación de diferentes candidatos para acceder a la última plaza disponible, se atenderá al orden de solicitud de plaza para esta titulación.

• Resolución de solicitudes. Una vez completados y reunidos los cuatro informes que configuran la Prueba General de Admisión, el Servicio de Admisiones elabora una propuesta de resolución sobre la base siguiente:

a) Si los cuatro informes son favorables, es decir, más de 5 puntos en cada uno de ellos, se propone de oficio la admisión.

b) Si tres informes son favorables, la resolución pasa a la Comisión de Admisiones.

b) Si dos informes son favorables, la resolución pasa a la Comisión de Admisiones.

c) Si sólo un informe (o ninguno) es favorable, se propone de oficio la denegación.

La Comisión de Admisiones de postgrados, presidida por el Secretario General y constituida por el Vicerrector de Estudiantes y el Vicerrector de Postgrados, resuelve las solicitudes a partir de las evidencias de los informes de la Prueba General y de acuerdo con el informe ad hoc que se requiere en cada caso al responsable de los estudios solicitados, sin perjuicio que en algunos casos pueda requerirse también informe a profesores de materias determinadas de dichos estudios. La resolución positiva comporta la concesión de la Credencial de Admisión, que es el documento en el que se reconoce el derecho a plaza en unos estudios determinados de la UAO, condicionado siempre a la acreditación de los títulos que dan acceso a la matriculación en dichos estudios. Esta credencial de admisión sólo tendrá validez para el curso académico sobre el que se solicita plaza. La resolución negativa comporta la emisión de la carta denegatoria normalizada, en la que se hace constar la imposibilidad de atender la solicitud por parte de la universidad.

En cualquier caso, la admisión de los candidatos quedará restringida a las plazas ofertadas para el máster, dentro del marco que determine la Universitat Abat Oliba CEU o disposiciones de orden superior. En caso de existir mayor demanda que oferta de plazas, la selección del alumnado se realizará con la media aritmética ponderada de los apartados a)+b)+c)+d), y en caso de que existan dos o más candidatos que hayan obtenido la misma puntuación, el orden de selección para acceder a la última plaza disponible vendrá determinado en base al orden de solicitud de plaza para esta titulación.

• Reserva de plaza y solicitud de beca. En la Credencial de Admisión figura un plazo de tiempo y unas instrucciones para efectuar una reserva de plaza a cuenta del importe final de la matriculación. El abono en tiempo de dicha reserva otorga el derecho a solicitar becas del programa de la Universidad, que se conceden progresivamente de acuerdo con el presupuesto fijado al efecto. En caso de no efectuar dicha reserva en el plazo previsto, la Universidad se reserva el derecho de adjudicar dicha plaza a otros candidatos sucesivos. El abono de la reserva fuera del plazo sólo se admite en caso que los estudios solicitados dispongan de plazas vacantes.

REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

• Vías de acceso: título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster. Asimismo, 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 acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

• Perfil de ingreso recomendado:

-Licenciados (graduados) en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, Relaciones Públicas.

-Ingenieros de carreras tecnológicas y de telecomunicación.

-Licenciados (graduados) en Documentación, Economía, Derecho y carreras en las cuales el impacto de las Nuevas Tecnologías sea esencial.

-Colectivos profesionales afectados por las Nuevas Tecnologías.

• Formación previa específica requerida:

· Superación de la Prueba General de Admisión de Postgrados

. Dada la flexibilidad de los perfiles de entrada al Máster en Comunicación Digital y TIC, y en aras de un aprovechamiento del periodo de formación, detallaremos los procedimientos previstos para identificar posibles déficits formativos. Se establecerá una prueba previa, teórica y práctica, de 2 horas de duración, sobre Introducción a la Sociedadde la Información y el Conocimiento y a Internet, Práctica y análisis de la Comunicación Digital y Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. En función de los resultados, se fijarán acciones -complementos formativos- a llevar a término para situar a los estudiantes en un mínimo nivel de homogenización. Concretamente, establecemos qué asignaturas debe cursar el estudiante según su formación previa:

-Si no supera la prueba de Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet, deberá recibir un complemento de formación sobre Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias y Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

-Si no supera la prueba de Práctica y análisis de la Comunicación Digital, deberá recibir un complemento de formación sobre La creación y la gestión de contenidos en Comunicación, Periodismo y Marketing Digital, Tecnología multimedia para la Comunicación Digital y Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

-Si no supera la prueba de Nuevas Tecnologías aplicadas a la empresa informativa, deberá recibir un complemento de formación sobre La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento y sobre Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad. Se hará virtualmente, al margen de las sesiones convencionales, durante el primer mes de Máster, mediante materiales docentes adaptados.

Si no se superan dos o tres pruebas de las mencionadas, se desestimará la incorporación del estudiante al Máster.

• Criterios de admisión:

· Competencias básicas de argumentación, memoria, expresión y ritmos de aprendizaje, evaluadas en la Prueba General de Admisión de Postgrados.

· Idoneidad del perfil de los candidatos en relación con los estudios realizados.

4.3 Apoyo a Estudiantes

4.3 Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados

Con objeto de facilitar la plena incorporación del alumnado de nuevo ingreso a la institución y a los estudios universitarios elegidos, la Universitat Abat Oliba CEU dispone de un sistema de apoyo y orientación al alumnado.

1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema de apoyo y orientación del alumnado corresponden al Vicerrectorado de Estudiantes, y para su elaboración convoca la Comisión de Acción Tutorial de la Universidad, de la cual forman parte los responsables de los servicios universitarios Postgrados, Atención al Estudiante, Atención Tutorial, Orientación Psicológica y Atención a la Discapacidad, Internacional y, Prácticas y Empleo, así como la dirección de los departamentos de Psicología y de Humanidades de la Universidad.

La gestión del sistema de apoyo y orientación al alumnado corresponde al Servicio de Acción Tutorial, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, que es la unidad responsable de coordinar la participación de los distintos servicios universitarios en los procedimientos previstos por el sistema y de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

2. Contenidos del sistema de apoyo y orientación. El sistema de apoyo y orientación al alumnado se fundamenta en la labor de tutoría, materializada en una determinada acción tutorial y ordenada de acuerdo con el Plan de Acción Tutorial de la Universidad.

• Tutoría: El apoyo y orientación al alumnado en la Universitat Abat Oliba CEU se concibe, de acuerdo con el llamado Modelo Tutorial Globalizador, como una atención continua y permanente del alumnado, que hace el profesorado tutor, en coordinación con el resto de profesorado, con la intención de conocer a fondo y ayudar u orientar personal, académica y profesionalmente a cada alumno en función de sus características, intereses y necesidades personales. De acuerdo con el modelo expuesto, las funciones que asume la tutoría universitaria son:

a) Facilitar el desarrollo personal del alumnado

b) Supervisar el progreso académico del alumnado

c) Dar a conocer entre el alumnado la organización institucional y sus normas

d) Ofrecer al alumnado un referente de confianza y autoridad

e) Gestionar las demandas del alumnado ante la universidad

• Acción tutorial: Es el proceso de ayuda y orientación que lleva a cabo el profesorado tutor para contribuir en el desarrollo integral del alumnado. El contenido de la acción tutorial para el postgrado pretende los siguientes objetivos:

- Facilitar al alumnado el proceso de transición entre la Universidad y el mundo profesional.
- Orientar y supervisar al alumnado en sus prácticas en empresas y entidades externas.
- Tutorizar la elaboración del Trabajo Fin de Máster
- Facilitar al alumnado la conversión en términos de competencias profesionales los aprendizajes académicos.
- Estimular en el alumnado la búsqueda de conocimiento sobre las opciones profesionales.
- Estimular en el alumnado la continuación de su formación y su actualización.
- Estimular en el alumnado la investigación y el acceso a los estudios de tercer ciclo.

• Plan de Acción Tutorial: Es el conjunto de acciones sistemáticas y coordinadas de orientación personal, académica y profesional, diseñadas y planificadas por los tutores, profesores y técnicos con la colaboración de la comunidad universitaria, que tiene por objetivo guiar, supervisar y acompañar al alumno durante sus estudios universitarios de Postgrado, con el objetivo de contribuir a la formación integral del futuro profesional.

3. Procedimientos de apoyo y orientación del alumnado. La implantación del Plan de Atención Tutorial en la Universidad comporta la ejecución de diversos procedimientos:

• Selección del profesorado tutor: La selección del profesorado tutor corresponde al Consejo de Gobierno de la Universidad, a propuesta del Vicerrectorado de Estudiantes, que en todo caso atiende a los siguientes criterios:

- La propuesta debe prever como mínimo un profesor tutor por cada diez alumnos matriculados en cada uno de los estudios de Máster.

- La propuesta debe acreditar la formación recibida por el profesorado para el ejercicio de la función tutorial, así como su experiencia si se da el caso.
- La propuesta debe respetar la igualdad entre las personas y evitar la discriminación.
- La propuesta sólo puede incluir profesorado con dedicación parcial a la Universidad en caso de insuficiente número de profesorado con dedicación completa para cubrir las necesidades del contingente de alumnos.
- La propuesta sólo puede incluir profesorado con encargos de gestión si sus funciones al servicio de la universidad no superan el tercio de su dedicación y la persona interesada manifiesta su disponibilidad para ello.

• Asignación del profesorado tutor: Tras la aprobación de la propuesta anual de profesorado tutor de postgrado, el Vicerrectorado de Estudiantes, en colaboración con los directores de Departamento responsables de cada titulación de postgrado y con el director de la Unidad de Postgrados, procede a resolver la asignación de alumnado a cada profesor tutor previo el inicio de las clases. En este proceso se deben respetar diversas reglas internas:

La función tutorial encomendada a un profesor tutor no puede superar el tercio de su dedicación semanal a la Universidad.

Al alumnado debe asignársele tutores que sean profesores suyos en al menos uno de los dos semestres del curso académico.

Tutores y tutorandos pueden solicitar la revisión de las asignaciones ante el Servicio de Atención Tutorial, acreditando las razones que concurren al caso, y son atendidas si cuentan con el informe favorable del responsable de los estudios.

• Formación del profesorado tutor: El Vicerrectorado de Estudiantes convoca semestralmente el Seminario de Formación y Actualización Tutorial, al que puede acceder todo el profesorado, con independencia de que estén realizando o no funciones tutoriales. El seminario lo coordina el Servicio de Atención Tutorial y se estructura en tres partes:

Exposición del conjunto de normativas que rigen la vida del alumnado universitario, y cuyo conocimiento actualizado corresponde transmitir en la acción tutorial, a cargo del Vicerrector de Estudiantes o persona en quien delegue.

Talleres sobre los contenidos fijados por el Plan de Acción Tutorial para la fase correspondiente del desarrollo académico del alumnado. Su impartición corre a cargo de especialistas coordinados por los responsables de los departamentos de Psicología y de Humanidades, excepto las relacionadas con las tecnologías de la información, que recaen sobre el Servicio Informático de la Universidad.

Sesión de debate sobre la situación actual del desarrollo de la acción tutorial con la participación de tutores, expertos y autoridades académicas acerca de los logros, las dificultades y los retos de la acción tutorial. Este debate actúa de procedimiento de consulta interna para la mejora de la calidad de la acción tutorial y sus aportaciones se incorporan al informe anual que elabora el Servicio de Atención Tutorial de la Universidad.

• Seguimiento de la acción tutorial: El Vicerrectorado de Estudiantes facilita a los tutores el acceso a la aplicación informática de Acción Tutorial en el campus virtual de la Universidad que les permite acceder a toda la información académica de sus tutorandos, disponer de una herramienta de comunicación con estos alumnos y de unos modelos normalizados de fichas e informes que deben mantener actualizados. Los tutores deben cumplimentar un informe de cada tutorando, donde constará el cumplimiento de las visitas, los problemas específicos que cada uno le plantee y cualquier otra circunstancia que permita un seguimiento de los estudios del alumnado.

• Evaluación de la acción tutorial: El Vicerrectorado de Estudiantes, a través del Servicio de Atención Tutorial, presenta anualmente al Consejo de Gobierno de la Universidad un informe de evaluación del seguimiento de la atención tutorial durante el curso. En dicho informe se integran, agrupados siempre por estudios y por fases, los datos cuantitativos proporcionados por la aplicación informática de Acción Tutorial, con los datos cualitativos proporcionados por las encuestas al profesorado tutor y a los tutorandos, obtenidos anualmente por el Servicio de Atención Tutorial. El informe de evaluación anual incorpora, si procede, propuestas de mejora de la calidad en la atención tutorial, que pueden tener naturaleza normativa, organizativa o procedimental.

4. Procedimientos especiales de apoyo y orientación del alumnado. El sistema general de apoyo y orientación al alumnado contempla procedimientos especiales en función de ámbitos determinados:

• Competencias lingüísticas: Tal y como se describe en el sistema de organización de la movilidad del alumnado, el Servicio de Idiomas de la Universidad organiza cursos y talleres especializados en la adquisición de competencias lingüísticas, ya sea para el alumnado extranjero que cursa algún semestre en la Universidad, al que se ofrece un programa de capacitación en lengua española y catalana, como al alumnado propio que se dispone a realizar estancias en universidades extranjeras, al que se ofrece formación

en idioma inglés, italiano y alemán. Para el alumnado en general, además del programa de cursos del servicio de Idiomas, la Universidad pone a disposición el Aula de Autoaprendizaje, que dispone de materiales de formación lingüística tanto en soporte tradicional como en el formato de las nuevas tecnologías de la información, y que permite un progreso individualizado en la adquisición de estas competencias.

• Prácticas externas: Al alumnado se le asigna un tutor de prácticas, quien supervisa y evalúa el rendimiento del tutorando.

• Orientación psicológica y atención a la discapacidad: El Servicio de Orientación Psicológica de la Universidad ofrece al alumnado que lo requiera su asesoramiento psicológico y psicoeducativo para mejorar su rendimiento académico, y colabora con el Servicio de Prácticas y Empleo en el proceso de orientación profesional, atendiendo a aquellos alumnos que manifiesten dificultades especiales a la hora de elegir su futuro profesional.

• Pastoral Universitaria: El Servicio de Pastoral de la Universidad ofrece seminarios sobre determinados aspectos de la teología y espiritualidad católica. También ofrece a toda la comunidad universitaria la posibilidad de asistir a la Eucaristía diaria, así como de ser atendidos por el sacerdote siempre que lo necesiten. Asimismo, se ocupa de la liturgia en la celebración de las fiestas religiosas y organiza actividades culturales

Actividades culturales y deportivas: ampliar los conocimientos estrictamente académicos y adquirir competencias extracurriculares.

• Asistencia técnica: El Servicio Informático de la Universidad ofrece al alumnado y a toda la comunidad universitaria su Unidad de Asistencia al Usuario, que atiende los problemas e incidencias que se presenten con el uso de los ordenadores portátiles que la Universidad pone a disposición de todos sus alumnos matriculados.

4.4 Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos

Reconocimiento de Créditos

	Mínimo	Máximo
Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias	0	9
Cursados en Títulos Propios	0	50
Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	0	5

Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos

N ormativa de Reconocimiento y transferencia de créditos

Acuerdo de 20 de diciembre de 2011, del Consejo de Gobierno de la Universitat Abat Oliba CEU, por el que se aprueba la adaptación de la normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos en los estudios de grado y máster en la Universidad, a lodispuesto por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, tras la reforma operada por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Al objeto de favorecer la movilidad de los estudiantes, tanto a escala nacional como internacional y en el seno de la propia Universitat y, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 6, apartado 1, del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre (BOE núm. 260, de 30 de octubre) la Universitat Abat Oliba CEU adapta su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, para su aplicación en todos sus Centros, recogiendo los criterios generales que sobre el particular establece el Real Decreto mencionado en suversión modificada por Real Decreto 861/2010, de 2 de julio (BOE núm. 161, de 3 de julio).

C A PÍTULO I.- RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

A r tículo 1.- Definición.

El reconocimiento de créditos supone la aceptación por la Universitat de los créditos ECTS que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de laobtención de un título oficial.

Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados enotras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

La experiencia laboral y profesional o la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias, y de cooperación, podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos dela obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

En todo caso, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado y máster.

A r tículo 2.- Del reconocimiento en las enseñanzas universitarias oficiales de máster de los créditos obtenidos en títulos oficiales correspondientes a anteriores ordenaciones.

Para las enseñanzas oficiales de máster, la Universitat puede reconocer créditos a los titulados con arreglo a la anterior ordenación, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos derivados delas enseñanzas cursadas y los previstos en el plan de estudios de las enseñanzas de máster solicitadas.

A r tículo 3.- Del reconocimiento de créditos de otros títulos oficiales a los efectos del acceso a las enseñanzas oficiales de máster.

Cuando se pretenda acceder a las enseñanzas oficiales de máster, por quienes estén en posesión deun título oficial de diplomado, arquitecto técnico o ingeniero técnico, la Universidad podrá exigir una formación adicional necesaria, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos derivados delas enseñanzas cursadas en los planes de estudios de origen y los previstos en el plan de estudios de las enseñanzas del Máster solicitadas.

A r tículo 4.- Del reconocimiento de créditos obtenidos en titulaciones no oficiales, mediante la previa experiencia laboral y profesional, en enseñanzas universitarias no oficiales o por participación en actividades de extensión universitaria.

El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales, no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 porciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.

Así mismo, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico de al menos 6 créditos sobre el total de créditos de la respectiva titulación por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

A r tículo 5.- De los planes de estudios conducentes a la obtención de las titulaciones de carácter oficial.

Las respectivas memorias de los planes de estudios de las enseñanzas de carácter oficial, sometidas a verificación, establecerán los criterios aplicables sobre reconocimiento de créditos a partir de la superación de enseñanzas universitarias oficiales o no oficiales, experiencia profesional o laboral, así como la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación.
El Vicerrector de Ordenación Académica y Posgrado podrá excluir de las memorias sometidas a verificación, aquellos criterios que resulten incompatibles con el proyecto educativo de la Universidad. En todo caso, los órganos competentes de cada Centro adaptarán las tablas de reconocimiento de créditos en las respectivas memorias de verificación.

C A PÍTULO II.- TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

A r tículo 6.-Definición de transferencia.

La transferencia de créditos supone que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, la Universitat Abat Oliba CEU incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en esta u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de untítulo oficial.

A r tículo 7.- Transferencia de créditos.

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 ensu expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo alTítulo, regulado enel Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el quese establece el procedimiento para la expedición por las Universidades del Suplemento Europeo alTítulo.

C A PÍTULO III.- ÓRGANO COMPETENTE Y PLAZOS

A r tículo 8.- Órgano competente y plazos.

El órgano encargado del reconocimiento de créditos será el Decano de la Facultad. Su resolución será comunicada al alumno por la Secretaría Académica de la Universidad.

La Facultad podrá establecer anualmente plazos de solicitud de reconocimiento de créditos con elfin de ordenar el proceso a los periodos de matrícula anual.

D I SPOSICIÓN FINAL

La facultad de interpretación de la presente normativa de Reconocimiento y Transferencia de créditos es competencia exclusiva del Consejo de Gobierno de la Universitat Abat Oliba CEU.

4.4.1 Documento asociado al Título Propio

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

UNIVERSITAT ABAT OLIBA CEU

MEMORIA

MÁSTER EN PERIODISMO, COMUNICACIÓN DIGITAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

csv: 627144671304055612811159

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DENOMINACIÓN

Máster Universitario en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías por la Universitat Abat Oliba CEU

1.2. UNIVERSIDAD SOLICITANTE Y CENTRO, DEPARTAMENTO O INSTITUTO RESPONSABLE DEL PROGRAMA

• **Nombre de la Universidad:** Universitat Abat Oliba CEU
• **CIF:** G63095848
• **Centro, Departamento o Instituto responsable del título:** Facultad de Ciencias Sociales

• **Representante legal de la Universidad:**
1º Apellido: Pérez
2º Apellido: del Valle
Nombre: Carlos
NIF: 22.541.394 - Z
Cargo que ocupa: Rector

• **Responsable del título:**
1º Apellido: Fondevila
2º Apellido: Gascón
Nombre: Joan Francesc
NIF: 39186237X

• **Dirección a efectos de notificación**
Correo electrónico: secretariageneral@uao.es
Dirección postal: Bellesguard 30
Código postal: 08022
Población: Barcelona
Provincia: Barcelona
CC.AA.: Cataluña
FAX: 934 189 380
Teléfono: 932 540 900

1.3. TIPO DE ENSEÑANZA

Presencial

1.4. NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS

• **Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el primer año de implantación: 25**
• **Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el segundo año de implantación: 25**

1.5. NÚMERO DE CRÉDITOS DE MATRÍCULA POR ESTUDIANTE Y PERÍODO LECTIVO Y REQUISITOS DE MATRICULACIÓN

• **Número de créditos del título: 60**
• **Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo y, en su caso, normas de permanencia**: **20**
• **Normas de permanencia:**

csv: 627144671304055612811 59

NORMAS GENERALES DE PERMANENCIA EN LOS ESTUDIOS DE MÁSTER DE LA UAO

- El alumnado de los másteres de la UAO está obligado a superar el 100% de dichos créditos en un máximo de tres cursos académicos, atendiendo de este modo a quienes cursen estudios a tiempo parcial.
- Asimismo, para poder presentar el Trabajo Fin de Máster el alumnado está obligado a superar previamente el resto de los créditos de la titulación.

1.6. RESTO DE INFORMACIÓN NECESARIA PARA LA EXPEDICIÓN DEL SUPLEMENTO EUROPEO AL TÍTULO DE ACUERDO CON LA NORMATIVA VIGENTE

• **Rama de conocimiento**: Ciencias Sociales y Jurídicas
• **Naturaleza de la institución que ha conferido el título:** Institución Privada (fundación privada)
• **Naturaleza del centro universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios:** Centro propio de la Universidad.
• **Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título:** diversas, relacionadas con la comunicación y la tecnología
• **Lengua(s) utilizadas a lo largo del proceso formativo:** castellano, catalán e inglés

csv: 627144671304055612811159

2. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO

2.1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO, ARGUMENTANDO EL INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO O PROFESIONAL DEL MISMO

El Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías está diseñado para preparar personas con objetivos compatibles entre sí: la incorporación de los estudiantes a la investigación universitaria; el desarrollo de su trayectoria profesional en el ámbito del periodismo digital, la tecnología de la información y la comunicación y la creación de contenidos en el marco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

El marco epistemológico de la Sociedad de la Información y el Conocimiento entroniza la relación indisociable entre el periodismo y los medios de comunicación (cada vez más digitalizados) y las tecnologías de la información y la comunicación, cuyo desarrollo se aceleró en la segunda mitad del siglo XX. El periodismo digital, el periodismo móvil y otras variantes se convierten en eje de alimentación de los contenidos digitales, que la Unión Europea considera esenciales en las políticas públicas presentes y futuras (así lo refrendan proyectos y documentos como los de Delors, Bangemann, eEurope…). Las empresas informativas también están experimentando un proceso de convergencia con la tecnología y las telecomunicaciones que aporta una singularidad necesaria a este Máster. Por tanto, es fundamental analizar las interacciones y los impactos entre estas materias y las transformaciones que afectan a nuestra sociedad. Buena parte de los nuevos yacimientos laborales pivotan sobre un binomio que cabalga exponencialmente.

El Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías es interesante y pertinente académica, profesional y científicamente. Experiencias anteriores de la universidad impartiendo títulos de características similares así lo reflejan. Igualmente, hemos llevado a cabo un estudio de demanda potencial del título, entre estudiantes y empresas del sector, y se percibe interés para la sociedad, teniendo en cuenta la evolución tecnológica, el crecimiento del sector y el hecho de tratarse de un yacimiento de nueva ocupación muy claro. Diversos documentos europeos (Reding) así lo corroboran.

Hay que tener en cuenta que la tendencia del mercado digital y comunicativo es a un crecimiento exponencial (Leyes de Gilder o Metcalfe), que afecta a la cadena de valor de las empresas del sector comunicativo y multimedia, sean periodísticas, publicitarias, de relaciones públicas o de comunicación audiovisual, y que transversalmente impacta en todos los sectores productivos digitalizables, que son la mayoría. Por ello, ha aumentado la demanda de profesionales creadores de contenidos y con habilidades tecnológicas. La pluridisciplinariedad está consolidándose en el ámbito de la comunicación y la sociedad digital, y las empresas incluyen en sus áreas de mando y de negocio a especialistas en estrategia y comunicación digital. La promoción del ecosistema Internet entre los parámetros básicos de cualquier empresa dibuja un panorama esperanzador para los especialistas en periodismo, comunicación digital y nuevas tecnologías.

No es extraño, por tanto, que, en este contexto de aumento de la demanda laboral y social, el Periodismo y las Ciencias de la Información y la Comunicación estén despuntando como áreas de conocimiento científico en un proceso de crecimiento, amén de ser de las más aplicables y necesarias en un ámbito empresarial casi completamente digitalizado. El concepto de Sociedad de la Información y el Conocimiento se ha consolidado. Las aplicaciones digitales enriquecen el Estado del Bienestar (*e-learning* o *e-health*) y el ámbito de negocio (*e-business*: *e-commerce* o *e-banking*). El objetivo último, consistente en una sociedad potencialmente pandigitalizada, en la que la mayor parte de tareas habituales se puedan llevar a cabo de forma virtual, libera tiempo al profesional (que puede exprimir aún más su talento y trabaja sobre todo por objetivos) y colabora en la sostenibilidad (menos contaminación a raíz de la disminución en la cantidad de desplazamientos). Para que este modelo funcione, es necesario que las administraciones públicas, las empresas y las asociaciones se doten de profesionales especialistas en la creación de contenidos y hábiles en el uso de las tecnologías disponibles.

csv: 627144671304055612811159

El profesional del conocimiento debe dominar, por tanto, los contenidos y la tecnología. En cuanto a los contenidos, debe conocer las estrategias del periodismo digital (fórmulas de creación de contenidos, parámetros como la hipertextualidad, la interactividad, la multilinealidad, la temporalidad o el multimedia, fuentes de información, nuevos géneros periodísticos, beneficios de la mediamorfosis) y las opciones de convergencia con otras opciones digitales (telefonía móvil, televisión digital terrestre, radio, cable o satélite), teniendo en cuenta que están creándose conglomerados multimedia que permiten readaptar y rentabilizar la creación de contenidos e incrementar sensiblemente la productividad en el sector. Las incalculables posibilidades que ofrece Internet para alimentar esa rentabilidad empresarial están impulsando estrategias como las de posicionamiento, que han impulsado figuras como el SEO (*Search Enghien Optimization*) o el SEM (*Search Engine Marketing*), cometidos que tras cursar este Máster se podrán llevar a cabo con acierto. Igualmente, la gestión de conocimiento adquiere una nueva dimensión.

En referencia a la infraestructura tecnológica, es esencial conocer los principales tipos de redes de banda ancha, que determinarán el grado de velocidad de descarga y subida de contenidos: por cable físico (como las tecnologías xDSL, HFC, FTTx, o incluso novedades como el PLC, que utiliza la red eléctrica) o por ondas (WiMAX, UWB, LMDS, MMDS…). La dinámica externalizadora en el almacenamiento de contenidos (el *cloud computing* parece una tendencia irrefrenable, junto al *Software as a Service* o las *Unified Communications*) y la rapidez y caudal de banda ancha (*streaming*) que requieren las dinámicas de mercado exigen un conocimiento y un dominio de las herramientas tecnológicas que generan un valor añadido inestimable.

El estudio previo de perfil interesado en el Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías arroja unos datos esclarecedores. Así, hallamos básicamente cuatro colectivos interesados:

-Licenciados (graduados) en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, Relaciones Públicas.
-Ingenieros de carreras tecnológicas y de telecomunicación.
-Licenciados (graduados) en Documentación, Economía, Derecho y carreras en las cuales el impacto de las TIC sea esencial.
-Colectivos profesionales afectados por la Nuevas Tecnologías.

Por tanto, la utilidad, el interés y la aplicabilidad social y laboral de este Máster son indiscutibles, y se adaptan a las líneas de investigación de la Universitat Abat Oliba, que analizan el reto de la comunicación digital. A los estudiantes se les proporcionarán los conocimientos fundamentales para la comprensión crítica del relieve del periodismo digital y la tecnología en el entorno de la sociedad de la información y el conocimiento y de los cambios que comporta para la empresa comunicativa. Además, se aportará una formación de vanguardia relativa a la creación de contenidos digitales y a la vertiente tecnológica y científica del periodismo digital.

En el Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías pretendemos asegurar la adquisición de las capacidades técnicas y metodológicas necesarias para dirigir un medio de comunicación digital o una empresa digital, convertirse en creador de contenidos digitales, asesor o especialista en la materia, iniciar una actividad de investigación sobre periodismo digital y nuevas tecnologías o desarrollar la actividad profesional en el sector digital.

2.2. REFERENTES EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD PROPONENTE QUE AVALEN LA ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA A CRITERIOS NACIONALES O INTERNACIONALES PARA TÍTULOS DE SIMILARES CARACTERÍSTICAS ACADÉMICAS

El Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías encaja perfectamente con los diversos referentes externos consultados. Así, enlaza armoniosamente con los planes de estudios de universidades españolas, europeas, de otros países o internacionales de calidad o

csv: 627144671304055612811159

interés contrastado y con los títulos del catálogo vigentes a la entrada en vigor de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.
Otro referente son los Libros Blancos del Programa de Convergencia Europea de ANECA (http://www.aneca.es). Los Libros Blancos muestran el resultado del trabajo llevado a cabo por una red de universidades españolas, apoyadas por la ANECA, con el objetivo explícito de realizar estudios y supuestos prácticos útiles en el diseño de un título de máster adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Informes de colegios profesionales o asociaciones nacionales, europeas, de otros países o internacionales, y documentos relativos a los procedimientos de reconocimiento de las actuales atribuciones publicadas por los correspondientes ministerios y colegios profesionales, reflejan la necesidad de profundizar en la materia que exponemos.
Referencias a los contenidos aquí expuestos aparecen también en el proyecto de investigación 'El Profesional Flexible en la Sociedad del Conocimiento: Nuevas Exigencias en la Educación Superior en Europa' (REFLEX), una iniciativa que forma parte del 6º Programa Marco de la Unión Europea (Contrato No: CIT2-CT-2004-506-352) y que ofrece datos comparativos de hasta trece de los países europeos que han colaborado en el proyecto: Italia, Francia, Austria, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Finlandia, Noruega, Republica Checa, Suiza, Bélgica, Estonia y España.
La gestión y coordinación del proyecto en ámbito europeo se ha llevado a cabo por el Research Centre for Education and the Labour Market de la Universidad de Maastricht. En España el proyecto se ha gestionado en colaboración entre la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y el Centro de Estudios en Gestión de la Educación Superior de la Universidad Politécnica de Valencia (CEGES), y ha contado con la participación de 48 universidades españolas y, especialmente, de las Comunidades Autónomas de Andalucía y Castilla y León.
El proyecto REFLEX pretende responder a tres cuestiones generales e interrelacionadas: ¿qué competencias requieren los graduados en educación superior para integrarse en la sociedad del conocimiento?; ¿qué papel desempeñan las universidades en el desarrollo de dichas competencias?; ¿cuál es el grado de consecución de las expectativas de los graduados con sus trabajos y de qué forma pueden resolverse los desajustes entre sus expectativas y las características de su trabajo?
Las competencias requeridas por el mercado laboral de los distintos países europeos son muy semejantes y pivotan sobre el contenido del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías. No existen grandes diferencias entre las competencias requeridas en los puestos de trabajo españoles y la media del resto de países de la muestra. Los mercados laborales se han unificado mucho antes que los propios sistemas educativos. Las competencias que prioritariamente son requeridas son las del puesto de trabajo (Capacidad para hacerse entender, Capacidad para usar el tiempo de forma efectiva, Capacidad para trabajar en equipo y Capacidad para rendir bajo presión) y las que no se necesitan tanto en tal puesto (Capacidad para escribir y hablar en idiomas extranjeros, Conocimientos de otras áreas o disciplinas y Capacidad para detectar nuevas oportunidades).
Sobre la contribución de una carrera a la adquisición de competencias, los titulados señalan Capacidad para adquirir con rapidez nuevos conocimientos, Capacidad para trabajar en equipo, Capacidad para redactar informes o documentos, Pensamiento analítico y Dominio de su área o disciplina.

En el Libro Blanco "Títulos de Grado en Comunicación" de la ANECA aparecen algunos de los perfiles que se podrán especializar gracias al Máster aquí expuesto. Así, aparecen diversos perfiles profesionales. Los perfiles en la titulación de PERIODISMO son los que siguen:

-Redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte

Profesional del periodismo en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico que desarrolla su actividad mediante los géneros creando contenidos periodísticos. Comprende las tareas de redactor, reportero, presentador y director de uno o de varios de ellos, incluido el diseño, escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia.

-Redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional

Profesional de un gabinete de prensa o comunicación de una institución pública o privada para coordinar o ejecutar cuantos trabajos de carácter informativo o comunicativo necesite la entidad.

csv: 627144671304055612811159

-Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación

Especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, capacitado para las tareas de asesoría, consultoría y mediación. Docente en las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

-Gestor/a de portales y editor/a de contenidos

Profesional en la redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas.

-Especialista en el tratamiento, la gestión y la edición de todo tipo de contenidos por medio de sistemas preferentemente digitales.

Los perfiles de COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL son los siguientes:

-Director/a y realizador/a audiovisual

Profesional especializado en labores de dirección-realización en los distintos medios audiovisuales: cinematográfico, televisivo, videográfico, publicitario, radiofónico, de infografía y multimedia, con conocimientos de los procesos técnicos y artísticos. Es un profesional polivalente capacitado para poner en escena un proyecto según un guión o escaleta, el plan de trabajo y ajustado a un presupuesto previo. Está capacitado para llevar a cabo la dirección de actores en productos de ficción audiovisual así como la de los presentadores y artistas en los programas de televisión. También es el responsable de la estética audiovisual en sus diferentes soportes, así como más concretamente de la escenografía.

-Productor/a y gestor/a audiovisual

Es el profesional que diseña, planifica, optimiza y organiza los recursos humanos, medios técnicos y presupuestarios con el fin de producir obras audiovisuales en sus diversos formatos: cine, radio, TV, entornos digitales interactivos o multimedia desde su desarrollo hasta su acabado final y su posterior comercialización. Se encuentra capacitado para dirigir y gestionar una empresa de producción audiovisual, pudiendo además desarrollar su actividad como consultor e investigador de empresas y mercados audiovisuales. Es experto en distribución, programación y exhibición de producciones audiovisuales y especialista en compraventa de productos audiovisuales en los sectores profesionales y de consumo. Se ocupa de la gestión y dirección empresarial audiovisual: financiera, comercial, fiscal, de personal o general, para la creación de empresas audiovisuales y difusión de su contenido. Conoce las fuentes de financiación y los programas de ayuda al audiovisual en el ámbito estatal y europeo.

-Guión audiovisual

Profesional responsable de la elaboración de contenidos para escaletas, argumentos, tratamientos, diálogos y guiones de producciones audiovisuales en diferentes formatos (ficción, documental, entretenimiento etc.) y soportes (cine, video, TV, radio, multimedia), así como consultor externo y analista de guiones y proyectos audiovisuales.

-Diseño de producción y postproducción visual y sonora

Este profesional es experto en el diseño de todos los aspectos vinculados al sonido, a la imagen y al grafismo, en las diversas fases de la producción audiovisual: preproducción, producción y postproducción. Su perfil profesional también abarca los entornos interactivos para la creación de producciones orientadas a Internet, videojuegos y otros materiales interactivos destinados a la industria y a la formación en general.

Para la Titulación de PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, los perfiles son los que siguen:

-Director/a de comunicación, investigador/a y consultor/a estratégico en publicidad y relaciones públicas.

csv: 627144671304055612811159

Profesionales que ejercen su actividad desde el ámbito de las organizaciones o bien desde la agencia de publicidad o de relaciones públicas y similares (cuentas y planificación estratégica, por ejemplo) o desde la empresa consultora.
Responsables del área de comunicación, director de publicidad y de relaciones públicas, de un organismo o empresa, que establecen contacto con los diversos públicos potenciales, tanto internos como externos, así como de la planificación, gestión y control del plan de comunicación anual. Los investigadores y/o consultores estratégicos identifican el papel específico que ha de jugar la comunicación en cada organización y en las acciones de mercadotecnia. En ambos casos, definen las estrategias de comunicación de acuerdo con los objetivos de los emisores. Planifican tanto las investigaciones *ad hoc* necesarias para llegar a definir los ejes fundamentales de la campaña como el desarrollo e implantación de las propias campañas que supervisan, ejecutan y/o controlan. Para ello cuentan con su conocimiento de los mercados y de las herramientas de comunicación, monitorización y control. Impartir formación en comunicación e investigar y formar docentes e investigadores para todos los niveles del sistema educativo.

-Investigadores/as, Planificadores/as y Compradores de medios.

Estos profesionales planifican la idoneidad y características de los soportes para la difusión de las campañas de comunicación, así como el control y seguimiento de la audiencia de dichos medios y su eficacia, de acuerdo con los objetivos de comunicación definidos, con el fin de llegar a un público objetivo a través de los medios convencionales y no convencionales, mediante la adquisición y creación de espacios y soportes en las mejores condiciones posibles.

-Creativo/a y diseñador/a

Profesional especializado en creatividad publicitaria en todo tipo de soportes, desde la conceptualización y visualización de la idea publicitaria hasta su adecuación e integración en los distintos medios. Se puede identificar las especialidades de: director creativo, director de arte, redactor y webmaster (creatividad de la estructura de la Web). La tarea de ejecutar hasta el arte final y controlar la producción física de los soportes corresponde a los expertos en producción y tráfico.

-Gestor/a de comunicación corporativa

Profesional responsable de la gestión estratégica de la imagen y de la comunicación corporativa, tanto en su naturaleza intangible (identidad visual, comunicación y cultura corporativa) como en sus interrelaciones funcionales (financiera, comercial, de producción, etc.), y de establecer diálogos constructivos con los diferentes públicos relevantes de la empresa, internos y externos.
También se ocupa de la reputación corporativa, en función del grado de cumplimiento de sus compromisos en relación con los públicos implicados.

Temáticamente cada perfil profesional se subdivide en cuatro bloques:

i) Conocimientos disciplinares (saber)
ii) Competencias profesionales (saber hacer)
iii) Competencias académicas
iv) Otras competencias específicas

Referencias al periodismo y las nuevas tecnologías también aparecen en los "Subject Benchmark Statements" de la Agencia de Calidad Universitaria británica (QAA-Quality Assurance Agency for Higher Education) y las propuestas de las asociaciones pertenecientes a la asociación americana Council for Higher Education Accreditation (CHEA): http://www.chea.org/default.asp, amén de redes temáticas europeas o proyectos específicos: http://www.unideusto.org/tuning/, http://ec.europa.eu/education/programmes/socrates/tnp/index_en.html

Como referentes nacionales e internacionales, hallamos diversos:

-Máster en Periodismo Digital. http://www.ipecc.net/index.php?Seccion=Periodismo

csv: 627144671304055612811159

-Màster oficial de Societat de la Informació i el Coneixement http://www.uoc.edu/estudis/mofs/societat_informacio/presentacio/index.html
-Master en Gestión de las Tecnologías de la Información-http://beslasalle.salleurl.edu/Master-en-Gestion-de-las-Tecnologias-de-la-Informacion-2443_19.html?p=36BdqaayOd0djVUdSI7v&ze=UPv5PChnK6ZkYx3FplLK&a=5n924Q2uwCl1w0bcF6yX
-Máster en Periodismo y Comunicación Digital http://www.iup.es/esl/formacion-iup/masters/periodismo-y-comunicacion-digital
-Máster Universitario en Comunicación Multimedia de orientación profesional impartido en colaboración por la Universidad CEU San Pablo y TRACORhttp://www.postgrado.uspceu.es/pages/comunicacion_internet/presentacion.html?ID_M=12

2.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS Y EXTERNOS UTILIZADOS POR LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

La ejecución del sistema de consultas que se expone a continuación está disponible y documentada como mecanismo de acreditación para cualquier evaluador externo.

SISTEMA DE CONSULTA INTERNA Y EXTERNA

1. Organización. La Comisión de Titulación es la responsable de coordinar el proceso de consulta para la elaboración del plan de estudios. Esta Comisión está presidida por la persona responsable de los estudios y formada por los coordinadores de las materias, a la cual asisten un representante de la Unidad de Calidad y el director del centro. La Comisión de Titulación puede crear subcomisiones específicas que incorporen representantes de diferentes colectivos, tanto internos como externos, sobre los cuales incide el diseño del plan de estudios.

2. Fuentes de consulta. En el procedimiento de consulta interna y externa para la elaboración del plan de estudios del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías, la Comisión de Titulación ha obtenido informes de los siguientes colectivos de ámbito interno:
• Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios
• Servicios universitarios afectados por la programación
• Consejo Académico y Consejo Asesor
• Antiguos alumnos de titulaciones afines

Asimismo, ha obtenido los informes de los siguientes colectivos de ámbito externo:
• Empleadores de referencia
• Tutores de prácticas de titulaciones afines
• Profesionales de prestigio afines al perfil propuesto

3. Objeto de la consulta. La Comisión de Titulación ha sometido a consulta cada uno de los siguientes puntos relativos al plan docente:
• Justificación del título
• Perfil de formación partiendo de la definición de las competencias generales y específicas
• Prácticas

4. Metodología de la consulta. Para la obtención de evidencias, y siguiendo la Tabla de Relación de Consultas de la Universidad, que establece la relación entre el objeto de la consulta, la fuente de información y el método utilizado, la Comisión de Titulación ha procedido con distintos métodos de consulta de acuerdo con el colectivo consultado y con la información que se pretendía obtener.
• Informes o estudios
• Cuestionarios
• Consultas
Consultas
• Debates o mesas redondas
• Seminarios o jornadas, talleres
• Convenios

csv: 627144671304055612811159

5. Informe de los resultados. Una vez finalizado el proceso de consulta interna y externa, el presidente de la Comisión de Titulación elaboró un informe donde figuran los resultados analizados y valorados en el marco de la propuesta del nuevo plan de estudios. Teniendo en cuenta este informe, la Comisión de Titulación ha elaborado el diseño de plan de estudios.

6. Proceso de aprobación. La Comisión de Titulación presenta el anteproyecto de plan de estudios al Consejo de Gobierno, y una vez aprobada la propuesta, se eleva a Patronato.

OBJETO DE LA CONSULTA		FUENTE	METODOLOGÍA
1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO	Interés académico del título	Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios	Informes o estudios Debates o mesas redondas Seminarios o jornadas, talleres
		Servicios universitarios afectados por la programación	Cuestionarios
		Consejo Académico y Consejo Asesor	Informes o estudios
		Antiguos alumnos de titulaciones afines	Cuestionarios
		Profesionales de prestigio afines al perfil propuesto	Informes o estudios
	Interés científico o profesional del título	Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios	Informes o estudios Debates o mesas redondas Seminarios o jornadas, talleres
		Servicios universitarios afectados por la programación	Cuestionarios
		Consejo Académico y Consejo Asesor	Informes o estudios
		Antiguos alumnos de titulaciones afines	Cuestionarios
		Profesionales de prestigio afines al perfil propuesto	Informes o estudios
2.	Competencias generales y específicas	Profesorado de las áreas de conocimiento presentes en el proyecto de estudios	Informes o estudios Debates o mesas redondas Seminarios o jornadas, talleres
3. PRÁCTICAS	Prácticas internas y externas	Servicios universitarios afectados por la programación	Informes o estudios
		Empleadores de referencia	Informes o estudios
		Tutores de prácticas de titulaciones afines	Informes o estudios

csv: 627144671304055612811159

3. OBJETIVOS

3.1. COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR EL ESTUDIANTE

Definición de los objetivos generales del título. La Universitat Abat Oliba CEU, a través de este Máster, pretende proporcionar los conocimientos fundamentales para la comprensión crítica del relieve del periodismo y la comunicación digital y la tecnología en el entorno de la sociedad de la información y el conocimiento y los cambios que comporta para la empresa comunicativa; proporcionar una formación de vanguardia relativa a la creación de contenidos y a la vertiente tecnológica y científica del periodismo y comunicación digital; y asegurar la adquisición de las capacidades técnicas y metodológicas necesarias para dirigir un medio de comunicación digital, convertirse en creador de contenidos digitales, asesor o especialista en la materia o bien iniciar actividad de investigación sobre periodismo y comunicación digital y nuevas tecnologías ella o para desarrollar actividad profesional en el sector.

Así, el Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías de la Universitat Abat Oliba CEU tiene como **objetivo final formar** a futuros profesionales del periodismo digital, la comunicación y la tecnología.

De este objetivo final se derivan los siguientes objetivos generales de aprendizaje:

OB 1 – Conocer los fundamentos y contenidos básicos de periodismo y comunicación digital y nuevas tecnologías aplicables (Objetivo sobre conocimiento de los fundamentos y contenidos genéricos previos a los específicos del Máster)
OB 2 - Conocer los contenidos teóricos y prácticos básicos de periodismo y comunicación digital y nuevas tecnologías aplicables (Objetivo sobre conocimiento de los contenidos teóricos y prácticos de las disciplinas específicas del Máster)
OB 3 - Conocer los hábitos de comportamiento moral en el ejercicio profesional del periodismo y comunicación digital y nuevas tecnologías aplicables (Objetivo sobre hábitos de comportamiento moral en el ejercicio profesional vinculado al Máster)
OB 4 - Conocer las habilidades técnicas básicas de periodismo y comunicación digital y nuevas tecnologías aplicables (Objetivo sobre habilidades técnicas, aplicadas a cada ámbito específico del Máster)
OB 5 – Actualizar conocimientos sobre periodismo y comunicación digital y nuevas tecnologías aplicables (Objetivo sobre actualización de conocimientos y habilidades)
OB 6 – Adquirir hábitos de investigación que permitan innovar en el campo del periodismo y comunicación digital y nuevas tecnologías aplicables (Objetivo sobre hábitos de investigación, que permitan realizar aportaciones novedosas relacionadas con los contenidos del Máster)

• **Competencias básicas.** Según el Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, el anexo I establece para las enseñanzas de Máster las siguientes competencias básicas:

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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.

csv: 62714467130405561281159

Teniendo en cuenta estas competencias básicas, el Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías de la Universitat Abat Oliba CEU contempla que el alumnado adquiera un total de 4 competencias, una vez terminada su formación, caracterizadas todas ellas por la orientación de especialización académica y/o profesional propia del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías.

• **Competencias generales.** De acuerdo con los objetivos generales expuestos y las competencias básicas, a continuación se definen las competencias generales (transversales) que debe adquirir el alumno al concluir sus estudios con el objeto de acreditar sistemáticamente su coherencia con los objetivos generales de dicho título:

1. Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con el Periodismo y la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías
2. Capacidad de resolución de estos problemas nuevos, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital.
3. Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas.
4. Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados, mediante la elaboración de argumentaciones éticas que tengan en cuenta la dignidad personal común a todos los hombres y mujeres, así como su apertura a la relación interpersonal y a la convivencia social en orden a la paz y el bien común.
5. Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades, mediante la elaboración y presentación de documentos de diferente índole, particularmente informes y presentaciones para el público.
6. Capacidad de los estudiantes de poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo, mediante la elaboración tutorizada y defensa ante tribunal de un trabajo final de máster.

• **Competencias específicas.** Y de acuerdo con los objetivos generales expuestos y las competencias básicas y generales, se definen a continuación las competencias específicas que debe adquirir el alumno al concluir sus estudios con el objeto de acreditar sistemáticamente su coherencia con los objetivos generales de dicho título:

7. Conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
8. Capacidad de usar la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital
9. Capacidad para integrar los conocimientos y las novedades sobre géneros periodísticos digitales
10. Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas utilizando fuentes de información y el derecho aplicable al Periodismo y la Comunicación digital y las nuevas tecnologías.
11. Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
12. Capacidad para crear una empresa informativa
13. Capacidad para analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital
14. Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
15. Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos

• **Correspondencia entre los objetivos generales del título y las competencias que debe adquirir el alumnado al concluir sus estudios: básicas (RD 1393/2007), generales y específicas:**

Objetivos generales	**Competencias**		
	Básicas	**Generales**	**Específicas**
OB 1 - ***Fundamentos***	CB 2	CG 3	CE 7 CE 8
*OB 2 -****Objetivos teóricos y prácticos específicos***	CB 1	CG 1	CE 8

csv: 627144671304055612811159

	CB 2	CG 3	CE 9 CE 11 CE 13
OB 3 - ***Hábitos morales***	CB 1 CB 2	CG 1 CG 4	CE 10 CE 12
OB 4 - ***Habilidades técnicas***	CB 3 CB 4	CG 2 CG 5 CG 6	CE 8 CE 9 CE 14 CE 15
OB 5 -***Actualización de conocimientos***	CB 1 CB 4	CG 1 CG 6	CE 11 CE 13
OB 6 - ***Investigación***	CB 1 CB 2 CB 3 CB 4	CG 1 CG 2 CG 3 CG 5 CG 6	CE 11 CE 13

csv: 627144671304055612811159

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRICULACIÓN Y PROCEDIMIENTOS ACCESIBLES DE ACOGIDA Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO PARA FACILITAR SU INCORPORACIÓN A LA UNIVERSIDAD Y TITULACIÓN

SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA EL ACCESO

Con objeto de garantizar el derecho de acceso, la UAO hace pública la información sobre la oferta de estudios a través del Sistema accesible de Información previa a la matriculación. Dicho sistema de información incluye en su publicidad los procedimientos, contenidos y criterios de admisión a la Universidad.

1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema accesible de información al alumnado de nuevo ingreso corresponden a la Secretaría General de la Universidad, y para su elaboración convoca la Comisión de Información y Promoción de la Universidad, de la cual forman parte los responsables de los servicios universitarios de Información, Admisiones y Gestión Académica. La gestión del sistema accesible de información para el acceso corresponde al Servicio de Información y Promoción. Esta unidad es la encargada de proporcionar la información y orientación necesaria a los futuros estudiantes interesados en acceder a la Universidad, de ejecutar todas las acciones de promoción pública, y de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

2. Contenidos del proceso. La información proporcionada a los estudiantes de nuevo ingreso incluye las vías de acceso prioritarias, así como el perfil de ingreso recomendado para cada una de las titulaciones. Para el Máster en Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías es la siguiente información:
• ***Vías de acceso al Máster en*** **Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías***:* título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster. Asimismo, 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 equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

• ***Perfil de ingreso recomendado para el acceso al Máster en*** Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías:

-Licenciados (graduados) en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, Relaciones Públicas.

-Ingenieros de carreras tecnológicas y de telecomunicación.

-Licenciados (graduados) en Documentación, Economía, Derecho y carreras en las cuales el impacto de las TIC sea esencial.

-Colectivos profesionales afectados por la Nuevas Tecnologías.

3. Procedimientos. La UAO articula la información y orientación previa a la matriculación de los estudiantes a través de dos procedimientos:
• ***Información personal.*** Se trata de información personalizada orientada a los estudiantes que deseen acceder a los estudios de postgrado ofertados por la Universidad, mediante entrevistas personales con un equipo de profesionales especializados y con profesores de las titulaciones sobre las cuales manifiesta interés el candidato.
• ***Información colectiva****.* Asimismo, la UAO organiza y/o participa en los siguientes actos de carácter colectivo, con los que desea dar a conocer de manera específica cada una de las titulaciones que se imparten en la Universidad:

csv: 627144671304055612811159

a) Jornadas de Puertas Abiertas con objeto de que los candidatos conozcan personalmente la UAO.
b) Asistencia a las principales ferias y certámenes públicos de formación en Cataluña, en poblaciones como Barcelona, Girona, Manresa, Tàrrega, Valls y Vic.

4. Mecanismos de información. Los mecanismos de difusión que utiliza la UAO para informar a los potenciales estudiantes de nuevo ingreso son los que se detallan a continuación:
● ***Medios de difusión personales.*** Se trata de los siguientes medios y soportes de comunicación de carácter personal:
a) Desarrollo y mantenimiento de una página web explicativa de las características de las titulaciones y de las actividades informativas que se llevan a cabo.
b) Presencia en los principales buscadores y portales de formación en Internet.
c) Desarrollo de soportes informativos con las características de los programas formativos, tanto gráficos como multimedia.
● ***Medios de difusión colectivos.*** Consiste en los siguientes medios y soportes de comunicación, ya utilizados actualmente, y que proporcionan una información de carácter general, a los alumnos interesados:
a) Inserciones publicitarias en la prensa diaria, informando sobre el calendario de matriculación, así como de las fechas de las Jornadas de Puertas Abiertas.
b) Desarrollo de soportes informativos de las características de los programas académicos, tanto gráficos como multimedia.
c) Inserciones publicitarias en medios de transporte.

SISTEMA DE ORGANIZACIÓN DE LA ACOGIDA Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE POSTGRADO DE NUEVO INGRESO

Con objeto de facilitar la plena incorporación del alumnado de postgrado de nuevo ingreso a la institución y a los estudios universitarios elegidos, la UAO dispone de un sistema de organización para su acogida y orientación. Este sistema se destina a la atención del alumnado ordinario de nuevo ingreso, siendo el alumnado proveniente de los programas de movilidad objeto de un sistema específico de atención a su llegada (véase el apartado 5.2 de la memoria). Este sistema es general, pero en la presente memoria se aplica de forma específica al alumnado del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías.

1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema de organización de la acogida y orientación del alumnado de nuevo ingreso corresponden al Vicerrectorado de Estudiantes, y para su elaboración convoca la Comisión de Acogida y Orientación de la Universidad, de la cual forman parte el coordinador del vicedecano del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías, los responsables de los servicios universitarios de Información, Admisiones, Estudiantes, Gestión Académica, Idiomas, Biblioteca e Informática. La gestión del sistema de organización de la acogida y orientación del alumnado de nuevo ingreso corresponde al Servicio de Estudiantes, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, que es la unidad responsable de coordinar la participación de los distintos servicios universitarios en los procedimientos previstos por el sistema de organización. Esta unidad es la encargada de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

2. Procedimientos. El sistema de organización de la acogida y la orientación de nuevo alumnado se articula en los procedimientos concretos que conforman las Jornadas de Acogida y Orientación de la Universidad.
● ***Convocatoria.*** El Vicerrectorado de Estudiantes, a través del Servicio de Información, convoca una Jornada de Acogida y Orientación del nuevo alumnado específica para cada Máster.
● ***Destinatarios.*** Son convocados a las Jornadas todos los solicitantes de plaza a los que se haya concedido la credencial de admisión a la Universidad y efectuado la preceptiva reserva de plaza, con independencia de que hayan formalizado o no la matrícula en el momento de la convocatoria. En todo caso, la asistencia a las Jornadas es obligatoria.
● ***Información.*** La convocatoria se hace efectiva por carta y por correo electrónico, y la información sobre el contenido y la organización de las Jornadas también se encuentra disponible en la página *web* de la Universidad, en los servicios de Información, Admisiones, Estudiantes y Gestión Académica, así como en la Secretaría de Vicerrectorado de Estudiantes.
● ***Contenido.*** Las Jornadas de Acogida y Orientación de la Universidad se componen de una sucesión de actividades y sesiones:

csv: 627144671304055612811 59

a) Recepción: el Servicio de Información recibe a los nuevos alumnos en la entrada del Aula Magna y les hace entrega del programa de las Jornadas y de la documentación con la normativa universitaria.
b) Bienvenida institucional: las autoridades académicas de la Universidad dan la bienvenida a todos los nuevos alumnos reunidos en el Salón de Grados. Ordinariamente, el Rector realiza el discurso de salutación institucional, el Secretario General introduce los principales aspectos normativos del régimen académico, y el Vicerrector de Estudiantes expone la organización de la Jornada y sus objetivos.
c) Sesión informativa sobre los estudios del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías: tras la bienvenida, el nuevo alumnado recibe una sesión informativa de una hora aproximada de duración, a cargo del profesorado responsable del Máster, en la que se exponen: los objetivos generales del título, contenidos del plan de estudios, la metodología de enseñanza y aprendizaje, el sistema de evaluación, el régimen de permanencia y progreso en los estudios, el nivel requerido de lengua extranjera, la atención tutorial, y la organización del centro y las competencias de los órganos académicos.
d) Sesión informativa sobre los servicios universitarios: a continuación, los responsables de los servicios universitarios presentan al nuevo alumnado del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías, a lo largo de una hora aproximada de duración, la información sobre: los recursos digitales y de información disponibles en el Servicio de Biblioteca, así como la normativa para su uso y consulta, a cargo de la persona responsable del servicio, la oferta de actividades deportivas universitarias y sus características a cargo de la persona responsable del servicio, la programación de la oferta de formación lingüística organizada por el Servicio de Idiomas, los protocolos de atención e información al alumnado del servicio de Estudiantes, con especial referencia al programa de ayudas al estudio, y la normativa de usos de los espacios universitarios y los mecanismos de seguridad, a cargo del responsable de Administración y Servicios de la Universidad.
e) Sesión de presentación de los tutores asignados a cada nuevo alumno por estudios e itinerarios académicos. Los tutores informan del calendario de tutorías, horario de atención y ubicación de su despacho en el campus.
f) Sesión de formación sobre el uso de la herramienta informática de apoyo a la docencia, el campus virtual, a cargo del Servicio Informático.
g) Pruebas de nivel en competencias lingüísticas: con carácter general, se realizan unas pruebas de nivel de lengua inglesa, a cargo del Servicio de Idiomas, y de lengua española y catalana, a cargo del Departamento de Humanidades. Los resultados de estas pruebas permiten planificar sistemas complementarios de refuerzo.

4.2. ACCESO Y ADMISIÓN

SISTEMA GENERAL DE ACCESO A LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO

De acuerdo con el artículo 4 de la Ley 20/2003, de 4 de julio, de reconocimiento de la Universitat Abat Oliba CEU, la admisión a los estudios implantados se somete al cumplimiento de los requisitos que establece la normativa vigente para acceder a las enseñanzas universitarias.
La Universitat Abat Oliba CEU regula el sistema de acceso del alumnado a sus centros y vela para que, tanto en la regulación como en la aplicación de esta regulación, se reconozca el derecho de acceso y el de permanencia, observándose los principios de igualdad, mérito y capacidad, sin ningún tipo de discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, disminución física o sensorial, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.
1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema de acceso al alumnado de nuevo ingreso corresponden a la Secretaría General de la Universidad, y para su elaboración convoca la *Comisión de Acceso a la Universidad*, de la cual forman parte los responsables de los servicios universitarios de Información, Admisiones y Gestión Académica.
La gestión del sistema de acceso del alumnado de nuevo ingreso corresponde al *Servicio de Admisiones*, dependiente de la Secretaría General de la Universidad. Esta unidad es la encargada de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad, así como los informes estadísticos oficiales para la Administración.
2. Procedimientos. Con objeto de garantizar el derecho de acceso, la Universitat Abat Oliba CEU hace pública la información sobre la oferta de estudios a través del Sistema accesible de Información previa a la matriculación. Dicho sistema de información incluye en su publicidad los procedimientos, contenidos y criterios de admisión a la Universidad (véase apartado 4.1).
● ***Solicitud de acceso***. Toda persona que desee acceder a los estudios de postgrado ofertados por la UAO deberá formalizar la correspondiente solicitud normalizada. Dicho documento es

csv: 627144671304055612811159

accesible directamente desde la página web corporativa, o bien pueden solicitarlo tanto del Servicio de Información como del de Admisiones. El período oficial ordinario de solicitud de plaza se inicia el primer día hábil del mes de enero y finaliza el día 31 de julio de cada año. Está previsto que los másteres comiencen ordinariamente en octubre. Las solicitudes recibidas se registran y archivan por parte del Servicio de Admisiones, encuadernadas por anualidades y su uso posterior se limita estrictamente a cuantificar los datos estadísticos de demanda de plazas reclamados por el sistema universitario.

● ***Prueba General de Admisión***. La Prueba General de Admisión al Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías se realiza en la fecha acordada con el candidato. Éste puede presentarse a una única convocatoria anual. Para efectuar la prueba de acceso, los solicitantes deben aportar la documentación que informe sobre los estudios de origen que amparan su derecho de ingreso a la universidad, así como la acreditación del abono de la tasa correspondiente a la prueba. Ésta se estructura en tres partes, ordenadas a valorar la adecuación del candidato al perfil de ingreso en los estudios solicitados:

a) El test de admisión tiene por objeto la evaluación de aptitudes y capacidades (de argumentación, de memoria, de expresión y ritmos de aprendizaje). Su contenido es dinámico y se revisa anualmente a la vista de los resultados obtenidos por los alumnos admitidos en el primer curso. En su diseño inicial, elaborado el año 2003, participó una consultora externa especializada en procesos de selección, que continúa asesorando en su seguimiento técnico.

b) La entrevista personal se dirige a valorar la idoneidad del perfil de los candidatos en relación con los estudios realizados, cuya realización compete al responsable de los estudios o persona delegada para ello. Esta persona (siempre un docente vinculado a los estudios) está obligada a realizar un informe a partir de un modelo normalizado único.

c) El expediente académico de los estudios de origen del candidato es objeto de ponderación y valoración en relación con las materias consideradas básicas para los estudios elegidos.

● ***Resolución de solicitudes***. Una vez completados y reunidos los tres informes que configuran la Prueba General de Admisión, el Servicio de Admisiones elabora una propuesta de resolución sobre la base siguiente:

a) Si los tres informes son favorables, se propone de oficio la admisión.

b) Si dos informes son favorables, la resolución pasa a la Comisión de Admisiones.

c) Si sólo un informe (o ninguno) es favorable, se propone de oficio la denegación.

La *Comisión de Admisiones*, presidida por el Secretario General y constituida por el Vicerrector de Estudiantes y el Vicerrector de Postgrados, resuelve las solicitudes a partir de las evidencias de los informes de la Prueba General y de acuerdo con el informe *ad hoc* que se requiere en cada caso al responsable de los estudios solicitados, sin perjuicio que en algunos casos pueda requerirse también informe a profesores de materias determinadas de dichos estudios. La resolución positiva comporta la concesión de la Credencial de Admisión, que es el documento en el que se reconoce el derecho a plaza en unos estudios determinados de la UAO, condicionado siempre a la acreditación de los títulos que dan acceso a la matriculación en dichos estudios. La resolución negativa comporta la emisión de la carta denegatoria normalizada, en la que se hace constar la imposibilidad de atender la solicitud por parte de la universidad.

● ***Reserva de plaza y solicitud de beca***. En la Credencial de Admisión figura un plazo de tiempo y unas instrucciones para efectuar una reserva de plaza a cuenta del importe final de la matriculación. El abono en tiempo de dicha reserva otorga el derecho a solicitar becas del programa de la Universidad, que se conceden progresivamente de acuerdo con el presupuesto fijado al efecto. En caso de no efectuar dicha reserva en el plazo previsto, la Universidad se reserva el derecho de adjudicar dicha plaza a otros candidatos sucesivos. El abono de la reserva fuera del plazo sólo se admite en caso que los estudios solicitados dispongan de plazas vacantes.

3. Regímenes especiales.

En virtud de los compromisos institucionales y laborales de la Universidad, están exentos de realizar la Prueba General de Admisión los solicitantes siguientes:

• Graduados de la Universitat Abat Oliba CEU, de la Universidad San Pablo CEU o de la Universidad Cardenal Herrera CEU.

• Graduados empleados de la Universitat Abat Oliba CEU, de acuerdo con el vigente convenio colectivo laboral.

La concesión de la admisión a unos estudios de Postgrado de estos colectivos queda en todo caso sometida a la existencia de plazas vacantes en el momento de resolución de sus solicitudes.

4.3. SISTEMAS DE APOYO Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES UNA VEZ MATRICULADOS

csv: 627144671304055612811159

Con objeto de facilitar la plena incorporación del alumnado de nuevo ingreso a la institución y a los estudios universitarios elegidos, la Universitat Abat Oliba CEU dispone de un sistema de organización para su acogida y orientación. Este sistema se destina a la atención del alumnado ordinario de nuevo ingreso, siendo el alumnado proveniente de los programas de movilidad objeto de un sistema específico de atención a su llegada (véase el apartado 5.2 de la memoria).

1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema de apoyo y orientación del alumnado corresponden al Vicerrectorado de Estudiantes, y para su elaboración convoca la C*omisión de Acción Tutorial de la Universidad*, de la cual forman parte los responsables de los servicios universitarios de Atención Tutorial, Orientación Psicológica, y Prácticas y Empleo, así como la dirección de los departamentos de Psicología y de Humanidades de la Universidad.
La gestión del sistema de apoyo y orientación al alumnado corresponde al Servicio de Acción Tutorial, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, que es la unidad responsable de coordinar la participación de los distintos servicios universitarios en los procedimientos previstos por el sistema y de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

2. Contenidos del sistema de apoyo y orientación. El sistema de apoyo y orientación al alumnado se fundamenta en la labor de tutoría, materializada en una determinada acción tutorial y ordenada de acuerdo con el Plan de Acción Tutorial de la Universidad.
● ***Tutoría:*** El apoyo y orientación al alumnado en la Universitat Abat Oliba CEU se concibe, de acuerdo con el llamado *Modelo Tutorial Globalizador*, como una atención continua y permanente del alumnado, que hace el profesorado tutor, en coordinación con el resto de profesorado, con la intención de conocer a fondo y ayudar u orientar personal, académica y profesionalmente a cada alumno en función de sus características, intereses y necesidades personales. De acuerdo con el modelo expuesto, las funciones que asume la tutoría universitaria son:
a) Facilitar el desarrollo personal del alumnado
b) Supervisar el progreso académico del alumnado
c) Dar a conocer entre el alumnado la organización institucional y sus normas
d) Ofrecer al alumnado un referente de confianza y autoridad
e) Gestionar las demandas del alumnado ante la universidad
● ***Acción tutorial****:* Es el proceso de ayuda y orientación que lleva a cabo el profesorado tutor para contribuir en el desarrollo integral del alumnado. El contenido de la acción tutorial para el postgrado pretende los siguientes objetivos:

- Facilitar al alumnado el proceso de transición entre la Universidad y el mundo profesional.
- Orientar y supervisar al alumnado en sus prácticas en empresas y entidades externas.
- Tutorizar la elaboración del Trabajo Fin de Máster
- Facilitar al alumnado la conversión en términos de competencias profesionales los aprendizajes académicos.
- Estimular en el alumnado la búsqueda de conocimiento sobre las opciones profesionales.
- Estimular en el alumnado la continuación de su formación y su actualización.
- Estimular en el alumnado la investigación y el acceso a los estudios de tercer ciclo.

● ***Plan de Acción Tutorial****:* Es el conjunto de acciones sistemáticas y coordinadas de orientación personal, académica y profesional, diseñadas y planificadas por los tutores, profesores y técnicos con la colaboración de la comunidad universitaria, que tiene por objetivo guiar, supervisar y acompañar al alumno durante sus estudios universitarios, con el objetivo de contribuir a la formación integral del futuro profesional.

3. Procedimientos de apoyo y orientación del alumnado. La implantación del Plan de Atención Tutorial en la Universidad comporta la ejecución de diversos procedimientos:
● ***Selección del profesorado tutor:*** La selección del profesorado tutor corresponde al Consejo de Gobierno de la Universidad, a propuesta del Vicerrectorado de Estudiantes, que en todo caso atiende a los siguientes criterios:

- La propuesta debe prever como mínimo un profesor tutor por cada diez alumnos matriculados en cada uno de los estudios de máster.
- La propuesta debe acreditar la formación recibida por el profesorado para el ejercicio de la función tutorial, así como su experiencia si se da el caso.
- La propuesta debe respetar la igualdad entre las personas y evitar la discriminación.
- La propuesta sólo puede incluir profesorado con dedicación parcial a la Universidad en caso de insuficiente número de profesorado con dedicación completa para cubrir las necesidades del contingente de alumnos.

csv: 627144671304055612811159

- La propuesta sólo puede incluir profesorado con encargos de gestión si sus funciones al servicio de la universidad no superan el tercio de su dedicación y la persona interesada manifiesta su disponibilidad para ello.

● ***Asignación del profesorado tutor**:* Tras la aprobación de la propuesta anual de profesorado tutor de postgrado, que se planifica ordinariamente para el mes de mayo, el Vicerrectorado de Estudiantes, en colaboración con los directores académicos de cada programa, procede a resolver la asignación de alumnado a cada profesor tutor durante el mes de julio. En este proceso se deben respetar diversas reglas internas:

- La función tutorial encomendada a un profesor tutor no puede superar el tercio de su dedicación semanal a la Universidad.
- Al alumnado de primer curso debe asignársele tutores que sean profesores suyos en al menos uno de los dos semestres del curso académico.
- Al alumnado de los restantes cursos debe asignársele tutores que sean profesores en sus estudios de al menos una materia del plan de estudios.
- Tutores y tutorandos pueden solicitar la revisión de las asignaciones ante el Servicio de Atención Tutorial, acreditando las razones que concurren al caso, y son atendidas si cuentan con el informe favorable del responsable de los estudios.

● ***Formación del profesorado tutor**:* El Vicerrectorado de Estudiantes convoca semestralmente el Seminario de Formación y Actualización Tutorial, al que puede acceder todo el profesorado, con independencia de que estén realizando o no funciones tutoriales. El seminario lo coordina el Servicio de Atención Tutorial y se estructura en tres partes:

- Exposición del conjunto de normativas que rigen la vida del alumnado universitario, y cuyo conocimiento actualizado corresponde transmitir en la acción tutorial, a cargo del Vicerrector de Estudiantes o persona en quien delegue.
- Talleres sobre los contenidos fijados por el Plan de Acción Tutorial para la fase correspondiente del desarrollo académico del alumnado. Su impartición corre a cargo de especialistas coordinados por los responsables de los departamentos de Psicología y de Humanidades, excepto las relacionadas con las tecnologías de la información, que recaen sobre el Servicio Informático de la Universidad.
- Sesión de debate sobre la situación actual del desarrollo de la acción tutorial con la participación de tutores, expertos y autoridades académicas acerca de los logros, las dificultades y los retos de la acción tutorial. Este debate actúa de procedimiento de consulta interna para la mejora de la calidad de la acción tutorial y sus aportaciones se incorporan al informe anual que elabora el Servicio de Atención Tutorial de la Universidad.

● ***Seguimiento de la acción tutorial**:* El Vicerrectorado de Estudiantes facilita a los tutores el acceso a la aplicación informática de Acción Tutorial en el campus virtual de la Universidad que les permite acceder a toda la información académica de sus tutorandos, disponer de una herramienta de comunicación con estos alumnos y de unos modelos normalizados de fichas e informes que deben mantener actualizados. Los tutores deben abrir una ficha a cada tutorando, donde constará el cumplimiento de las visitas, los problemas específicos que cada uno le plantee y cualquier otra circunstancia que permita un seguimiento de los estudios del alumnado.

● ***Evaluación de la acción tutorial:*** El Vicerrectorado de Estudiantes, a través del Servicio de Atención Tutorial, presenta anualmente al Consejo de Gobierno de la Universidad un informe de evaluación del seguimiento de la atención tutorial durante el curso. En dicho informe se integran, agrupados siempre por estudios y por fases, los datos cuantitativos proporcionados por la aplicación informática de Acción Tutorial, con los datos cualitativos proporcionados por las encuestas al profesorado tutor y a los tutorandos, obtenidos anualmente por el Servicio de Atención Tutorial. El informe de evaluación anual incorpora, si procede, propuestas de mejora de la calidad en la atención tutorial, que pueden tener naturaleza normativa, organizativa o procedimental.

4. Procedimientos especiales de apoyo y orientación del alumnado. El sistema general de apoyo y orientación al alumnado contempla procedimientos especiales en función de ámbitos determinados:

● ***Competencias lingüísticas**:* Tal y como se describe en el sistema de organización de la movilidad del alumnado (apartado 5.2), el Servicio de Idiomas de la Universidad organiza cursos y talleres especializados en la adquisición de competencias lingüísticas, ya sea para el alumnado extranjero que cursa algún semestre en la Universidad, al que se ofrece un programa de capacitación en lengua española y catalana, como al alumnado propio que se dispone a realizar estancias en universidades extranjeras, al que se ofrece formación en idioma inglés, francés y alemán. Para el alumnado en general, además del programa de cursos del servicio de Idiomas, la

csv: 627144671304055612811159

Universidad pone a disposición el Aula de Autoaprendizaje, que dispone de materiales de formación lingüística tanto en soporte tradicional como en el formato de las nuevas tecnologías de la información, y que permite un progreso individualizado en la adquisición de estas competencias.

● ***Prácticas externas:*** Al alumnado se le asigna un tutor de prácticas internas y otro de externas, perteneciente a la entidad receptora del alumno. El régimen normativo y los procedimientos de garantía de la calidad de las prácticas externas se detallan en el apartado 9.3 de la presente memoria.

● ***Orientación psicológica:*** El Servicio de Orientación Psicológica de la Universidad ofrece al alumnado que lo requiera su asesoramiento psicológico y psicoeducativo para mejorar su rendimiento académico, y colabora con el Servicio de Prácticas y Empleo en el proceso de orientación profesional, atendiendo a aquellos alumnos que manifiesten dificultades especiales a la hora de elegir su futuro profesional.

● ***Pastoral Universitaria:*** El Servicio de Pastoral de la Universidad ofrece seminarios sobre determinados aspectos de la teología y espiritualidad católica. También ofrece a toda la comunidad universitaria la posibilidad de asistir a la Eucaristía diaria, así como de ser atendidos por el sacerdote siempre que lo necesiten. Asimismo, se ocupa de la liturgia en la celebración de las fiestas religiosas y organiza actividades culturales

● ***Asistencia técnica:*** El Servicio Informático de la Universidad ofrece al alumnado y a toda la comunidad universitaria su Unidad de Asistencia al Usuario, que atiende los problemas e incidencias que se presenten con el uso de los ordenadores portátiles que la Universidad pone a disposición de todos sus alumnos matriculados.

4.4. TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS: SISTEMA PROPUESTO POR LA UNIVERSIDAD

En cumplimiento del artículo 13 del RD 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, la UAO ordena su sistema de transferencia y reconocimiento de créditos con objeto de hacer efectiva la movilidad de los estudiantes, tanto dentro del territorio nacional como fuera de él, con sujeción a los criterios generales que sobre el particular se establecen en ese Real Decreto.

1. Órgano responsable. El diseño y la regulación del sistema de transferencia y reconocimiento de créditos corresponden a la Secretaría General, y para su elaboración convoca la *Comisión de Transferencia y Reconocimiento de Créditos* de la Universidad, de la cual forman parte los decanos y directores de centros, los directores académicos de cada uno de los programas implantados, y la persona responsable del Servicio de Gestión Académica, que actúa de secretario de la comisión.

El *Servicio de Gestión Académica* es la unidad responsable de asegurar la publicidad de la normativa del cumplimiento de los procedimientos previstos en la normativa. Esta unidad es la encargada de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

2. Contenidos del sistema de transferencias y reconocimientos. El sistema de transferencia y reconocimiento de créditos de la Universidad contempla los siguientes contenidos:

● ***Reconocimiento de créditos****:* aceptación por parte de la Universidad de los créditos obtenidos por el alumnado en estudios oficiales cursados en la propia universidad o en una tercera, que pasan a ser computados en el expediente del programa que corresponda a efectos de la obtención del título oficial.

● ***Transferencia de créditos:*** incorporación en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada alumno de la totalidad de créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

3. Procedimiento para el reconocimiento de créditos

● ***Solicitud:*** puede presentarla todo alumno admitido en la Universidad ante el Servicio de Gestión Académica durante los períodos oficiales de matriculación de cada curso, aportando la documentación acreditativa correspondiente.

● ***Resolución:*** se someten a criterios y procedimientos diferentes según sean los créditos afectados por la solicitud. Se resuelven positivamente de oficio las solicitudes cuyo reconocimiento se encuentra previsto en convenios de cooperación subscritos por la Universidad con instituciones terceras, o en el propio plan de estudios.

csv: 627144671304055612811159

● ***Incorporación:*** el Servicio de Gestión Académica comunica la resolución de la solicitud a los interesados, los cuales pueden presentar alegaciones que son resueltas por la Secretaría General de acuerdo con el informe de la Dirección del centro de implantación de los estudios. Una vez resueltas las alegaciones, el reconocimiento se incorpora al expediente académico del alumnado.

4. Procedimiento para la transferencia de créditos
● ***Solicitud:*** puede presentarse ante el Servicio de Gestión Académica en cualquier momento de los estudios del alumnado, aportando la documentación acreditativa correspondiente.
● ***Resolución****:* las solicitudes de transferencia de créditos se resuelven de acuerdo con el informe preceptivo del director académico del Máster.
● ***Incorporación:*** el Servicio de Gestión Académica comunica la resolución de la solicitud a los interesados, los cuales pueden presentar alegaciones, que son resueltas por la Secretaría General de acuerdo con el informe de la Dirección del centro de implantación de los estudios. Una vez resueltas las alegaciones, se incorporan en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada alumno de la totalidad de créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

4.5. CONFIDENCIALIDAD DE DATOS

Los datos de carácter personal confiados a la Universitat Abat Oliba CEU son confidenciales y se recaban e incorporan a ficheros manuales e informatizados para permitir el desarrollo de sus sistemas de acceso y admisión de estudiantes. El tratamiento y uso de dichos datos se ajusta a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y demás normativa aplicable. Se mantienen actualizados aunque el usuario responde, en cualquier caso, de la veracidad de los datos facilitados. Toda persona que desee ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición sólo tiene que solicitarlo a la Universitat Abat Oliba CEU llamando al teléfono número 93 254 09 00, al fax número 93 418 93 80 ó bien dirigiéndose a la siguiente dirección postal: calle Bellesguard, nº30, 08022 Barcelona).

csv: 627144671304055612811159

5. PLANIFICACIÓN DE LA ENSEÑANZA

5.1. ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

1. Explicación general de la planificación del plan de estudios.

● ***Descripción de la estructura del plan de estudios:*** El plan de estudios del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías ha quedado estructurado en 3 módulos. La estructura y secuencia temporal es la siguiente:

Módulo 1: Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 ects)
- Panorama mundial del Periodismo y la Comunicación Digital: realidad y tendencias
- La Comunicación y el Periodismo digital: adaptación multimedia
- Herramientas tecnológicas del Periodismo y la Comunicación Digital

Módulo II: Práctica y análisis del Periodismo y la Comunicación Digital (20 ects)
- Tecnología multimedia para el Periodismo y la Comunicación Digital
- Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma
- La creación y la gestión de contenidos en Comunicación y Periodismo Digital
- El hombre máquina y la virtualización: ventajas e inconvenientes del entorno digital

Módulo III: Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas al Periodismo (15 ects)
- La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento
- Las tendencias tecnológicas en el campo de la Sociedad de la Información
- Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad

Módulo IV: Trabajo final de investigación y practicum (10 ECTS)
-Trabajo final de máster (10 ECTS)

● ***Itinerarios formativos:*** El Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías diseñado por la Universitat Abat Oliba CEU no prevé itinerarios formativos.
● ***Coherencia del plan de estudios:*** Todo el plan de estudios se ha organizado de forma coherente, atendiendo a las competencias ya expuestas requeridas de cara al alumnado y a la dedicación de éste.
● ***Mecanismos de coordinación docente con los que cuenta el título:*** El Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías tiene prevista su implantación en la Facultad de Ciencias Sociales de la UAO. El Vicerrectorado de Postgrados es el órgano unipersonal responsable de la coordinación docente de todos los estudios de postgrado allí implantados. Esta competencia genera al titular del Vicerrectorado atribuciones sobre la coordinación de:
- Calendarios: de convocatoria de juntas de centro, de comisiones de evaluación o de revisión de calificaciones, así como de tribunales de trabajos de fin de Máster.
- Horarios: de ordenación horaria de las clases ordinarias y de actividades lectivas en general.
- Actividades: de ordenación en tiempo y espacio de convocatorias de eventos académicos y actividades del alumnado.
- Espacios: de disposición de aulario y demás equipamientos docentes por parte de los diferentes programas.
- Formación transversal: de seguimiento de las materias básicas y comunes integradas en más de un programa implantado en el centro.

Por otra parte, la Dirección Académica del programa es el órgano unipersonal responsable de la coordinación docente del título. Esta competencia genera al titular del órgano atribuciones sobre la coordinación de:
- La acción docente: seguimiento del cumplimiento del plan de estudios y de los procedimientos previstos en el sistema interno de garantía de la calidad.
- La acción tutorial: seguimiento del cumplimiento del plan de acción tutorial entre el alumnado de la titulación.

csv: 627144671304055612811159

- Las prácticas externas: seguimiento del desarrollo de los procesos vinculados a las prácticas externas del alumnado de la titulación.
- Los trabajos fin de máster: organización del proceso de asignación de trabajos y tutores y de las convocatorias de defensa pública.
- Las iniciativas del alumnado: gestión de las actividades académicas vinculadas a los estudios por iniciativa del alumnado.
- La relación con personas y entidades externas a la Universidad vinculadas a los estudios en razón de su especialidad por acuerdos y convenios.

La Comisión del Programa es el órgano colegiado de participación en la coordinación docente del título a lo largo de los distintos cursos (coordinación vertical). De acuerdo con la organización docente prevista en el sistema interno de garantía de la calidad, esta comisión la forman el director del programa, el representante de la unidad de calidad de la Universidad, el profesorado responsable de cada módulo o materia del programa, el representante del alumnado del programa, y los representantes de los estamentos sociales con derecho de participación otorgado en virtud del correspondiente convenio con la Universidad.
Finalmente, cada materia del programa que incluya más de un docente, ya sea por corresponderles diferentes asignaturas o actividades formativas, se organiza como equipo docente; éste, coordinado por el profesor titular de la materia, que lo representa en la Comisión del Programa, se reúne periódicamente para programar la materia, coordinar las diferentes actividades formativas y de evaluación, realizar un seguimiento del aprendizaje de los alumnos, etc. El campus virtual de la UAO permite la existencia de un espacio común para el equipo docente que posibilite el intercambio frecuente de información, documentos, avisos, calificaciones, etc.

● ***Requisitos especiales y normas de permanencia:***

- El alumnado de los másteres de la UAO está obligado a superar el 100% de dichos créditos en un máximo de tres cursos académicos, atendiendo de este modo a quienes cursen estudios a tiempo parcial.
- Asimismo, para poder presentar el Trabajo Fin de Máster el alumnado está obligado a superar previamente el resto de los créditos de la titulación.

• ***Metodología docente:*** Las actividades formativas son los medios a utilizar en orden al logro de los objetivos específicos que se proponen alcanzar. En las distintas materias que constituyen el plan de estudios del Máster se programan actividades formativas, diversas en función de las competencias a cuya adquisición estén orientadas, de acuerdo con la siguiente tipología:

- ***Clases magistrales:*** Actividad formativa ordenada preferentemente a la competencia de adquisición de conocimiento. Metodológicamente prioriza la transmisión de conocimientos por parte del profesor, exigiendo al alumno la preparación previa o el estudio posterior.
- ***Seminarios:*** Actividad formativa ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para 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. Metodológicamente prioriza la participación en común de los alumnos en la interpretación razonada de los conocimientos y de las fuentes del área de estudio, a partir de la coordinación del profesor. Se corresponde con la segunda competencia básica tipificada por el RD 1393/2007 en su anexo.
- ***Talleres:*** Actividad formativa ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para 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. Metodológicamente prioriza la realización por parte del alumno de las actividades prácticas ordenadas a la transmisión eficaz de información. Se corresponde con la tercera competencia básica tipificada por el RD 1393/2007 en su anexo.
- ***Prácticas:*** Actividad formativa ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para aplicar los conocimientos adquiridos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares). Metodológicamente prioriza la realización por parte del alumno de las actividades prácticas que supongan la aplicación de los conocimientos teóricos (laboratorios, trabajos de campo, prácticas tuteladas, prácticas regladas, prácticas asistenciales, etc.). Se corresponde con la primera competencia básica tipificada por el RD 1393/2007 en su anexo.
- ***Trabajos de síntesis:*** Actividad formativa ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes de poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar

csv: 627144671304055612811159

estudiando en el ámbito de la gestión administrativa de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. Metodológicamente prioriza el aprendizaje autónomo por parte del alumno. Se corresponde con la cuarta competencia básica tipificada por el RD 1393/2007 en su anexo.

• ***Evaluación de las competencias que debe adquirir el alumnado al concluir sus estudios:*** El sistema de evaluación vigente en la UAO contempla las siguientes tipologías de actividades evaluativas a utilizar en orden a constatar la adquisición de las competencias:

- **DISERTACIÓN (DS):** Actividad de evaluación consistente en la presentación preferentemente oral de ponencias en seminarios o talleres
- **EXAMEN ESCRITO (EX):** Actividad de evaluación consistente en la realización de test, preguntas breves, preguntas de desarrollo, ejercicios, problemas, supuestos o casos
- **EXAMEN ORAL (OR):** Actividad de evaluación consistente en la respuesta a preguntas breves en el aula, la participación activa en discusiones de seminario o taller, y la respuesta a preguntas orales de desarrollo
- **ENSAYOS (EN):** Actividad de evaluación consistente en la presentación escrita de ensayos, reseñas, proyectos de investigación, informes o dictámenes
- **PRÁCTICAS (PR):** Actividad de evaluación consistente en la realización pública de simulaciones, ejercitaciones, trabajos de campo
- **SISTEMAS DE AUTOEVALUACIÓN (SA):** Actividad de evaluación consistente en la realización de cuestionarios de autoevaluación

2. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

• Materias obligatorias: 50 ECTS
• Materias optativas: 0 ECTS
• Prácticas externas (si se incluyen): 0 ECTS
• Trabajo de fin de Máster: 10 ECTS

3. Ordenación del plan de estudios

- Las asignaturas son en todo momento de 5 ECTS o múltiplo de 5
- Se establecen posibles títulos propios a partir de la ordenación del máster:
  - cursos de formación especializada de 15 ECTS: Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet; Práctica y análisis del Periodismo Digital; Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas al Periodismo
  - y postgrados de 30 ECTS (la suma de dos módulos de los anteriores, combinables como se desee)
- El TFM es obligatorio. El nº de créditos es de 10 ECTS.

MATERIA 1 Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet		**carácter**	**semestre**	**15 ECTS**
Asignatura 1.1	Panorama mundial del Periodismo y la Comunicación Digital: realidad y tendencias	Obligatoria	1	5 ECTS
Asignatura 1.2	La Comunicación y el Periodismo digital: adaptación multimedia	Obligatoria	1	5 ECTS
Asignatura 1.3	Herramientas tecnológicas del Periodismo y la Comunicación Digital	Obligatoria	1	5 ECTS
MATERIA 2 Práctica y análisis del Periodismo y la Comunicación Digital				**20 ECTS**
Asignatura 2.1	Tecnología multimedia para el Periodismo y la Comunicación Digital	Obligatoria	1	5 ECTS
Asignatura 2.2	Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma	Obligatoria	1	5 ECTS
Asignatura 2.3	La creación y la gestión de contenidos en Comunicación y Periodismo Digital	Obligatoria	1	5 ECTS
Asignatura 2.4	El hombre máquina y la virtualización: ventajas e inconvenientes del entorno digital	Obligatoria	2	5 ECTS
MATERIA 3 Nuevas Tecnologías Aplicadas al Periodismo y a la empresa informativa				**15 ECTS**

csv: 627144671304055612811159

Asignatura 3.1	La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento	Obligatoria	2	5 ECTS
Asignatura 3.2	Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información	Obligatoria	2	5 ECTS
Asignatura 3.3	Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad	Obligatoria	2	5 ECTS
TRABAJO FIN DE MÁSTER				**10 ECTS**
Asignatura 4	Trabajo Fin de Máster	Obligatoria	2	10 ECTS

5.2. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA MOVILIDAD DE ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

SISTEMA DE ORGANIZACIÓN DE LA MOVILIDAD DEL ALUMNADO

La Universitat Abat Oliba CEU asigna a la movilidad la misión de promover entre su alumnado el intercambio de conocimiento, la incorporación de referentes innovadores y, en general, la apertura de la comunidad universitaria al entorno exterior. Por otro lado, el intercambio universitario refuerza sin duda alguna la acción institucional de fomento sobre el aprendizaje de lenguas, hecho éste que redunda tanto en beneficio del proyecto educativo, pues le permite redimensionar y repensar sus contenidos y métodos, como de la promoción en materia de cooperación educativa, objetivo éste que forma parte insoslayable de la misión de la Universidad.
A partir de estas premisas, la Universidad impulsa la movilidad de su propio alumnado a través de los programas específicos de intercambio, y la acogida de alumnado ajeno, para lo cual publicita en su página *web*, de forma actualizada y trilingüe, la información institucional (organización, funcionamiento, normativas, etc.); y la información de todas las titulaciones que ofrece la Universidad, con la descripción detallada de las materias y sus programas, así como una información básica sobre la ciudad y la cultura del país que puede guiar al alumnado en su elección.

1. Órgano responsable. La gestión del sistema de organización de la movilidad del alumnado corresponde al Servicio de Relaciones Internacionales, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, que la realiza de forma centralizada a través de su Oficina de Programas Internacionales (OPI), unidad encargada específicamente de convocar y gestionar anualmente el Programa *Lifelong Learning* y los Convenios Bilaterales de Intercambio.
La OPI es la responsable del cumplimiento de los procedimientos de gestión de la movilidad *Incoming Students* y *Outcoming Students* del alumnado.

2. Procedimiento *Incoming Students.* La acogida de estudiantes extranjeros por movilidad es el fruto de una relación institucional formalizada en un acuerdo bilateral con la universidad o institución de educación superior de origen del alumnado solicitante.
● ***Información:*** La OPI publica en la *web* de la Universidad toda la información necesaria para el alumnado de acogida antes de desplazarse, la documentación que debe aportar y toda la información relativa para la llegada.
● ***Documentación:*** Tras la formalización del convenio, se procede a la correspondiente apertura del expediente de movilidad de acogida, que se completa con los documentos siguientes:
1. Acuerdo bilateral entre las dos universidades que participan en la movilidad (*Bilateral Agreement*)
2. Expediente académico con los créditos cursados y aprobados antes de la movilidad (*Transcript Record*).
3. Contrato de Estudios (*Learning Agreement*)
4. Expediente académico con los créditos cursados y aprobados después de la movilidad (*Transcript Record*).
5. Certificado acreditativo de la estancia efectiva del alumno acogido (el original se archiva en la universidad de origen).
6. Informe de la estancia elaborado por el estudiante de acogida (el original se archiva en la universidad de origen).
● ***Recepción:*** A su llegada a la Universidad, los estudiantes realizan una entrevista personalizada con el Coordinador/a de Programas Internacionales con objeto de verificar el estado de la documentación requerida, y prestar, en caso de que sea preciso, la asistencia necesaria.
● ***Atención personal:*** El Servicio de Estudiantes les facilita ayuda para encontrar un alojamiento, así como información básica sobre la ciudad de Barcelona y los distintos servicios

csv: 627144671304055612811159

públicos. Esta atención se desarrolla posteriormente durante toda la estancia y atiende todas las incidencias personales del alumnado de acogida.
● ***Atención tutorial:*** El Servicio de Atención Tutorial, de acuerdo con el responsable de los estudios de acogida, asigna un profesor/a tutor al estudiante. El tutor debe comprobar la idoneidad del estudiante de acogida para poder seguir las materias elegidas antes de la firma del *Learning Agreement*, y, en caso de dudas, informar al estudiante de las alternativas académicas que pueden ofrecérsele. Finalmente el tutor debe avalar con su firma la propuesta de matrícula que realizará el estudiante de acogida. La atención tutorial se desarrolla posteriormente durante toda la estancia y atiende todas las incidencias académicas del alumnado de acogida.
● ***Matriculación:*** La propuesta de matrícula informada por el tutor debe presentarse ante el Servicio de Gestión Académica, que procede a la matriculación y con ella a librar al alumnado de acogida los identificadores y claves que dan acceso al alumnado a los sistemas de información y a la disposición de los equipos universitarios (ordenador portátil y armario electrónico personal).
● ***Bienvenida:*** Tras la incorporación efectiva a la Universidad, la OPI organiza una Jornada de Bienvenida, cuya convocatoria es programada y anunciada personalmente por correo electrónico a cada alumno de acogida antes de su llegada. El contenido de dicha jornada se articula en diversos actos, que incluyen las sesiones informativas sobre la normativa y el funcionamiento académico de la Universidad, sobre Barcelona, la cultura catalana y española, con una presentación de las actividades culturales que se llevarán a cabo a lo largo de su estancia en la Universidad, sobre seguridad ciudadana y civismo (realizada por un miembro de la Guardia Urbana). Asimismo, en dicha jornada se reparte la documentación y el material académico correspondiente y, tras una invitación al aperitivo de bienvenida, se procede a realizar con el alumnado una ruta por el edificio histórico de la Universidad que culmina con la recepción ofrecida por las autoridades académicas.
● ***Formación lingüística:*** El Servicio de Idiomas organiza para el alumnado de acogida un curso de lengua y cultura catalana de carácter básico, destinado a la adquisición de unas competencias mínimas para su vida cotidiana, y dos cursos de lengua y cultura española, uno de carácter básico y otro avanzado, necesarios para asegurar el seguimiento de las materias. Asimismo se les ofrece un programa de intercambio lingüístico con alumnado propio interesado en el aprendizaje de la lengua de origen del estudiante acogido.
● ***Actividades sociales:*** La OPI organiza a lo largo del curso eventos culturales destinados al alumnado de acogida, como son excursiones y visitas a monumentos y sitios de interés, y también fiestas temáticas al final de cada semestre dedicadas a difundir tradiciones y folclore del país. Por otra parte, el Servicio de Deportes difunde entre el alumnado de acogida sus actividades y les ofrece su incorporación a las diversas modalidades deportivas mientras dura su estancia en la Universidad.
● ***Tramitación de expedientes:*** El Servicio de Gestión Académica tramita el expediente del alumnado de acogida al finalizar su estancia y envía a su universidad la documentación correspondiente. Asimismo, gestiona la expedición de las certificaciones que corresponden, a solicitud del alumnado de acogida.
● ***Valoración de la satisfacción:*** La OPI realiza entre el alumnado de acogida al finalizar su estancia una encuesta sobre su satisfacción con la formación y los servicios recibidos, a partir de la cual realiza el correspondiente informe de valoración y propuesta de mejora, que eleva al responsable del Servicio de Relaciones Internacionales para su consideración.

3. Procedimiento *Outgoing Students.* La solicitud de salida por movilidad del alumnado propio requiere previamente la formalización de un acuerdo bilateral con la universidad o institución de educación superior de destino.
● ***Documentación:*** Tras la formalización del convenio, se procede a la correspondiente apertura del expediente de movilidad de acogida, que se completa con los documentos siguientes:
1. Formulario de solicitud (*Student Application Form*)
2. Acuerdo bilateral entre las dos universidades que participan en la movilidad (*Bilateral Agreement*)
3. Carta *Erasmus* de los derechos y deberes del estudiante
4. Contrato de subvención de movilidad de estudiantes con fines de estudios firmado por el estudiante y la universidad.
5. Contrato de Estudios (*Learning Agreement*)
6. Certificado de estancia firmado por la universidad de acogida.
7. Informe de la estancia elaborado por el estudiante.
8. Expediente académico con los créditos cursados y aprobados antes de la movilidad (*Transcript Record*).

csv: 627144671304055612811159

9. Expediente académico con los créditos cursados y aprobados después de la movilidad (*Transcript Record*).
10. Certificado académico de reconocimiento de los estudios cursados fuera (*Proof of Academic Recognition*).

● ***Solicitud de participación:*** La OPI hace pública anualmente la Convocatoria de Movilidad a través de un comunicado general en la intranet y en la *web* corporativa y con mensajes a través de la herramienta de intranet, además del anuncio en la cartelera del Servicio de Relaciones Internacionales. En esta información aparece la relación de universidades y centros posibles, con la especificación de los cursos conveniados y del idioma en que se imparte la docencia.
Los estudiantes interesados en la movilidad deben enviar a la OPI la correspondiente Solicitud *on-line*.
Los solicitantes son convocados por la OPI a una entrevista personal con el Coordinador/a de Programas Internacionales con objeto de definir posibilidades, destinos adecuados a su perfil e interés, y niveles requeridos. Esta entrevista puede ser sustituida por un cuestionario a través de correo electrónico en el caso de los alumnos que soliciten una segunda movilidad estando en ese momento realizando su movilidad en el extranjero.

● ***Requisitos para participar:*** El alumnado puede optar a varias plazas, según sus conocimientos lingüísticos y preferencias. Para ello debe cumplir con los siguientes requisitos
1. Haber superado todas las asignaturas correspondientes al primer curso de sus estudios.
2. Estar matriculado en ese curso académico en cualquiera de las titulaciones oficiales y ciclos, incluido el doctorado. El alumnado que por alguna razón justificada no esté matriculado en el momento de realizarse la Convocatoria de Movilidad puede presentarse a la misma, si bien la asignación de la plaza queda condicionada a la matriculación.
3. No haber participado en más de dos convocatorias de Programa de Movilidad durante sus estudios de Máster. Las estancias durante un mismo curso se consideran una sola participación.
4. No haber realizado una estancia académica en la misma universidad en la que solicita plaza de movilidad.
5. Acreditar la competencia lingüística precisa para el seguimiento académico en la universidad de destino solicitada. En el caso específico de las plazas en universidades USA, debe acreditarse una puntuación mínima de 550 puntos en el examen TOEFL (213 puntos según el nuevo sistema de puntuación). El alumnado que no disponga de ninguna acreditación, puede presentarse a las pruebas que convoca el Servicio de Idiomas para las plazas de intercambio en universidades de habla inglesa, francesa o alemana. Si un candidato no supera la prueba del idioma elegido o no se presenta a ninguna sólo podrá optar a las plazas en universidades de habla española, portuguesa o italiana. En las plazas en universidades de habla italiana, el estudiante tendrá que acreditar, antes del 1 de julio, haber realizado al menos 60 horas de formación en esa lengua. Los alumnos que presentan una solicitud para realizar una segunda movilidad podrán mantener la nota del año anterior o bien presentarse a la prueba de idiomas en la siguiente convocatoria.

● ***Asignación de plazas:*** Las plazas se asignan en primera instancia de acuerdo con la puntuación del expediente académico de los solicitantes, el nivel de lengua extranjera que se requiere para el intercambio, la motivación personal y la experiencia internacional del candidato, sin perjuicio de la aplicación de los siguientes criterios de prioridad y ordenación:
1. El alumnado que no haya participado en ningún Programa de Movilidad tiene prioridad, con independencia de su puntuación, sobre aquél que ya hubiese participado o esté participando (desde cualquier Universidad).
2. El alumnado que haya participado en una movilidad a través de un Convenio Erasmus sólo puede solicitar la segunda movilidad a través de los Convenios Bilaterales de Intercambio suscritos por la Universidad. Si la primera movilidad la realizó en uno de los Convenios Bilaterales puede solicitar la segunda en una plaza Erasmus o en un Convenio Bilateral, indistintamente.
3. El alumnado que presente unas capacidades lingüísticas o unas competencias académicas más acordes con el perfil requerido por la universidad de destino tiene prioridad sobre otros solicitantes que no puedan acreditarlas.
4. La aplicación de los protocolos de promoción de la igualdad de oportunidades y la no discriminación en la Universidad tiene prioridad sobre cualquier otro criterio de asignación

● ***Tramitación del proceso:*** A partir de la publicación de la asignación de las plazas, el proceso se desarrolla de la forma siguiente:
1. El alumnado, una vez conocido el resultado de la asignación, debe ratificar o renunciar a la plaza adjudicada por escrito ante la OPI.
2. El coordinador/a de Programas Internacionales se pone en contacto con todos los estudiantes que han aceptado la plaza y concierta con cada uno una entrevista personalizada en la que se les informe de todos los detalles del proceso y de los pasos que deben seguir.

csv: 627144671304055612811159

3. A continuación, la OPI inicia los procesos de solicitud para la universidad de acogida, solicitud de alojamiento, si procede, para cada estudiante interesado (*Application)*.
4. De acuerdo con el responsable de los estudios del alumno solicitante, desde la OPI se configura para cada estudiante el programa de estudios adecuado y el consiguiente *Learning Agreement*.
5. Finalmente se firma el convenio financiero por parte del alumno y del Rector de la Universidad o vicerrector delegado para ello.

● ***Seguimiento del proceso:*** La OPI es la responsable del seguimiento de todo el proceso y atiende a las posibles incidencias, dudas u cuestiones planteadas con la universidad de acogida, lo que con carácter ordinario comporta las siguientes acciones:
1. Atención y seguimiento a las posibles incidencias académicas debidas a la necesidad de cambio de asignaturas que pueda surgir.
2. Petición a la universidad de destino, si es necesario, del documento *Learning Agreement* firmado.
3. Mantenimiento periódico de contacto personal con los alumnos desplazados, ya sea telefónico o por correo electrónico.
4. Recogida de la documentación necesaria (expediente académico, certificado de estancia, informe narrativo del estudiante) al finalizar la estancia en la universidad de origen.
5. Redacción del documento para la convalidación de asignaturas y posterior entrega al Servicio de Gestión Académica.
6. Atención personal a las posibles incidencias con los resultados obtenidos por los estudiantes.

Durante el período de intercambio, el alumnado mantiene la condición de alumno activo de la Universidad a todos los efectos, y por tanto: tiene acceso a todos sus servicios y a toda la información accesible en la intranet.
Si un alumno de intercambio tiene una o más asignaturas pendientes, y su período de intercambio se solapa con la fecha de alguna convocatoria de evaluación de dichas asignaturas, puede solicitar una convocatoria extraordinaria para poder realizar el examen a la vuelta de su intercambio.

● ***Ayudas a la movilidad:*** El alumnado que participa en un intercambio dispone de una oferta de becas, entre las que destacan:
1. Beca Erasmus: se tramita desde la OPI y la pueden solicitar todos los estudiantes de Estados miembros de la Unión Europea.
2. Beca AGAUR: destinadas al alumnado de la Unión Europa –o con permiso de residencia en la Unión Europea- de intercambio en cualquier país del mundo. La solicitud la realiza directamente el estudiante a la Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación de la Generalitat de Catalunya (AGAUR)

● ***Relación de universidades de intercambio.*** Todas las acciones de movilidad se adecuan a los objetivos del título. La oferta correspondiente a la convocatoria de movilidad del alumnado del curso 2007-08 contemplaba plazas en la siguiente relación de instituciones extranjeras de educación superior:
1. Universidades y centros europeos

- Artevelde Hogeschool (Bélgica)
- Budapesti Corvinius Egyetem (Hungría)
- École Supérieure de Gestion – ESG (Francia)
- École Supérieure du Commerce Estérieur –ESCE (Francia)
- Fachhouschule Augsburg (Alemania)
- Fachhoschule Köln (Alemania)
- Hochschule Pforzheim (Alemania)
- Institut Catholique d'Études Supérieures –ICES (Francia)
- Kristianstad University (Suecia)
- Kufstein University of Applied Sciences (Austria)
- Kurt Bosch Institut (Suiza)
- Laurea University of Applied Sciences (Finlandia)
- Libera Università Maria SS. Assunta – LUMSA (Italia)
- London Metropolitan University (Gran Bretaña)
- Ludwig-Maximilians Universität München (Alemania)
- Plantijnhogeschool (Bélgica)
- Radboud Universiteit Nijmegen (Holanda)
- Universidade Católica Portuguesa (Portugal)
- Università Cattolica del Sacro Cuore (Italia)
- Università Europea di Roma (Italia)
- Università Politecnica delle Marche (Italia)
- Università degli Studi di Ferrara (Italia)

csv: 627144671304055612811159

- Universität Mannheim (Alemania)
- Universitatea Babes-Bolyai (Rumanía)
- Université de Picardie Jules Verne (Francia)
- Université Montesquieu-Bourdeaux IV (Francia)
- Université Paris XII Val de Marne (Francia)
- Universiteit Antwerpen (Bélgica)
- Wyzsza Szkola Ignatianum (Polonia)
- Zeppelin University (Alemania)
- Zürcher Hochschule Winterthur (Suiza)

2. Universidades y centros americanos
    - College of Charleston (Charleston, South Carolina)
    - Regent University (Norfolk)
    - University of Saint Thomas (Houston, Texas)
    - Universidad de la Sabana (Colombia)
    - Universidad del Pacífico (Santiago de Chile)
3. Universidades y centros de Oceanía
    - University of Technology Sidney (Australia)

SISTEMA DE RECONOCIMIENTO Y ACUMULACIÓN DE CRÉDITOS

El reconocimiento y acumulación de créditos ECTS superados por el alumnado de la Universidad en estancias de movilidad en otros centros se basa en la documentación incorporada en el expediente del proceso y se articula de acuerdo con el procedimiento siguiente:

1. El alumnado que realiza el intercambio cumplimenta el formulario *Learning Agreement* con las materias a cursar.
2. El *Learning Agreement* es aceptado por ambas universidades y firmado por sus autoridades académicas de acuerdo con el convenio de intercambio.
3. Una vez realizado el intercambio, la universidad de destino envía el *Transcript of Records* con los resultados del alumnado a la OPI de la Universidad.
4. La OPI valida la carga académica efectivamente realizada en la universidad extranjera y envía el informe al responsable de los estudios del alumnado que le corresponda.
5. El responsable de los estudios del alumnado asigna los créditos a reconocer y traslada su resolución al Servicio de Gestión Académica para su inclusión en el expediente académico del alumnado.
6. Las materias cursadas y no superadas en el programa de intercambio, deben matricularse y superarse de nuevo en la Universidad, de acuerdo con los créditos fijados en el plan de estudios, siendo de aplicación el régimen de permanencia y progreso académico vigente.

csv: 627144671304055612811159

5.3. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS MÓDULOS O MATERIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE QUE CONSTA EL PLAN DE ESTUDIOS

Materia: Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet

1. Carácter: ***Obligatoria***

2. Créditos: ***15***

3. Unidad temporal: Semestral
4. Asignaturas:
- Panorama mundial del Periodismo y la Comunicación Digital: realidad y tendencias (5 créditos)
- La Comunicación y el Periodismo digital: adaptación multimedia (5 créditos)
- Herramientas tecnológicas del Periodismo y la Comunicación Digital (5 créditos)

5. Breve descripción de los contenidos por asignatura:

- Panorama mundial del Periodismo y la Comunicación Digital: realidad tendencias:

Análisis teórico y práctico sobre el estado del arte del periodismo y la comunicación digital en Cataluña, España, Europa y el resto del mundo. Tipos de modelos de producción y de negocio periodístico digital, convivencia entre periódicos "pure player" (nacidos y existentes sólo en Internet) y periódicos que combinan la versión en papel y la digital.

- La Comunicación y el Periodismo digital: adaptación multimedia:

Estudio de la teoría de la comunicación y las fórmulas de adaptación del Periodismo y el Marketing digital al entorno multimedia. De las teorías clásicas a la Sociedad de la Banda Ancha, Sociedad de la Información y el Conocimiento, Sociedad Digital, Sociedad en red, etc.

- Herramientas tecnológicas del Periodismo y la Comunicación Digital:

Análisis de las herramientas tecnológicas a aplicar en el periodismo y la comunicación digital. Tipos de plataformas, programas informáticos, necesidades de banda ancha, modificaciones en los sistemas de producción y distribución, posicionamiento en Internet (SEO y SEM).

6. Requisitos previos: Lectura de bibliografía básica

7. Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere:

Competencias	Resultados del aprendizaje
Básicas	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
Básicas	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
Generales	Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con el Periodismo y Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías
Específicas	Conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
Específicas	Capacidad de usar la Tecnología multimedia en el Periodismo y Comunicación Digital

csv: 627144671304055612811159

Materia: Práctica y análisis del Periodismo y la Comunicación Digital

1. Carácter: ***Obligatoria***

2. Créditos: ***20***

3. Unidad temporal: Semestral

4. Asignaturas:
- Tecnología multimedia para el Periodismo y la Comunicación Digital (5 créditos)
- Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma (5 créditos)
- La creación y la gestión de contenidos en Comunicación y Periodismo Digital (5 créditos)
- El hombre máquina y la virtualización: ventajas e inconvenientes del entorno digital (5 créditos)

5. Breve descripción de los contenidos por asignatura:

- Tecnología multimedia para el Periodismo y la Comunicación Digital:

Análisis teórico-práctico sobre la tecnología multimedia necesaria para llevar a cabo con éxito un proyecto de periodismo digital y nuevas tecnologías y de posicionamiento en Internet. Se llevarán a cabo prácticas informáticas para conocer las herramientas diferenciales del negocio en la red.

- Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma:

Análisis sobre la adaptación de los géneros periodísticos clásicos a la praxis del periodismo digital. Géneros informativos, interpretativos, de opinión, dialógicos. Adaptación de géneros, hibridación de géneros, advenimiento de nuevos géneros y nuevas fuentes que impactan en los géneros (periodismo participativo). Mediamorfosis.

- La creación y la gestión de contenidos en Comunicación y Periodismo Digital:

Estudio sobre las fórmulas de gestionar los contenidos creados en el entorno de la comunicación y el periodismo digital. El fenómeno de la digitalización y la convergencia. El universo multiplataforma: IMS, UC, *always on*. Se estudiarán las fuentes de información en el Periodismo Digital: tipos de documentación, el factor rapidez, tipos de hipertextualidad, criterios de establecimiento de enlaces, tipologías y distribución estadística de la hipertextualidad. Análisis sobre las fórmulas de creación de un entorno digital, desde un punto de vista teórico (metalenguaje, web semántica) y desde un punto de vista práctico (blog, página web especializada). Análisis de las tendencias en el sector del periodismo digital: nuevas fórmulas de producción, nuevos modelos de negocio (*freemium*, *utility*, micropagos, franquicias), nuevos géneros periodísticos.

- El hombre máquina y la virtualización: ventajas e inconvenientes del entorno digital:

Análisis humanístico sobre el impacto de la digitalización y la consolidación de entorno virtuales en el ser humano. El concepto de hombre máquina y las ventajas e inconvenientes de la sociedad digital.

6. Requisitos previos: Lectura de bibliografía básica

7. Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere:

Competencias	Resultados del aprendizaje
Básicas	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
Básicas	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que,

csv: 627144671304055612811159

	siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
Generales	Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados, mediante la elaboración de argumentaciones éticas que tengan en cuenta la dignidad personal común a todos los hombres y mujeres, así como su apertura a la relación interpersonal y a la convivencia social en orden a la paz y el bien común
Generales	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades, mediante la elaboración y presentación de documentos de diferente índole, particularmente informes y presentaciones para el público
Generales	Capacidad de los estudiantes de poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo
Específicas	Conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
Específicas	Capacidad de usar la Tecnología multimedia en el Periodismo y Comunicación Digital
Específicas	Capacidad para integrar los conocimientos y las novedades sobre géneros periodísticos digitales
Específicas	Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas utilizando fuentes de información y el derecho aplicable al periodismo digital y las nuevas tecnologías.
Específicas	Capacidad para crear una empresa informativa
Específicas	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
Específicas	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos

csv: 627144671304055612811159

Materia: Nuevas Tecnologías aplicadas al Periodismo y a la empresa informativa

1. Carácter: ***Obligatoria***
2. Créditos: ***15***

3. Unidad temporal: Semestral

4. Asignaturas:
-La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento (5 créditos)
-Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información (5 créditos)
-Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad (5 créditos)

5. Breve descripción de los contenidos por asignatura:

-La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento:

Análisis sobre la estrategia empresarial a tomar por parte de una empresa informativa en el entorno de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Parámetros de estudio y rentabilidad. Elaboración de un *Business Plan* y de un estudio de mercado. Impacto de la digitalización en el sector de la Administración pública, la empresa y la asociación. Necesidad de contenidos en el Estado del bienestar y en el *e-business*. El teletrabajo. Estudios sobre el impacto de los sistemas de información (encabezados por la gestión del conocimiento) en el periodismo digital. Sistema de procesamiento de transacciones (TPS), Sistemas de información gerencial (MIS), Sistemas de soporte a decisiones (DSS), Sistemas de información ejecutiva (EIS), Sistemas de automatización de oficinas (OAS), Sistema experto (SE), Sistema de Planificación de Recursos (ERP), CRM, SCM.

-Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información:

Análisis sobre las tendencias en tecnología de la Sociedad de la Información. *Triple play* y *quadruple play*. Movilidad total. Periodismo y Marketing multiplataforma. *Podcasting*. Periodismo y Marketing móvil. Estudio sobre el fenómeno de concentración empresarial a raíz de la digitalización y la convergencia tecnológica. Posibles beneficios subyacentes, economías de escala, costes de oportunidad. Parametrización por servicios. Grandes grupos multimedia y empresariales.

-Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad

Análisis sobre el impacto de la banda ancha en el Periodismo y el Marketing digital. Condicionantes de producción. Condicionantes de recepción. Sinergias medios de comunicación de masas-operadores de telecomunicación. SLA y CIR. Micropagos. Tipo de tecnología a implantar en los medios de comunicación (xDSL, HFC, FTTx, PLC, microondas).

6. Requisitos previos: Lectura de bibliografía básica

7. Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere:

Competencias	Resultados del aprendizaje
Básicas	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

csv: 627144671304055612811159

Básicas	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
Básicas	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
Generales	Capacidad de resolución de estos problemas nuevos, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital
Generales	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades, mediante la elaboración y presentación de documentos de diferente índole, particularmente informes y presentaciones para el público
Generales	Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas.
Específicas	Conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
Específicas	Capacidad de usar la Tecnología multimedia en el Periodismo y Comunicación Digital
Específicas	Capacidad para integrar los conocimientos y las novedades sobre géneros periodísticos digitales
Específicas	Capacidad para crear una empresa informativa
Específicas	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
Específicas	Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
Específicas	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos

csv: 627144671304055612811159

Materia: Trabajo final de investigación

1. Carácter: ***Obligatoria***

2. Créditos: ***10***

3. Unidad temporal: Semestral

4. Asignaturas:
-Trabajo final de máster (10 ECTS)

5. Breve descripción de los contenidos por asignatura:

-Trabajo final de máster:
Elaboración de un Trabajo final de máster (TFM) sobre Periodismo y Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías en el que el alumnado refleje la asunción de los contenidos teórico-prácticos impartidos en las asignaturas previas, demuestre capacidad para integrar los conocimientos y de implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo.

6. Requisitos previos: Superación de las asignaturas previas

7. Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere:

Competencias	Resultados del aprendizaje
Básicas	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
Básicas	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	Capacidad de resolución de estos problemas nuevos, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital.
Generales	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades, mediante la elaboración y presentación de documentos de diferente índole, particularmente informes y presentaciones para el público.
Generales	Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas.
Generales	Capacidad de los estudiantes de poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo, mediante la elaboración tutorizada y defensa ante tribunal de un trabajo final de máster
Específicas	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
Específicas	Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
Específicas	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
Específicas	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos comunicativo y tecnológico

csv: 627144671304055612811159

8. Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Actividades formativas	ECTS	Metodología	Competencias
Clases magistrales	***15***	Trabajo previo de aprendizaje 20% Horas lectivas 40% Trabajo posterior de aprendizaje 40%	***CB2, CG1, CE7, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13***
Seminarios	***15***	Trabajo previo de aprendizaje 40% Horas lectivas 40% Trabajo posterior de aprendizaje 20%	***CB1, CB3, CG4, CE9, CE10, CE13, CE14, CE15***
Talleres	***15***	Trabajo previo de aprendizaje 10% Horas lectivas 40% Trabajo posterior de aprendizaje 50%	***CB1, CB4, CG1, CE8***
Prácticas	***5***	Trabajo previo de aprendizaje 10% Horas lectivas 10% Trabajo posterior de aprendizaje 80%	***CB1, CB4, CE11, CE12***
Trabajo de síntesis	***10***	Trabajo previo de aprendizaje 10% Horas lectivas 10% Trabajo posterior de aprendizaje 80%	***CB3, CB4, CG1, CG2, CG3, CG5, CG6, CE11, CE14, CE15***

9. Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificación:
El sistema de evaluación aplica las tipologías de actividades evaluativas previstas para cada competencia de acuerdo con la metodología docente expuesta en el apartado 5.1 de la presente memoria.

Actividades formativas	Competencias	Sistema de evaluación
Clases magistrales	***CB2, CG1, CE7, CE9, CE10, CE13***	Examen escrito, examen oral, prácticas a resolver.
Seminarios	***CB1, CB3, CG4, CE9, CE10, CE13, CE14, CE15***	Prácticas a resolver por escrito.
Talleres	***CB1, CB4, CG1, CE8***	Problemas a resolver por escrito.
Prácticas	***CB1, CB4, CE11, CE12***	Problemas a resolver por escrito.
Trabajo de síntesis	***CB3, CB4, CG1, CG2, CG3, CG5, CG6, CE11, CE14, CE15***	Trabajo a presentar por escrito y a defender oralmente.

El sistema de calificación es el previsto por el RD 1125/2003, de 5 de septiembre. La calificación global de la materia se obtendrá a partir de la media ponderada de las calificaciones obtenidas por el estudiante en las diferentes asignaturas de la materia, cuando las hubiere, no adquiriendo las competencias requeridas de la materia de no alcanzar la calificación de 5 en todas y cada una de las asignaturas.
A su vez, la calificación de cada asignatura se obtendrá a partir de la media ponderada de las calificaciones obtenidas en las diferentes actividades formativas realizadas a lo largo del período lectivo (evaluación continua) y de las pruebas que se programen a su término, sin que en la ponderación de ambas la segunda pueda tener un peso relativo superior al 50%. Tanto la calificación global de la materia como las calificaciones de las asignaturas figurarán debidamente indicadas en el expediente del alumno para facilitar la gestión del mismo y su movilidad.

10. Comentarios adicionales:
En función de las conclusiones científicas a las que se llegue en el TFM, se puede plantear la opción de publicarlo digitalmente o en papel en la colección sobre comunicación de la UAO.

csv: 627144671304055612811159

Materia: TRABAJO FIN DE MÁSTER

1. Carácter: Trabajo Fin de Máster

2. Créditos: 10

3. Unidad temporal: Semestral (aunque existe la opción de realizarlo anualmente)

4. Asignaturas:
- Trabajo fin de Máster (10 ECTS)

5. Breve descripción de los contenidos por asignatura:

- *Trabajo fin de Máster:* Determinación del nivel de aprovechamiento real de los estudios cursados a través de un ejercicio práctico de síntesis científica o de diseño de un proyecto profesional. Acreditación del logro de los objetivos específicos del Máster -de las competencias programadas a lo largo del mismo- mediante la programación, elaboración y defensa del trabajo o proyecto propuestos sobre Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías.

6. Requisitos previos: Superación del 75% de los créditos del plan de estudios. Para su evaluación se requiere la superación de la totalidad de las materias restantes del plan de estudios y la realización de un Taller metodológico de preparación.

7. Competencias y resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere:

Competencias	Resultados del aprendizaje
Básica	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
General	Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con el Periodismo y Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías
General	Capacidad de resolución de estos problemas nuevos, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital
General	Capacidad de los estudiantes de poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo, mediante la elaboración tutorizada y defensa ante tribunal de un trabajo final de máster.
Específica	Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
Específica	Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico

8. Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Actividades formativas	ECTS	Metodología	Competencias
Trabajo de síntesis	***10***	Trabajo previo de aprendizaje 10% Horas lectivas 10% Trabajo posterior de aprendizaje 80%	***CB1, CB3, CB4, CG1, CG2, CG3, CG5, CG6, CE8, CE11, CE14, CE15***

9. Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificación:
El sistema de evaluación aplica las tipologías de actividades evaluativas previstas para cada competencia de acuerdo con la metodología docente expuesta en el apartado 5.1 de la presente memoria.

csv: 627144671304055612811159

Actividades formativas	Competencias	Sistema de evaluación
Trabajo de síntesis	***CB1, CB3, CB4, CG1, CG2, CG3, CG5, CG6, CE8, CE11, CE14, CE15***	Trabajo a presentar por escrito y a defender oralmente.

La evaluación del TFM se realizará en sesión pública, por una Comisión de evaluación en la que participará un profesor de otra Universidad, previo depósito del trabajo debidamente visado por su tutor, conforme al calendario de llamamientos aprobado por la Universidad. El sistema de calificación es el previsto por el RD 1125/2003, de 5 de septiembre.

10. Comentarios adicionales: La asignación del trabajo y del tutor se llevará a cabo, conforme al procedimiento aprobado por la Universidad, una vez acreditada la realización del taller metodológico.

csv: 627144671304055612811159

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1. PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS Y DISPONIBLES PARA LLEVAR A CABO EL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO

A. PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR

De acuerdo con el apartado c) del Anexo 2 del Decreto 258/1997, de 30 de septiembre, por el que se regula la programación universitaria de Cataluña y los procedimientos de creación o reconocimiento y de reordenación de centros docentes universitarios y de implantación de enseñanzas (DOGC núm. 2492, de 9 de octubre de 1997), es requisito obligatorio describir la previsión de plantilla de profesorado por áreas de conocimiento y departamentos, especificando su titulación, de acuerdo con los mínimos fijados por la normativa básica vigente, al inicio de las actividades, así como la previsión de su incremento curso a curso hasta la implantación completa de las enseñanzas.

a) Previsión global de la plantilla de profesorado: La previsión de plantilla hasta la implantación completa de los estudios del Máster es la siguiente:
• Curso Primero: Implantado el 1er curso con una previsión de 25 alumnos y 4 profesores (ratio 25 /4).
• Curso Segundo: Implantado el 2º curso con una previsión de 25 alumnos y 4 profesores (ratio 25 /4).

b) Previsión de la plantilla de profesorado disponible:
• Profesorado disponible actualmente: 8 (100%)
• Profesorado disponible en la implantación completa de la titulación: 8 (100%)

c) Previsión de la plantilla de profesorado según categoría académica: Teniendo en cuenta el porcentaje mínimo del 50% de profesorado doctorado, fijada por el artículo 72.2 de la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, modificada por la Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril, la previsión de porcentajes de la plantilla según categoría o grado académico del profesorado hasta la implantación completa de los estudios del Máster es la siguiente:
• Profesorado disponible actualmente:
- Grado de doctorado: 4 (50%)
- Grado de licenciado: 4 (50%)
• Profesorado disponible en la implantación completa de la titulación:
- Grado de doctorado: 4 (50%)
- Grado de licenciado: 4 (50%)

c) Previsión de la plantilla de profesorado según vinculación a la Universidad: Teniendo en cuenta el porcentaje mínimo del 60% de profesorado a dedicación completa, fijada en el RD 557/1992, la previsión de porcentajes de la plantilla según dedicación completa (vinculación laboral) o parcial (vinculación profesional), hasta la implantación completa de los estudios del Máster es la siguiente:
• Profesorado disponible actualmente:
- Con dedicación completa: 5 (62,5%)
- Con dedicación parcial: 3 (37,5%)
• Profesorado disponible en la implantación completa de la titulación:
- Con dedicación completa: 5 (62,5%)
- Con dedicación parcial: 3 (37,5%)

d) Previsión de la plantilla de profesorado según experiencia docente e investigadora: Teniendo en cuenta el porcentaje mínimo del 60% de profesorado doctorado con evaluación positiva de su actividad docente e investigadora, fijada por el artículo 72.2 de la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, modificada por la Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril, la previsión de porcentajes de la plantilla según experiencia docente e investigadora acreditada (evaluación positiva del personal docente e investigador otorgada por ANECA o AQU Catalunya), hasta la implantación completa de los estudios del Máster es la siguiente:
• Profesorado disponible actualmente:

csv: 627144671304055612811159

- Profesores acreditados: 4 (50%)
- Profesores no acreditados: 4 (50%)

• Profesorado disponible en la implantación completa de la titulación:
- Profesores acreditados: 6 (75%)
- Profesores no acreditados: 2 (25%)

e) Previsión de la plantilla de profesorado según su adscripción académica: teniendo en cuenta la planificación de los estudios establecida en el apartado 5 de la presente memoria, la previsión de la plantilla de profesorado según las áreas de conocimiento científico vinculadas a las materias del plan de estudios al término de su implantación es la siguiente:
• Área de Periodismo: 6
• Área de Teoría de la Señal y Comunicaciones: 2

B. PERSONAL NO DOCENTE

a) Previsión global de la plantilla de personal no docente: teniendo en cuenta la ratio mínima de 1 miembro del PAS por cada 40 alumnos matriculados, fijada en la memoria de reconocimiento de la Universitat Abat Oliba, informada favorablemente por la Generalitat de Catalunya el 7 de marzo de 2003, la previsión de plantilla de personal no docente:
• Curso Primero: Implantado el 1er curso con una previsión de 25 alumnos y 2 personas no docentes (ratio 2/25).
• Curso Segundo: Implantado el 2º curso con una previsión de 25 alumnos y 2 personas no docentes (ratio 2/25).

b) Previsión de la plantilla de personal no docente según su clasificación profesional: teniendo en cuenta los subgrupos y categorías profesionales establecidas en el artículo 12 del vigente XII Convenio colectivo estatal para los Centros de Educación Universitaria y de Investigación (BOE de 9 de enero de 2007), la previsión es la siguiente:
• Personal titulado: 1
• Personal de investigación: 1
• Personal administrativo: 2
• Personal subalterno: 2
• Personal de servicios generales: 1

c) Descripción de la plantilla de personal no docente según su disponibilidad a fecha de implantación: teniendo en cuenta que su disponibilidad se acredita documentalmente cada curso académico, en cumplimiento de los artículos 5 y 6.2 de la Ley 20/2003, de 4 de julio, de reconocimiento de la Universitat Abat Oliba CEU, que establecen la obligación de presentar anualmente al departamento de la Generalitat de Catalunya competente en materia de universidades la memoria de actividades realizadas, siguiendo el modelo determinado al efecto por los servicios de inspección del referido departamento, con objeto de facilitar las tareas de seguimiento y de inspección del cumplimiento de los requisitos legalmente establecidos por el régimen jurídico universitario, la previsión es la siguiente:
• Personal no docente disponible al inicio de la implantación: 7 (100%)
• Personal no disponible: 0 (0%)

d) De acuerdo con el R.D. 1393/2007, de 29 de octubre (art. 3.5) la Universitat Abat Oliba CEU, se adhiere a los principios de igualdad, respeto a los derechos fundamentales de hombres y mujeres y promoción de los Derechos Humanos y accesibilidad universal: Todos los procesos de selección de profesorado y personal de apoyo se rigen por los principios de capacidad y mérito, garantizándose los principios de igualdad y no discriminación. Para garantizar dichos principios, y en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 3/2007 para la igualdad de hombres y mujeres, de 22 de marzo, la Universitat Abat Oliba CEU está elaborando un Plan de Igualdad para la universidad. Asimismo, la Universitat Abat Oliba CEU forma parte de la Comissió Dona i Ciència del Consell Interuniversitari de Catalunya que tiene como misión trabajar para la igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito universitario. De todo ello fue informado el Parlamento de Cataluña en sesión del día 30 de junio de 2008 de acuerdo con la Ley 20/2003 de 4 de julio, de Reconocimiento de la Universitat Abat Oliba CEU.

csv: 62714467130405561281159

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

7.1. JUSTIFICACIÓN DE LA ADECUACIÓN DE LOS MEDIOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES

De acuerdo con el apartado f) del Anexo 2 del Decreto 258/1997, de 30 de septiembre, por el que se regula la programación universitaria de Cataluña y los procedimientos de creación o reconocimiento y de reordenación de centros docentes universitarios y de implantación de enseñanzas (DOGC núm. 2492, de 9 de octubre de 1997), es requisito obligatorio describir el emplazamiento del centro docente universitario que solicita la implantación de estudios, con la especificación de los edificios e instalaciones existentes o proyectadas, especificando su titularidad, las cuales deberán cumplir con los mínimos de espacios y superficies previstos por la formativa vigente, así como los relativos a sus equipamientos.
Asimismo el artículo 13, 2, e) del RD 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros universitarios, exige la determinación del emplazamiento de los Centros de la Universidad y su ubicación en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma correspondiente, con memoria justificativa y especificación de los edificios e instalaciones existentes y las proyectadas para el comienzo de las actividades y hasta la implantación total de las enseñanzas, efectuándose, en todo caso, una descripción física de los edificios e instalaciones existentes o proyectadas, justificando la titularidad sobre los mismos.

1. EMPLAZAMIENTO:

a) Emplazamiento del centro: La Facultad de Ciencias Sociales, donde está prevista la implantación del Título de Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías, está ubicada en el Campus Bellesguard de la Universitat Abat Oliba CEU, en el distrito de Sarrià-Sant Gervasi de la ciudad de Barcelona.

b) Descripción de las infraestructuras: El complejo de edificios del Campus de Bellesguard se alza sobre la que fuera residencia real erigida por voluntad del rey Martín I el Humano a principios del siglo XV. Todas las edificaciones fueron completamente rehabilitadas entre 1990 y 1993 para su uso universitario, siguiendo un proyecto arquitectónico absolutamente escrupuloso con las exigencias de la protección del patrimonio cultural y observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos. En su actual configuración, el conjunto se compone de tres unidades arquitectónicas monumentales adyacentes e interconectadas.
1. El edificio principal, sede de la Facultad de Ciencias Sociales, en el que se localizan la mayoría de las estructuras y servicios docentes, cuenta con las siguientes plantas:
- Planta Semisótano (Biblioteca e Informática).
- Planta Baja (Servicios universitarios, estudios de radio, televisión y fotografía).
- Planta Primera (espacios docentes).
- Planta Segunda (espacios docentes y dirección académica de la Facultad).
- Planta Tercera (despachos del profesorado).

2. El edificio del Rectorado (antigua "Casa de la Benefactora"), en el que se localizan los servicios centrales, cuenta con las siguientes plantas:
- Planta Baja (Administración, Recursos Humanos, Gestión Académica).
- Planta Primera (Rectorado).
- Planta Segunda (Salón de Grados).

3. El edificio del Aula Magna (antigua iglesia del asilo de San Alfonso), que cuenta con el espacio anexo de la antigua Sacristía, dedicado actualmente a oratorio de la comunidad universitaria.

c) Titularidad: El inmueble descrito es propiedad de la Fundación Universitaria San Pablo CEU, entidad promotora de la Universitat Abat Oliba CEU, en virtud del título de compraventa efectuado el 17 de julio de 1992. Así consta en la escritura pública de obra nueva nº 1716, de 31 de julio de 1998, inscrita en el Registro de la Propiedad nº 6 de Barcelona, tomo 1224, libro 1224, folio 59, finca nº 3048-N.

csv: 627144671304055612811159

d) Descripción de los servicios y equipamientos obligatorios establecidos por el RD. 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros universitarios:

1. Aulario y Seminarios: En el edificio principal se encuentran las aulas y seminarios. En la actualidad se dispone de 22 aulas, 3 salas seminarios de hasta 12 personas, y 3 salas seminarios de hasta 8 personas. Todas las aulas cumplen las especificaciones exigidas en el apartado 1.a), del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros universitarios, a saber:

- 1,5 metros cuadrados por alumno, en aulas hasta 40 alumnos,
- 1,25 metros cuadrados por alumno, en aulas de mayor capacidad,
- 2,50 metros cuadrados por alumno, en aulas de seminario.

Los estudios del Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías van a implantarse en los espacios docentes que se hallan en la Facultad de Ciencias Sociales, en el edificio principal del campus de Bellesguard. Allí se encuentran las aulas a disposición de dichos estudios. Como es lógico, los estudios en cuestión comparten con el resto de programas implantados en el centro el conjunto de servicios universitarios descritos, tanto los obligatorios como los potestativos, pues éstos están diseñados y dimensionados en función de número total de alumnos del centro.

2. Biblioteca: La Universidad dispone desde su origen de una importante biblioteca, tanto por la amplitud de sus espacios como por el número de volúmenes de su fondo, adquirido durante los 27 años de existencia del centro universitario adscrito.

La sala principal de lectura de la Biblioteca se encuentra en la planta Semisótano, tiene una capacidad total de 343 plazas (313 plazas en la sala de lectura, 20 plazas más en la hemeroteca y 10 plazas en la sala multimedia) y está dotada de unas excelentes condiciones de iluminación por disponerse en torno a unos huecos centrales, que se corresponden con el patio central del edificio y que le aportan luz natural, además de luz artificial individual para cada una de las plazas. En la misma planta semisótano se dispone de una sala adicional de autoaprendizaje de idiomas de 20 plazas, y existen otras cuatro salas donde se localizan los servicios de apoyo y que corresponden a los lugares de trabajo del personal de la biblioteca.

Estas instalaciones, en conjunto, aportan una capacidad que supera notablemente las exigencias del nº 2 del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril.

Todo el manejo y control de la biblioteca está informatizado, apoyándose asimismo en sistemas de almacenamiento óptico y por DVD. La biblioteca tiene asimismo acceso a fondos bibliográficos externos de bases de datos internacionales, a través de sistemas informatizados, estando integrada en el Consorci de Biblioteques Universitàries de Catalunya (CBUC), que permite la consulta automática del Catàleg Col·lectiu de les Universitats Catalanes (CCUC).

El control de acceso a la Biblioteca se lleva a cabo a través del torno digital situado en la puerta principal y mediante la lectura y validación del código de barras insertado en el Carnet universitario del que disponen alumnado, profesorado y PAS.

El horario de servicio de la biblioteca se prolonga a lo largo de toda la jornada educativa y, por tanto, finaliza más allá del propio horario lectivo de las clases. La biblioteca está accesible a los alumnos durante 78 horas por semana en periodo lectivo ordinario, más un horario extra los domingos durante los periodos de exámenes (el RD mencionado exige 55 horas).

3. Servicio Informático: De acuerdo con lo previsto en el nº 6, c) del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, la UAO dispone de unos servicios informáticos centralizados, además de los ordenadores personales y demás material informático necesario en aulas, despachos, seminarios y oficinas. El conjunto de la Universidad está comunicado por redes informatizadas para transporte de datos, procedentes tanto de las unidades de almacenamiento propias como de bases de datos externas. Todas las aulas tienen la opción de conexión a la red de datos. Asimismo todos los edificios del Campus de Bellesguard están dotados con una red WiFi que da una cobertura completa, transformando así, dada la dotación de ordenadores portátiles para cada alumno de la Universidad, cualquier espacio del edificio en hábil para el trabajo telemático.

Las instalaciones del Servicios de informática se distribuyen por las tres primeras plantas del edificio de la forma siguiente:

- Planta semisótano: Servicios centrales, Aula de autoaprendizaje con 20 plazas
- Planta baja: 1 aula de informática con 55 plazas
- Plantas semisótano, baja, primera, segunda y tercera: ordenadores e impresoras en los despachos y oficinas, ordenadores en las aulas e impresoras para el alumnado.

4. Estudio de televisión: El estudio de televisión cuenta con 6 cámaras profesionales: 3 cámaras SONY DXF y 3 cámaras JVC GY-HD; una parrilla de iluminación distribuida con el objetivo de obtener dos sets, uno de los cuales permite realizar chroma; 4 paneles que permiten modificar el

csv: 627144671304055612811 59

espacio según las necesidades, así como material de atrezzo. La sala de control de televisión está totalmente equipada, con VTR, Video, DVD grabador, Mixer, Mesa de Sonido y Tituladora. La sala de edición se compone de 5 equipos individuales con los programas Avid y Final Cut. Y finalmente, la sala de sonorización está equipada con un equipo Protools.
5. Estudio de radio: El estudio de radio, que permite la presencia de público, está equipado con una mesa AEQ que permite la entrada de 6 micrófonos, ordenador, reproductores de CD, MP3, MiniDisc y grabador de CD.
6. El estudio de fotografía consta de dos espacios: en el primero, el set de fotos, con distintos fondos cambiables, 6 flashes de diferentes modelos e intensidades, y 9 cámaras de fotografía Canon, de los modelos 20D, 350D y 400D. En el segundo espacio, el estudio dispone de 6 ordenadores, tanto PC como Mac, con los programas pertinentes para elaborar y tratar las fotografías.
7. Servicio de Comedor-Cafetería: El centro cuenta con un comedor, y con un comedor-cafetería, ambos situados en la planta baja, y garantizará el uso simultáneo del 10% de los estudiantes y personal de la Universidad, en 2 turnos, de acuerdo con lo previsto en el nº 6, a) del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, citado, ya que ambos espacios cuentan con una capacidad para 160 plazas
8. Servicio de atención e información: Las dependencias del Servicio de Estudiantes, responsable de la atención e información a los alumnos, se encuentran en la Planta Baja del Edificio Principal, junto a la entrada, posibilitando el acceso de todos los estudiantes, profesores y demás personas interesadas (nº 6, b, del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, citado).
9. Auditorio: Se dispone de un auditorio con capacidad para 400 plazas, que es el resultado de la remodelación de la nave central y ala derecha del crucero de la antigua iglesia del Asilo de San Alfonso.
Se adecua a las exigencias del decreto de reconocimiento (nº 6, d, del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril) y sus instalaciones son las propias del uso previsto, incluyendo sistemas de proyección audiovisual e informática.
Hay que resaltar que es un edificio protegido por el Ayuntamiento de Barcelona como patrimonio histórico de la ciudad, categoría B
10. Servicio Médico Asistencial: De acuerdo con lo previsto en el nº 6, e) del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, la UAO dispone de este servicio, ubicado en la planta de baja, junto a la zona de acceso al edificio de Administración, garantizando un pronto acceso para los primeros auxilios que sean necesarios.

e) Descripción de los servicios y equipamientos potestativos:

1. Servicio de Prácticas y Empleo: La Universidad Abat Oliba CEU, con el objetivo de ofrecer la mejor incorporación laboral a todos sus alumnos, cuenta con un Servicio de Prácticas y Empleo que se ocupa de: gestionar las prácticas obligatorias y voluntarias; formar a los estudiantes y titulados para afrontar su incorporación al mercado laboral; informarles y orientarles profesionalmente a fin de facilitarles la elección de su salida profesional y facilitarles el acceso al mercado laboral.
2. Servicio de Relaciones Internacionales: El Servicio de Relaciones Internacionales, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, gestiona los programas de movilidad a través de su Oficina de Programas Internacionales (OPI). La Universitat Abat Oliba CEU apuesta por ampliar y mejorar su proyecto educativo y por ello promueve el intercambio de alumnos, profesores y personal de la Universidad con otras Universidades, como una forma de profundizar en la universalidad de la enseñanza y en la cooperación en las tareas formativas.
3. Régimen de tutorías: La Universidad dispone de un sistema de apoyo y orientación al alumnado que se fundamenta en la labor de tutoría, materializada en una determinada acción tutorial y ordenada de acuerdo con el Plan de Acción Tutorial de la Universidad, tal y como se especifica en el punto 4.3 de la presenta memoria. Las principales funciones de la tutoría son: facilitar el desarrollo personal del alumno; supervisar el progreso académico del alumnado; dar a conocer entre el alumnado la organización institucional; ofrecer al alumnado un referente de confianza y autoridad; y gestionar las demandas del alumnado ante la universidad.
4. Orientación psicológica: El Servicio de Orientación Psicológica de la Universidad ofrece al alumnado que lo requiera su asesoramiento psicológico y psicoeducativo para mejorar su rendimiento académico, y colabora con el Servicio de Prácticas y Empleo en el proceso de orientación profesional, atendiendo a aquellos alumnos que manifiesten dificultades especiales a la hora de elegir su futuro profesional.
5. Laboratorio de idiomas: El Servicio de Idiomas de la Universidad Abat Oliba CEU es el responsable de la organización y docencia de las siguientes lenguas modernas: Inglés, Francés,

csv: 627144671304055612811159

Italiano, Alemán, Español para extranjeros, Catalán. La Universidad dispone de un Aula de autoaprendizaje de idiomas, ubicada en la Biblioteca de la Facultad, que dispone de ordenadores con programas específicos para el aprendizaje de lenguas, así como materiales de formación lingüística tanto en soporte tradicional como en el formato de las nuevas tecnologías de la información, y que permite un progreso individualizado en la adquisición de estas competencias.
6. Servicio de actividades culturales: El Vicerrectorado de Estudiantes junto con el Departamento de Humanidades ofrecen diversas actividades culturales, dedicadas a complementar la formación académica, como por ejemplo el teatro universitario o el coro.
7. Servicio de pastoral: El Servicio de Pastoral de la Universidad ofrece seminarios sobre determinados aspectos de la teología y espiritualidad católica. También ofrece a toda la comunidad universitaria la posibilidad de asistir a la Eucaristía diaria, así como de ser atendidos por el sacerdote siempre que lo necesiten. Asimismo, se ocupa de la liturgia en la celebración de las fiestas religiosas y organiza actividades culturales.
8. Servicio de actividades deportivas: Miembro de la Associació de Clubs Esportius Universitaris de Catalunya, y fundado en 1985, este Servicio coordina la oferta y práctica deportiva de la Universitat Abat Oliba CEU. El Servicio de Deportes participa en los campeonatos universitarios, coordina los torneos sociales de fútbol sala y de paddle, y organiza todos los años desplazamientos para competir con otras universidades. Los alumnos realizan cada año una salida competitiva a una ciudad del resto del Estado o al extranjero. Organiza además diversas actividades en la naturaleza, entre otras: esquí, raïd de aventura, submarinismo, kayak y cursos de vela.
9. Campus virtual: Desde el punto de vista de la docencia, la utilización de las nuevas tecnologías debe perseguir un doble objetivo: por un lado complementar, reforzar y mejorar la formación que reciben los alumnos en las aulas; y, por otro lado, habituarles en su manejo, pues su uso está cada vez más extendido en el mundo laboral para el que se están preparando. A través del Campus Virtual el alumno tiene acceso a toda su información académica personalizada, puede realizar diferentes trámites con su Secretaría, así como acceder a otra información de interés como: las ofertas de prácticas en empresas, los cursos de formación, las diferentes actividades organizadas por la Universidad, etc. A través del Campus Virtual, los profesores pueden además poner a disposición de sus alumnos el material docente que crean conveniente para completar la docencia que imparten presencialmente.
10. Defensor universitario: La Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en su Disposición Adicional decimocuarta, creó la figura del Defensor Universitario para velar por el respeto a los derechos y las libertades de todos los miembros de la comunidad universitaria, ante las actuaciones de los diferentes órganos y servicios de la Universidad. Las actuaciones del Defensor Universitario siempre irán dirigidas a la mejora de la calidad universitaria en todos sus ámbitos, regidas por los principios de independencia y autonomía. Dentro de este marco legal, la Universidad Abat Oliba CEU ha creado y definido esta figura para la consecución de una convivencia cada vez mejor en el seno de la comunidad universitaria.

7.2. PREVISIÓN DE ADQUISICIÓN DE LOS RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS NECESARIOS

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat Abat Oliba CEU dispone de la totalidad de los recursos materiales y servicios necesarios en el momento de la propuesta del plan de estudios del Título de Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías.

csv: 627144671304055612811159

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1. VALORES CUANTITATIVOS ESTIMADOS PARA LOS INDICADORES Y SU JUSTIFICACIÓN

El Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías es de nueva implantación, por lo que la Universitat Abat Oliba CEU no cuenta con referentes propios para el establecimiento de una previsión de tasas.

1. TASA DE GRADUACIÓN

El porcentaje previsto de estudiantes del Título de Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías que finalizarán la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más, en relación con su cohorte de entrada.
a) Estimación: la tasa de graduación prevista como objetivo para el alumnado del Título de Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías en la UAO es del 60%, establecida a partir de los referentes expuestos.

2. TASA DE ABANDONO

La relación porcentual prevista entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso del Título de Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías que deben obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior.
a) Estimación: la tasa de abandono prevista como objetivo para el alumnado del Título de Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías en la UAO es del 40%, establecida a partir de la mediana de los referentes expuestos.

3. TASA DE EFICIENCIA

La relación porcentual prevista entre el número total de créditos del plan de estudios a los que deben matricularse a lo largo de sus estudios el conjunto de graduados de un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente habrán tenido que matricularse.
a) Estimación: la tasa de eficiencia prevista como objetivo para el alumnado del Título de Máster en Periodismo, Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías en la UAO es del 75%, establecida a partir de los referentes expuestos.

csv: 627144671304055612811159

8.2. PROGRESO Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

SISTEMA GENERAL DE VALORACIÓN DEL PROGRESO ACADÉMICO

Todas las titulaciones de Máster implantadas en la Universitat Abat Oliba CEU se someten a un mismo procedimiento de valoración del progreso y de los resultados de su alumnado.

1. Órgano responsable. El diseño y la planificación del sistema general de valoración del progreso académico del alumnado de Máster corresponden al Vicerrectorado de Postgrados, y para su elaboración convoca la Comisión de Valoración del Progreso Académico del Alumnado, de la cual forman parte los responsables de todos los Másteres implantados en el centro. La gestión del sistema del general de valoración del progreso académico del alumnado corresponde a la Secretaría de cada centro. Esta unidad es la encargada de coordinar y controlar la ejecución y seguimiento de los procedimientos previstos, y de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

2. Procedimientos de valoración del progreso académico

● ***Seguimiento del ritmo académico.*** La asistencia a todas las actividades formativas previstas para cada materia en el plan de estudios correspondiente es obligatoria, y su cumplimiento objeto de control por parte de la Secretaría del centro a través de los medios técnicos destinados al efecto. Asimismo, el seguimiento en cada materia del Máster por parte de cada profesor comporta el registro informatizado de una serie de elementos, como son la presentación de trabajos y ejercicios de prácticas, la participación en talleres y seminarios, y la realización de pruebas. Los tutores tienen acceso a los registros individualizados de cada uno de sus tutorandos en ambos seguimientos, y deben utilizarlos en el desarrollo de su acción tutorial como elemento básico de información sobre el progreso académico del alumnado. Los responsables académicos de cada Máster tienen asimismo acceso a ambos registros y su explotación constituye la principal herramienta para la toma de sus decisiones y para la elaboración del informe previsto en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

● ***Pre-evaluaciones semestrales***. Una vez transcurrida la mitad de cada semestre académico, los responsables académicos de cada Máster convocan a todo el profesorado vinculado a las materias que se están impartiendo a reuniones organizadas por cursos. En esas reuniones, cada profesor expone su valoración del rendimiento y el progreso de cada alumno matriculado en su materia, siguiendo un modelo de informe normalizado en el que se consignan unas previsiones de resultados al finalizar el semestre. Del conjunto de información generada en estas reuniones surgen dos informes: por un lado los informes personalizados de cada alumno/a, que se trasladan al tutor correspondiente con el objeto de facilitar su acción tutorial; y por el otro los informes relativos al grupo/curso y los relativos a cada materia. El responsable académico de cada titulación es el destinatario de ambos, y su labor al respecto consiste en proponer medidas que contribuyan a mejorar el progreso y de los resultados de su alumnado, que deberá trasladar al Decanato del centro para su incorporación al informe previsto en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

3. Procedimientos de valoración de resultados académicos

● ***Evaluaciones semestrales.*** Al finalizar cada semestre académico, las materias impartidas son objeto de una evaluación final, cuya metodología se describe en la ficha correspondiente del apartado 5 de la presente memoria, y que en todo caso se somete al régimen previsto por el RD 1125/2003, de 5 de septiembre, para la calificación en las titulaciones universitarias de carácter oficial. Los resultados de dichas calificaciones permiten generar diversos informes estadísticos, así como previsiones en relación con la aplicación del régimen de permanencia y progreso en los estudios descrito en el apartado 1 de la presente memoria. Estos informes se encuentran tipificados y normalizados, y con ellos se dispone de una herramienta muy útil para la valoración multidimensional de los resultados académicos semestrales (por grados, por cursos, por materias, por actividades formativas, por tipologías del alumnado, etc..), y para la elaboración del informe previsto en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

● ***Evaluaciones anuales.*** Las evaluaciones anuales se conforman como pruebas globales vinculadas al conjunto de materias que articulan curso a curso la planificación de los estudios.

● ***Evaluación de las prácticas externas.*** De acuerdo con el artículo 12.6 del RD 1393/2007, las prácticas externas deben realizarse preferentemente en la segunda mitad del plan de estudios. La evaluación de las prácticas en instituciones o entidades externas es asimismo externa, pues se fundamenta en el informe elaborado por el tutor externo asignado al alumno en

csv: 62714467130405561281159

virtud del correspondiente convenio de cooperación. [Ver punto 9.3]

● ***Evaluación del Trabajo de Fin de Máster.*** De acuerdo con el artículo 12.7 del RD 1393/2007, el Trabajo de fin de Máster debe realizarse en la fase final del plan de estudios y estar orientado a la evaluación de competencias asociadas al título. La presentación y defensa del Trabajo de Fin de Máster requiere la autorización expresa del profesor/a asignado para su dirección y tutoría. La evaluación corresponde a una comisión de tres profesores, uno de los cuales, como mínimo, ha de ser de otra universidad, y la valoración final se conforma por la agregación de los elementos normalizados de valoración para las competencias asignadas a cada Máster.

● ***Evaluación de la formación y competencias metodológicas***. El departamento de Humanidades dispone de una oferta de talleres sobre metodología y técnicas de investigación como complemento de formación de los estudios de Máster. Los docentes que detecten alguna deficiencia del estudiante en este ámbito lo comunicará al alumno y a su tutor para que puedan planificar la asistencia a un taller formativo que se adecue a sus necesidades.

csv: 627144671304055612811159

9. SISTEMAS DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

Dada la limitación de espacio de la aplicación les remitimos al enlace que sigue a continuación:

http://www.uao.es/es/conocenos/calidad/sistema-garantia-interna-calidad

10. CALENDARIO

Viernes, 28 de octubre de 2011.
Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-5 horas

Viernes, 4 de noviembre de 2011.
Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. La Comunicación, el Periodismo y el Marketing digital: adaptación multimedia
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-5 horas

Viernes, 11 de noviembre de 2011.
Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital
Profesores: Josep Lluís del Olmo (elaboración del TFM)-2 horas
David Andreu, profesor de la UAO- 3 horas

Viernes, 18 de noviembre de 2011.
Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor: José Navarro-2,5 horas

Viernes, 25 de noviembre de 2011.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. El hombre máquina y la virtualización: ventajas e inconvenientes del entorno digital
Profesor: Jorge Martínez, profesor de la UAO-5 horas

Viernes, 2 de diciembre de 2011.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. El hombre máquina y la virtualización: ventajas e inconvenientes del entorno digital
Profesor: Jorge Martínez, profesor de la UAO-5 horas

Viernes, 16 de diciembre de 2011.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. El hombre máquina y la virtualización: ventajas e inconvenientes del entorno digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor: Jorge Martínez, profesor de la UAO-5 horas

Viernes, 13 de enero de 2012.
Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. La Comunicación, el Periodismo y el Marketing digital: adaptación multimedia
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Antonio Poyato, Internet Manager Sony España-2,5 horas

Viernes, 20 de enero de 2012.
Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor: José Navarro, profesor de la UAO y responsable de Evidentia-2,5 horas

Viernes, 27 de enero de 2012.

csv: 62714467130405561281159

Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Francisco Jiménez Jacinto, responsable de Redacción de ForumLibertas.com i Catdialeg.cat-2,5 horas

Viernes, 3 de febrero de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. La creación y la gestión de contenidos en Comunicación, Periodismo y Marketing Digital
Profesora empresa: Rosa Roy, Supervisora Estrategia y Comunicación Tiempo BBDO-2,5 horas

Viernes, 10 de febrero de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Tecnología multimedia para la Comunicación Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesora: Cristina Aced, profesora de la UAO-2,5 horas

Viernes, 17 de febrero de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesora: Cristina Aced, profesora de la UAO-5 horas

Viernes, 24 de febrero de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. La creación y la gestión de contenidos en Comunicación, Periodismo y Marketing Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesora: Cristina Aced, profesora de la UAO-2,5 horas

Viernes, 2 de marzo de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Tecnología multimedia para la Comunicación Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-5 horas

Viernes, 9 de marzo de 2012.
Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet (15 créditos obligatorios. La Comunicación, el Periodismo y el Marketing digital: adaptación multimedia
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-5 horas
Profesor: Joan López, director de Strategycomm-2,5 horas

Viernes, 16 de marzo de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-5 horas

Viernes, 23 de marzo de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Tecnología multimedia para la Comunicación Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Juan Carlos Valero, responsable de Redacción de ABC-2,5 horas

Viernes, 30 de marzo de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Tecnología multimedia para la Comunicación Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Juan Carlos Valero, responsable de Redacción de ABC-2,5 horas

Viernes, 13 de abril de 2012
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Tecnología multimedia para la Comunicación Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Francesc Camps-Norveta Consulting-2,5 horas

Viernes, 20 de abril de 2012.
Práctica y análisis de la Comunicación Digital. Géneros periodísticos digitales: hacia un nuevo paradigma
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Ignasi Castelló, colaborador de El Periódico de Catalunya-2,5 horas

Viernes, 27 de abril de 2012.

csv: 627144671304055612811159

Práctica y análisis de la Comunicación Digital. La creación y la gestión de contenidos en Comunicación, Periodismo y Marketing Digital
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Manuel Berga, Business Analyst en Nobel Biocare-2,5 horas

Viernes, 4 de mayo de 2012
Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Manuel Berga, Business Analyst en Nobel Biocare-2,5 horas

Viernes, 11 y 18 de mayo de 2012 (se harán del 8 al 10 de mayo en las XVII Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña-2012, Escola d'Enginyeria de la UAB-Invitación gratuita).
Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información; Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-10 horas (Jornadas)

Viernes, 25 de mayo de 2012
Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Antonio Poyato, Internet Manager Sony España-2,5 horas

Viernes, 1 de junio de 2012
Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Marc Camps-PC-Serveis-2,5 horas

Viernes, 8 de junio de 2012
Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Gonçal Bonhomme (Orange)-2,5 horas

Viernes, 15 de junio de 2012
Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: Josep Cabrera (Optral)-2,5 horas

Viernes, 22 de junio de 2012.
Empresa informativa y Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Comunicación digital. Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información
Profesor: Joan Francesc Fondevila, profesor de la UAO y director del CECABLE-2,5 horas
Profesor empresa: BPMO-2,5 horas

csv: 627144671304055612811159

4.5 Complementos Formativos

Complementos Formativos

Ver apartado 4.2.

5 Planificación de las Enseñanzas

5.1 Descripción del Plan de Estudios

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

5.1 Plan de estudios

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de asignatura:

TIPO DE ASIGNATURA	CRÉDITOS ECTS
Asignaturas obligatorias	40
Asignaturas optativas	0
Prácticas externas	10
Trabajo fin de máster	10
Total	60

Plan de estudios resumido (por materia):

Materia	Asignatura	Tipo	Semestre	Créditos ECTS
Materia 1: Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet 15 ECTS	Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias	OB	1	5
	La Comunicación digital: adaptación multimedia	OB	1	5
	Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital	OB	1	5
Materia 2: Práctica y análisis de la Comunicación Digital 15 ECTS	Tecnología multimedia para la Comunicación Digital	OB	1	2,5
	Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma	OB	1	2,5
	La creación y la gestión de contenidos en Comunicación Digital	OB	1	5
	El hombre máquina y la virtualización	OB	1	5
Materia 3: Nuevas Tecnologías aplicadas a la empresa informativa 10 ECTS	La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento	OB	2	5
	Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información	OB	2	2,5
	Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad	OB	2	2,5
Materia 4: Prácticas externas 10 ECTS	Prácticas externas	PE	2	10
Materia 5: Trabajo fin de máster 10 ECTS	Trabajo fin de máster	TFM	2	10

csv: 71164566040707917895991

5.2 Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de Evaluación

5.2.1 Actividades Formativas

Número:	Actividad Formativa:
1	Clases teóricas
2	Seminario
3	Taller
4	Prácticas externas
5	Trabajo en grupo
6	Trabajo autónomo
7	Elaboración y desarrollo de Blogs
8	Foros de tutorías

5.2.2 Metodologías Docentes

Número:	Metodología docente:
1	Método expositivo
2	Estudio de casos
3	Resolución de ejercicios y problemas
4	Estado de la cuestión
5	Diseño de proyectos
6	Aprendizaje cooperativo
7	Trabajo de síntesis
8	Contrato de aprendizaje autónomo

5.2.3 Sistemas de Evaluación

Número:	Sistema de Evaluación:
1	Pruebas tipo test
2	Pruebas de respuestas cortas
5	Participación activa del alumno
6	Ensayos o informes
8	Pruebas de ejecución de tareas
11	Memoria de prácticas
13	Defensa de trabajos de investigación
15	Parcticipación en foros de debate

5.3 Información Agrupada del Plan de Estudios

5.3.1 Total de Créditos Ofertados por Carácter de las Materias del Plan de Estudios

Tabla correspondiente a la suma de créditos ofertados según su carácter.

	ECTS
BÁSICAS (Sólo grado)	0
OBLIGATORIAS	40
OPTATIVAS	0
PRÁCTICAS EXTERNAS	10
TRABAJO FIN DE GRADO/MASTER	10
MIXTAS	0
SEGÚN ASIGNATURAS	0
Total:	**60**

5.3.2 Estructura del Plan de Estudios

Detalle de materias ofertadas y número de créditos.

Materia	ECTS
1 - Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet	15
2 - Práctica y análisis de la Comunicación Digital	15
3 - Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa	10
4 - Prácticas externas	10
5 - Trabajo fin de máster	10
Total:	**60**

5.3.3 Desarrollo del Plan de Estudios (Act. Form., Met. Docentes, Sist. Evaluación y Competencias)

Actividades formativas, metodologías docentes, sistemas de evaluación y competencias para cada una de las asignaturas ofertadas.

	Carácter	ECTS	Act. Formativas		Met. Docentes	Sist. Evaluación			Competencias		
			Cód:	Presencialidad:	Cód:	Cód:	Pond. Min.:	Pond. Max.:	Gen.	Esp.	Transv.
1 - Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet	OBLIGATORIA	15	1	100	1	1	5.0	20.0	CB6	CE1	CT1
			2	100	2	2	5.0	20.0	CB7	CE3	CT2
			3	100	3	5	5.0	20.0	CB8	CE5	CT3
			6	100	4	8	5.0	20.0	CB9	CE6	
			7	0		15	5.0	20.0	CB10	CE8	
			8	0					CG1	CE9	
			5	100					CG3		
									CG4		
									CG6		
2 - Práctica y análisis de la Comunicación Digital	OBLIGATORIA	15	1	100	1	2	5.0	40.0	CB6	CE1	CT1
			2	100	2	5	5.0	30.0	CB7	CE4	CT2
			3	100	3	15	5.0	30.0	CB8	CE5	CT3
			6	100	6				CB9	CE6	
			7	0					CB10	CE7	
			8	0					CG1	CE8	
			5	100					CG2	CE9	
									CG3		
									CG4		
									CG5		
3 - Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa	OBLIGATORIA	10	1	100	1	2	5.0	40.0	CB6	CE2	CT1
			2	100	2	5	5.0	30.0	CB7	CE5	CT2
			3	100	3	15	5.0	30.0	CB8	CE6	CT3
			5	100	4				CB9	CE7	
			6	0					CB10		

			7	0					CG1		
			8	0					CG2		
									CG3		
									CG4		
4 - Prácticas externas	PRÁCTICAS EXTERNAS	10	Cód:	Presencialidad:	Cód:	Cód:	Pond. Min.:	Pond. Max.:	Gen.	Esp.	Transv.
			4	0	6	6	10.0	20.0	CB6	CE1	CT1
					8	11	60.0	80.0	CB7	CE2	CT3
									CB8	CE3	CT2
									CB9	CE4	
									CG1	CE5	
									CG2	CE6	
									CG3	CE7	
									CG4	CE8	
									CG5	CE9	
									CB10		
5 - Trabajo fin de máster	TRABAJO FIN DE MÁSTER	10	Cód:	Presencialidad:	Cód:	Cód:	Pond. Min.:	Pond. Max.:	Gen.	Esp.	Transv.
			6	0	5	6	70.0	80.0	CB6	CE1	CT1
			8	30	7	13	30.0	30.0	CB7	CE3	CT2
									CB8	CE4	CT3
									CB9	CE5	
									CB10	CE7	
									CG1	CE8	
									CG2	CE9	
									CG3		
									CG4		
									CG5		

5.3.4 Desarrollo del Plan de Estudios (Desp. Temporal, Contenidos, Resultados Aprendizaje y Observaciones)

Contenidos, resultados de aprendizaje y observaciones correspondientes a cada una de las materias ofertadas.

	Carácter	ECTS	Desp. Temporal	Detalles	
1 - Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet	OBLIGATORIA	15	Semestral en los periodos: • 1	Contenidos	Panorama mundial de la Comunicación Digital: Análisis teórico y práctico sobre el estado de la cuestión de la comunicación digital en Cataluña, España, Europa y el resto del mundo. Tipos de modelos modelos de producción y de negocio digital, convivencia entre periódicos "pure player" (nacidos y existentes sólo en Internet) y periódicos que combinan la versión en papel y la digital. La Comunicación digital: adaptación multimedia: Estudio de la teoría de la comunicación y las fórmulas de adaptación del periodismo y el marketing digital al entorno multimedia. De las teorías clásicas a la Sociedad de la Banda Ancha, Sociedad de la Información y el Conocimiento, Sociedad Digital, Sociedad en red. Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital: Tipos de plataformas, programas informáticos, necesidades de banda ancha, modificaciones en los sistemas de producción y distribución, posicionamiento en Internet, SEO y SEM.
				Resultados de aprendizaje	Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de: Descubrir la raíz, la evolución y los efectos de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, y las diversas denominaciones de esa sociedad, de forma integrada pero con los consiguientes matices si debe elaborar contenidos o marcos teóricos; Conocer las causas de la aparición de Internet y su impacto social y económico en el ciudadano y en la empresa, desde diversos puntos de vista. Combinar datos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento en las diversas zonas del mundo, reflexionar sobre las responsabilidades sociales o éticas y aplicar estrategias profesionales en función del país, la zona o la región en cuestión. Analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital a partir del conocimiento general sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento y desde diversas perspectivas. Utilizar básicamente las Nuevas Tecnologías de la Comunicación Digital, implementar soluciones y actualizar sus conocimientos. Describir con ejemplos aplicaciones digitales de herramientas tecnológicas a partir de casos prácticos. Aplicar herramientas prácticas de la Sociedad digital en una empresa tradicional (periodismo y publicidad). Demostrar comprensión para comparar realidades de países con tecnologías muy dispares a partir de fuentes diversas. Integrar capacidad de análisis de cambios en aplicaciones digitales empresariales en función de los casos expuestos. Comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico, y a públicos no especializados, a partir de los conocimientos adquiridos mediante teoría y práctica.
2 - Práctica y análisis de la Comunicación Digital	OBLIGATORIA	15	Semestral en los periodos: • 1	Contenidos	Tecnología multimedia para la Comunicación Digital: Análisis teórico-práctico sobre la tecnología multimedia necesaria para llevar a cabo con éxito un proyecto de periodismo y marketing digital y nuevas tecnologías y de posicionamiento en Internet. Se llevarán a cabo prácticas informáticas para conocer las herramientas diferenciales del negocio en la Red. Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma: Análisis sobre la adaptación de los géneros periodísticos clásicos a la praxis del periodismo digital. Géneros informativos, interpretativos, de opinión, dialógicos. Adaptación de géneros, hibridación de géneros, advenimiento de nuevos géneros rentables para la empresa (blogs, newsletter) y nuevas fuentes que impactan en los géneros (periodismo participativo). Mediamorfosis. Creación y gestión de contenidos en Comunicación Digital: Estudio sobre las fórmulas de gestionar los contenidos creados en el entorno de la comunicación, el periodismo y el marketing digital. El fenómeno de la digitalización y la convergencia. El universo multiplataforma: IMS, UC, always on. Se estudiarán las fuentes de información en el Periodismo Digital: tipos de documentación, el factor rapidez, tipos de hipertextualidad, criterios de establecimiento de enlaces, tipologías y distribución estadística de la hipertextualidad. Análisis sobre las fórmulas de creación de un entorno digital, desde un punto de vista teórico (metalenguaje, web semántica) y desde un punto de vista práctico (blog, página

					web especializada). Análisis de las tendencias en el sector del periodismo digital: nuevas fórmulas de producción, nuevos modelos de negocio (freemium, utility, micropagos, franquicias), nuevos géneros periodísticos. Hombre máquina y la virtualización: entajas e inconvenientes del entorno digital. Análisis humanístico sobre el impacto de la digitalización y la consolidación de entorno virtuales en el ser humano. El concepto de hombre máquina y las ventajas e inconvenientes de la sociedad digital.
				Resultados de aprendizaje	Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de: Describir con casos concretos herramientas prácticas integradas de comunicación (periodismo y marketing) digital y actualizar sus conocimientos y habilidades en función de las líneas teóricas que se les han transmitido. Demostrar tanto en supuestos teóricos como aplicados la comprensión de las nuevas prácticas de periodismo y marketing digital, de forma que puedan crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales. Utilizar correctamente y de forma creativa las herramientas multimedia para el periodismo y el marketing digital gracias a las prácticas llevadas a cabo. Describir y desarrollar, a partir de casos de éxito, aplicaciones multimedia rentables para la empresa. Desarrollar el conocimiento y el cultivo práctico de los géneros periodísticos digitales aplicables a la difusión del mensaje empresarial mediante contenidos web, blogs o redes sociales, a partir de uso de fuentes de información y teniendo en cuenta los condicionantes del derecho de la información. Identificar factores de impacto de los blogs en la comunicación digital empresarial y elaborar un plan de actuación en este sentido. Demostrar la comprensión del impacto del newsletter en la comunicación digital empresarial y elaborar un plan de actuación en este sentido. Demostrar conocimiento en la creación y la gestión de contenidos en Comunicación y Periodismo Digital y elaborar un plan de actuación en este sentido, teniendo en cuenta el factor condicionante de la banda ancha, como por ejemplo en el caso de la incrustación de vídeo que dé lugar a streaming. Describir con ejemplos la virtualización en la empresa y las ventajas e inconvenientes del entorno digital, y explicarlo a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico o a públicos no especializados.
3 - Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa	OBLIGATORIA	10	Semestral en los periodos: • 2	Contenidos	La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento: Análisis sobre la estrategia empresarial a emprender por parte de una empresa informativa en el entorno de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Parámetros de estudio y rentabilidad. Elaboración de un Business Plan y de un estudio de mercado. Impacto de la digitalización en el sector de la Administración pública, la empresa y la asociación. Necesidad de contenidos en el Estado del bienestar y en el e-business. El teletrabajo. Estudios sobre el impacto de los sistemas de información (encabezados por la gestión del conocimiento) en el periodismo digital. Sistema de procesamiento de transacciones (TPS), Sistemas de información gerencial (MIS), Sistemas de soporte a decisiones (DSS), Sistemas de información ejecutiva (EIS), Sistemas de automatización de oficinas (OAS), Sistema experto (SE), Sistema de Planificación de Recursos (ERP), CRM, SCM. Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información: Análisis sobre las tendencias en tecnología de la Sociedad de la Información. Triple play y quadruple play. Movilidad total. Periodismo multiplataforma. Podcasting. Periodismo móvil. Estudio sobre el fenómeno de concentración empresarial a raíz de la digitalización y la convergencia tecnológica. Posibles beneficios subyacentes, economías de escala, costes de oportunidad. Parametrización por servicios. Grandes grupos multimedia y empresariales. Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad: Análisis sobre el impacto de la banda ancha en el periodismo, el marketing y la empresa digital. Condicionantes de producción. Condicionantes de recepción. Sinergias medios de comunicación de masas-operadores de telecomunicación. SLA y CIR. Micropagos. Tipo de tecnología a implantar en los medios de comunicación (xDSL, HFC, FTTx, PLC, microondas).
				Resultados de aprendizaje	Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de: Describir casos de TIC aplicadas a la empresa informativa a partir de los casos expuestos. Demostrar conocimiento y comprensión de las estrategias de marketing en Internet en la empresa en la Sociedad del Conocimiento. Demostrar la capacidad de crear recursos comunicativos rentables en la empresa y contenidos digitales a partir de la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital. Crear aplicaciones de comunicación en Internet para la empresa; Proponer soluciones innovadoras en el campo de la Sociedad de la Información a partir de casos de éxito y de las tendencias tecnológicas multimedia.

					Demostrar conocimiento de implantaciones tecnológicas multimedia en la comunicación digital empresarial. Desarrollar espíritu emprendedor para crear nuevas empresas a partir de simulaciones de empresa digita. Argumentar el conocimiento de los factores telecomunicativos de banda ancha (bit/byte, factores de conversión, evolución de los patrones de banda ancha, leyes de Gilder, Metcalfe, Moore…) que impactan en la comunicación empresarial. Crear soluciones de comunicación digital teniendo en cuenta la banda ancha (streaming). Diseñar proyectos de Comunicación Digital rentables para la empresa en función de los modelos que se habrán expuesto.
4 - Prácticas externas	PRÁCTICAS EXTERNAS	10	Semestral en los periodos: • 2	Contenidos	Realización de prácticas y elaboración de una Memoria en la que el alumnado refleje la asunción de los contenidos teórico-prácticos impartidos en las asignaturas previas.
				Resultados de aprendizaje	Que el alumno sea capaz de demostrar aplicación sobre Comunicación Digital y TIC mediante unas prácticas externas.
				Observaciones	La Universitat Abat Oliba CEU considera las prácticas externas un elemento clave para el pleno desarrollo de la formación y el futuro profesional del alumnado. Con esta convicción, el programa de este título prevé las prácticas externas como una asignatura de carácter obligatorio, además de la posibilidad de realizar prácticas voluntarias, así como un sistema de gestión y de control de la calidad de las prácticas externas. **1. Órgano responsable.** El diseño y la planificación del sistema de garantía de la calidad de las prácticas externas corresponden al Decanato o Dirección de cada centro de la Universidad, y para su elaboración convoca la Comisión de Prácticas y Empleo de la Facultad, de la cual forman parte el Decano/a, el Director/a del Servicio de Prácticas y Empleo, la dirección académica del título y un representante de la Unidad de Calidad. La gestión del sistema de garantía de la calidad de las prácticas externas corresponde al Servicio de Prácticas y Empleo, que es el responsable de coordinar y controlar la ejecución y seguimiento de los procedimientos previstos, y de elaborar anualmente los informes previstos en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad. **2. Contenidos del sistema de prácticas externas.** En la Universitat Abat Oliba CEU existen dos modalidades de prácticas externas: • Prácticas obligatorias: asignatura de carácter obligatorio a desarrollar en una empresa, despacho profesional o institución pública. • Prácticas voluntarias: se realiza al margen del expediente académico y permite la incorporación del estudiante en una empresa, despacho profesional o institución pública durante un período máximo de 500 horas a razón de 4 o 5 horas diarias, en el horario alternativo a sus estudios. El contenido y requisitos de las prácticas voluntarias se rigen por lo dispuesto en el Real Decreto 1845/1994, de 9 de septiembre, por el que se actualiza el Real Decreto 1497/1981, de 19 de junio, sobre programas de cooperación educativa. La organización del proceso tiene elementos comunes pero también presenta diferencias según se trate de prácticas obligatorias o prácticas voluntarias por lo que se expone por separado. **3. Procedimiento de las prácticas obligatorias.** La realización de las prácticas comporta la ejecución de los procedimientos que se detallan a continuación: • Búsqueda de empresas o instituciones: El Servicio de Prácticas y Empleo durante el año realiza una búsqueda de empresas o instituciones que, en función del plan estratégico del Servicio, diseñado por la Comisión de Prácticas y Empleo, se desea incorporar como futuros oferentes de plazas de prácticas. • Información para las empresas: Las empresas, despachos profesionales o instituciones públicas tienen información del programa de prácticas de la Universidad a través de las siguientes acciones del Servicio de Prácticas y Empleo: correos electrónicos a inicio de curso con información actualizada del acceso y características de la plataforma digital mediante la cual se gestionan las ofertas de prácticas y los c-v de los estudiantes a todas las empresas, despachos profesionales e instituciones colaboradores del programa de prácticas externas de la Universitat Abat Oliba CEU; visitas a las empresas, despachos profesionales y/o instituciones que se desea incorporar en el programa de prácticas. En estas visitas se informa personalmente al Director/a o al responsable de RRHH o de incorporación de becarios, acerca del programa de prácticas obligatorias y prácticas voluntarias y se entrega un dossier informativo de la Universidad así como el propio del Servicio de Prácticas y Empleo con toda la información tanto de las actividades del Servicio, como de los procedimientos para publicar ofertas y realizar convenios de prácticas con estudiantes, como la relación actualizada de empresas e instituciones colaboradoras; al gestionarse las prácticas externas a través de una plataforma digital on

line, cualquier empresa o institución puede acceder a través de un buscador de internet a la web de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. En la mencionada plataforma, en el espacio destinado a las empresas aparece toda la información acerca de cómo publicar una oferta, la normativa de los convenios de prácticas, cómo rellenar un convenio de prácticas, las personas de contacto del Servicio de Prácticas y Empleo y las principales dudas acerca del proceso.

- Acceso para las empresas: El acceso a la plataforma digital de gestión de prácticas de la Universitat Abat Oliba CEU es gratuito y abierto si bien, para garantizar su calidad y adecuación a los estudios impartidos, cada oferta es validada por las personas responsables del Servicio de Prácticas y Empleo. La empresa al acceder por primera vez a la plataforma digital deberá rellenar el formulario de alta y aceptar las condiciones de privacidad; automáticamente, el sistema le generará un código de usuario y una contraseña para introducir las ofertas. A continuación podrá cumplimentar el formulario de la oferta. www.uao.es / Prácticas y Empleo / Bolsa de Trabajo/ Publicar ofertas/ Ofertas de prácticas.
- Información para el alumnado: El Servicio de Prácticas y Empleo es el responsable de elaborar el material para informar a los estudiantes de la oferta de prácticas así como de su difusión. El alumnado recibe la información que se detalla por los siguientes canales: en la primera quincena del mes de septiembre los responsables del Servicio de Prácticas y Empleo realizan unas sesiones informativas para el alumnado sobre las prácticas para explicar su gestión, la asignación de las plazas y el compromiso del estudiante en prácticas. Una vez informados, en la segunda quincena del mes de septiembre, el Servicio de Prácticas y Empleo publica la oferta de plazas; en la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU, en el espacio destinado a estudiantes, en el apartado de consulta las ofertas de Prácticas, el estudiante selecciona sus estudios y accede a toda la información acerca de las Prácticas en general y de las particularidades de su titulación; el Servicio de Prácticas y Empleo permanece abierto desde las 9:00 hasta las 20:00 para dar información y atender individualmente a cada estudiante.
- Acceso para el alumnado: Para acceder a una oferta de prácticas, el estudiante debe darse de alta en la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. Para ello deberá cumplimentar un formulario de alta en el que deberá hacer constar sus datos personales, experiencia, formación, conocimiento de idiomas, otros datos específicos y preferencias incluyendo su currículum. [www.uao.es Prácticas y Empleo –Bolsa de Trabajo – Date de alta]
- Solicitud del alumnado: El alumno/a se inscribe a la oferta u ofertas que son de su interés a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo. La empresa recibe la ficha del alumno/a inscrito junto con su currículum y si le interesa el candidato le realiza una entrevista.
- Convenio: Si como consecuencia de la entrevista el estudiante es seleccionado, la empresa solicita a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo un convenio de Prácticas. Una vez que la persona del Servicio de Prácticas y Empleo responsable de la gestión del convenio verifica todos los datos y comprueba su adecuación tanto a la normativa académica como al contenido de los estudios procede a su aceptación. Finalmente, firman el convenio el estudiante, el representante legal de la empresa y el Secretario General de la Universitat Abat Oliba CEU. Asimismo, tanto el estudiante como el representante legal de la empresa firman el compromiso del estudiante en prácticas. Una vez firmado el convenio, la persona responsable de la gestión del convenio comunica por correo electrónico a la responsable de Administración, la compañía de seguros con los datos principales del alumno/a.
- Asignación del Tutor académico y Tutor de la empresa: El estudiante que realiza las prácticas cuenta con una doble ayuda: el tutor/a académico, que es un docente de la Universidad, y el tutor de la empresa donde realiza las prácticas. Los responsables del Servicio de Prácticas y Empleo asignan el tutor/a académico al alumno, en función del área de conocimiento a la que se adscriba el programa de Prácticas de ese convenio en concreto. Previamente, durante los meses de junio y julio, la dirección académica del título ha designado a los colaboradores de las distintas áreas que serán tutores académicos con el visto bueno del Decano. Asimismo, en el mes de Septiembre, el Decano/a convoca una reunión con los tutores académicos y el Servicio de Prácticas y Empleo, con el objetivo de determinar los procedimientos de trabajo y de flujo de información.
- Las funciones del tutor académico consisten en: hacer un seguimiento de las tareas que realiza el estudiante en sus prácticas para comprobar la adecuación de las mismas a sus estudios y garantizar el máximo aprovechamiento de la estancia; solventar los problemas e incidencias que puedan ocurrir durante el periodo de prácticas; contactar con el tutor/a de la empresa para recoger su opinión acerca de los puntos fuertes y aspectos a mejorar tanto de los conocimientos teóricos como instrumentales del alumno/a; y evaluar las memorias del alumno/a de prácticas teniendo en cuenta el informe de valoración del tutor/a de la empresa y el informe realizado a mitad de las prácticas por el mismo profesor/a. La empresa es la responsable de designar el tutor/a de la empresa tal como se establece en el convenio y el Servicio de Prácticas y Empleo de comunicarlo al alumno/a. Las funciones del tutor/a de la empresa son: dirigir, supervisar y asesorar las actividades del estudiante durante su estancia en la empresa o institución; transmitir, al tutor/a académico que tiene asignado el alumno/a, los puntos fuertes y débiles de los conocimientos teóricos e instrumentales del alumno/a según ha podido comprobar a lo largo de las prácticas; rellenar un informe que le facilita el Servicio de Prácticas y Empleo, valorando las competencias y habilidades ejercitadas y demostradas por el alumno/a durante el desarrollo de las prácticas; y en caso de darse alguna incidencia, notificarla al Servicio de Prácticas y Empleo.
- Documentación de las prácticas: Desde el Servicio de Prácticas y Empleo se envía, a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo, un e-mail estandarizado al estudiante que ha firmado el convenio, donde se detalla la plaza adjudicada, la Empresa, el nombre del tutor de la empresa, las fechas de inicio y finalización de las prácticas, el nombre del tutor/a académico que se le ha asignado, la información-plantilla de la memoria que debe completar al finalizar la práctica, y las fechas de entrega de la misma en el Servicio de Prácticas y Empleo. También, desde el Servicio de Prácticas y Empleo se envía, a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo, un e-mail el tutor/a académico

con el nombre del alumno/a que tendrá como tutorando, con sus datos de móvil, e-mail, empresa que se le adjudica, fechas de las prácticas en dicha empresa, y nombre y apellidos del Tutor/a de Empresa con su móvil y e-mail para que se ponga en contacto.

- Seguimiento de las prácticas: Aproximadamente a mitad de las prácticas (mes y medio), se generará automáticamente desde la plataforma digital, un segundo e-mail al tutor académico con redactado estándar, en el que se le adjunta la plantilla de conocimientos del alumno/a, para que la cumplimente/procese con la información que debe obtener tras una conversación telefónica o personal con el tutor/a de la empresa. En esta plantilla se reflejan los puntos fuertes y débiles del alumno tanto de los conocimientos teóricos como instrumentales. Quince días antes de la finalización de las prácticas, el Servicio de Prácticas y Empleo envía a través de la plataforma digital un e-mail al tutor/a de la empresa adjuntándole un informe de valoración de las competencias aplicadas y desarrolladas por el alumno durante práctica. Este informe deberá retornarlo al Servicio de Prácticas y Empleo. El último día lectivo del semestre el alumno/a entrega la memoria de prácticas en el Servicio de Prácticas y Empleo.
- Evaluación de las prácticas: El Servicio de Prácticas y Empleo entregan a los tutores académicos las memorias de sus tutorandos junto con el informe de valoración del tutor/a de la empresa y el informe que ellos mismos cumplimentaron, a mitad de las prácticas, fruto de su interlocución con el tutor/a de la empresa. Los profesores evalúan las memorias y las devuelven al Servicio de Prácticas y Empleo.
- Incidencias: Ante cualquier incidencia que se produzca a lo largo de las prácticas incluido el abandono del mismo por parte del alumno/a o la rescisión del convenio por parte de la empresa, el Servicio de Prácticas y Empleo informa inmediatamente al tutor/a académico y al responsable del título, siendo a éste último a quién corresponde la resolución del problema.
- Valoración de la satisfacción: Al finalizar las prácticas, el Servicio de Prácticas y Empleo solicita al alumno/a que cumplimente una encuesta en la que se le pregunta acerca de cómo valora la aplicación informática del Servicio de Prácticas y Empleo, el propio Servicio, las ofertas de prácticas, el tutor/a académico, el tutor/a de la empresa y la realización de la propia práctica. A partir de los resultados de las encuestas de satisfacción, el Servicio de Prácticas y Empleo realiza el correspondiente informe de valoración y propuesta de mejora, que eleva al Decanato y a la Comisión de Prácticas y Empleo para su consideración.

4. Procedimiento de las prácticas voluntarias

- Búsqueda de empresas o instituciones: El Servicio de Prácticas y Empleo durante el año realiza una búsqueda de empresas o instituciones que, en función del plan estratégico del Servicio, diseñado por la Comisión de Prácticas y Empleo, se desea incorporar como futuros oferentes de plazas de prácticas.
- Información para las empresas: Las empresas, despachos profesionales o instituciones públicas tienen información del programa de prácticas de la Universidad a través de las siguientes acciones del Servicio de Prácticas y Empleo:

a) Correos electrónicos a inicio de curso con información actualizada del acceso y características de la plataforma digital mediante la cual se gestionan las ofertas de prácticas y los c-v de los estudiantes a todas las empresas, despachos profesionales e instituciones colaboradores del programa de prácticas externas de la Universitat Abat Oliba CEU.

b) Visitas a las empresas, despachos profesionales y/o instituciones que se desea incorporar en el programa de prácticas. En estas visitas se informa personalmente al Director/a o al responsable de RRHH o de incorporación de becarios, acerca del programa de prácticas obligatorias y prácticas voluntarias y se entrega un dossier informativo de la Universidad así como el propio del Servicio de Prácticas y Empleo con toda la información tanto de las actividades del Servicio, como de los procedimientos para publicar ofertas y realizar convenios de prácticas con estudiantes, como la relación actualizada de empresas e instituciones colaboradoras.

c) Al gestionarse las prácticas externas a través de una plataforma digital on line, cualquier empresa o institución puede acceder a través de un buscador de internet a la web de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. En la mencionada plataforma, en el espacio destinado a las empresas aparece toda la información acerca de cómo publicar una oferta, la normativa de los convenios de prácticas, cómo rellenar un convenio de prácticas, las personas de contacto del Servicio de Prácticas y Empleo y las principales dudas acerca del proceso.

- Acceso para las empresas: El acceso a la plataforma digital de gestión de prácticas de la Universitat Abat Oliba CEU es gratuito y abierto si bien, para garantizar su calidad y adecuación a los estudios impartidos, cada oferta es validada por las personas responsables del Servicio de Prácticas y Empleo. La empresa al acceder por primera vez a la plataforma digital deberá rellenar el formulario de alta y aceptar las condiciones de privacidad; automáticamente, el sistema le generará un código de usuario y una contraseña para introducir las ofertas. A continuación podrá cumplimentar el formulario de la oferta. www.uao.es / Prácticas y Empleo / Bolsa de Trabajo/ Publicar ofertas/ Ofertas de prácticas.
- Información para el alumnado: El Servicio de Prácticas y Empleo es el responsable de elaborar el material para informar a los estudiantes de la oferta de prácticas así como de su difusión. El alumnado recibe la información que se detalla por los siguientes canales:

a) En la página web de la Universitat Abat Oliba CEU, el Servicio de Prácticas y Empleo mantiene un apartado actualizado anualmente sobre la oferta de prácticas, incluidas las prácticas internacionales.

b) En la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU, en el espacio destinado a estudiantes, en el apartado de prácticas, el estudiante encuentra información acerca de en qué consisten las prácticas, principales dudas y puede consultar todas las ofertas actuales, nacionales e internacionales.

c) El Servicio de Prácticas y Empleo permanece abierto desde las 9:00 hasta las 20:00 para dar información y atender individualmente a cada estudiante.

- Acceso para el alumnado: Para acceder a una oferta de prácticas voluntarias, el estudiante debe darse de alta en la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo de la Universitat Abat Oliba CEU. Para ello deberá cumplimentar un formulario de alta en el que deberá hacer constar sus datos personales, experiencia, formación, conocimiento de idiomas, otros datos específicos y preferencias incluyendo su currículum. [www.uao.es Prácticas y Empleo –Bolsa de Trabajo – Date de alta]
- Requisitos de participación: El estudiante debe haber superado el 50% de los créditos de su titulación para inscribirse en la oferta de prácticas voluntarias.
- Solicitud del alumnado: El alumno/a se inscribe a la oferta u ofertas que son de su interés a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo. La empresa recibe la ficha del alumno/a inscrito junto con su currículum y si le interesa el candidato le realiza una entrevista.
- Convenio: Si como consecuencia de la entrevista el estudiante es seleccionado, la empresa solicita a través de la plataforma digital de la Bolsa de Trabajo un convenio de prácticas voluntarias. Una vez que la persona del Servicio de Prácticas y Empleo responsable de la gestión del convenio verifica todos los datos y comprueba que el estudiante efectivamente haya superado el 50% de los créditos de su titulación procede a su aceptación. Finalmente, firman el convenio el estudiante, el representante legal de la empresa y el Director/a del Servicio de Prácticas y Empleo de la Universitat Abat Oliba CEU. Una vez firmado el convenio, la persona responsable de la gestión del convenio comunica por correo electrónico a la responsable de Administración, el seguro con los datos principales del alumno/a y la fecha de inicio y fin de la práctica.
- Incidencias: Durante el transcurso de las prácticas cualquier incidencia que se pueda producir la resuelve el Servicio de Prácticas y Empleo.
- Valoración de la satisfacción: Al finalizar las prácticas voluntarias, el Servicio de Prácticas y Empleo solicita al alumno/a que cumplimente una encuesta en la que se le pregunta acerca de cómo valora la aplicación informática del Servicio de Prácticas y Empleo, el propio Servicio, las ofertas de prácticas, el tutor/a de la empresa y la realización de la propia práctica. A partir de los resultados de las encuestas de satisfacción, el Servicio de Prácticas y Empleo realiza el correspondiente informe de valoración y propuesta de mejora, que eleva al Decanato y a la Comisión de Prácticas y Empleo para su consideración.

5. Rendición de cuentas, revisión y mejora de la gestión de las prácticas
Elaboración de la memoria: Durante el mes de julio, el Servicio de Prácticas y Empleo presenta la Memoria del curso al Decanato. En el apartado correspondiente a las prácticas se facilita la siguiente información:

a) Total de plazas gestionadas por titulación

b) Relación de empresas e instituciones que han participado en el programa de prácticas en cada titulación.

c) Relación de nuevas empresas conseguidas durante el curso en cumplimiento del plan estratégico.

d) Gráficos y análisis de la valoración de los tutores de las empresas para cada titulación.

e) Relación de la información que ofrecen los tutores de las empresas acerca de los puntos fuertes y débiles del estudiante para cada titulación.

f) Análisis y gráficos de los resultados de la encuesta de satisfacción pasada a los alumnos que han realizado las prácticas acerca de la calidad del Servicio de Prácticas y Empleo, del procedimiento y de la plaza de prácticas.

En el apartado correspondiente a las prácticas voluntarias se facilita la siguiente información:

a) Gráfico de distribución de ofertas por titulación

b) Ratio ofertas/ alumnos de segundo ciclo por titulación

c) Análisis y gráfico para cada titulación de las siguientes variables que aparecen en las ofertas: área de trabajo; conocimiento de lenguas extranjeras que se requiere para acceder a la práctica, conocimiento de programas informáticos que se requieren para acceder a la práctica; competencias y habilidades que podrá adquirir y/o desarrollar el estudiante a lo largo de la práctica; remuneración

d) Relación de prácticas internacionales ofertadas

e) Gráfico con el total de convenios distribuidos por titulación

f) Relación de convenios por titulación y tipo de convenio

g) Análisis y gráficos de los resultados de la encuesta pasada a los alumnos que han realizado las prácticas voluntarias acerca de la calidad del Servicio de Prácticas y Empleo, del procedimiento y de las propias prácticas.
Difusión de la memoria: El sistema interno de garantía de la calidad establece que la memoria del Servicio de Prácticas y Empleo debe llegar a:

					a) El Decanato. b) La dirección académica del título. c) La Comisión de Prácticas y Empleo, que la tomará en consideración al realizar la revisión y mejora del sistema de gestión de las prácticas externas. d) Secretaría del Centro para el Sistema de análisis de la satisfacción con los estudios (Ver punto 9.5). e) Los resultados de la memoria se publican en la página web de la Universidad, en el apartado del Servicio de Prácticas y Empleo. Asimismo, el Servicio de Marketing y Desarrollo corporativo utiliza los datos estadísticos, las ratios ofertas/ estudiantes por titulación e información relativas a las empresas de los distintos sectores en las campañas informativas sobre la Universidad. • Informe sobre las prácticas: Además de la memoria, el Servicio de Prácticas y Empleo elabora un informe para la dirección académica del título sobre los estudiantes que han realizado las prácticas. En dicho documento se detallan los puntos fuertes y las sugerencias de mejora tanto de los conocimientos teóricos como instrumentales apuntados por los Tutores de las Empresas y recogidos por el tutor/a académico con el objeto que revierta en una mejora continua del plan de estudios. • Revisión y mejora: La Comisión de Prácticas y Empleo se reúne al finalizar el curso académico para analizar los resultados de la gestión de las prácticas externas de acuerdo con los datos de la Memoria. A partir de este análisis se elabora un documento de revisión y mejora, que se convierte en el plan de acción para el curso próximo. Al iniciar el siguiente curso la Comisión se reúne para implementar el plan de acción diseñado.
5 - Trabajo fin de máster	TRABAJO FIN DE MÁSTER	10	Semestral en los periodos: • 2	Contenidos	Elaboración de un Trabajo de fin de máster (TFM) sobre Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías en el que el alumnado refleje la asunción de los contenidos teórico-prácticos impartidos en las asignaturas previas, demuestre capacidad para integrar los conocimientos y de implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo.
				Resultados de aprendizaje	Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de: Demostrar conocimiento y comprensión sobre Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías mediante un trabajo de investigación.

5.3.5 Despliegue Temporal Plan de Estudios

5.3.5.1 Trimestrales

No existen materias con este tipo de despliegue temporal.

5.3.5.2 Cuatrimestrales

No existen materias con este tipo de despliegue temporal.

5.3.5.3 Semestrales

	Primer Semestre			Segundo Semestre		
Primer curso	Materia	Tipo	ECTS	Materia	Tipo	ECTS
	1 - Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet	OBLIGATORIA	15	3 - Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa	OBLIGATORIA	10
	2 - Práctica y análisis de la Comunicación Digital	OBLIGATORIA	15	4 - Prácticas externas	PRÁCTICAS EXTERNAS	10
				5 - Trabajo fin de máster	TRABAJO FIN DE MÁSTER	10

5.3.5.4 Anuales

No existen materias con este tipo de despliegue temporal.

5.3.5.5 Semanales

No existen materias con este tipo de despliegue temporal.

5.3.5.6 Sin Despliegue Temporal Especificado

No existen materias sin despliegue temporal.

5.3.6 Desarrollo del Plan de Estudios (Asignaturas)

Asignaturas correspondientes a cada una de las materias ofertadas.

	Carácter	ECTS	Desp. Temporal	Asignaturas		
1 - Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet	OBLIGATORIA	15	Semestral en los periodos: • 1	Denominación	Tipo	Lenguas
				1 - Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
				2 - La Comunicación digital: adaptación multimedia	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
				3 - Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
2 - Práctica y análisis de la Comunicación Digital	OBLIGATORIA	15	Semestral en los periodos: • 1	Denominación	Tipo	Lenguas
				1 - Tecnología multimedia para la Comunicación Digital	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
				2 - Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
				3 - La creación y la gestión de contenidos en Comunicación Digital	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
				4 - El hombre máquina y la virtualización	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
3 - Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa	OBLIGATORIA	10	Semestral en los periodos: • 2	Denominación	Tipo	Lenguas
				1 - La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
				2 - Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información	OBLIGATORIA	• castellano • catalan
				3 - Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad	OBLIGATORIA	• castellano • catalan • ingles
4 - Prácticas externas	PRÁCTICAS EXTERNAS	10	Semestral en los periodos: • 2	Denominación	Tipo	Lenguas
				1 - Prácticas externas	PRÁCTICAS EXTERNAS	• castellano • catalan
5 - Trabajo fin de máster	TRABAJO FIN DE MÁSTER	10	Semestral en los periodos: • 2	Denominación	Tipo	Lenguas
				1 - Trabajo fin de máster	TRABAJO FIN DE MÁSTER	• castellano

5.3.7 Tabla de Competencias Generales por Materia

		COMPETENCIAS GENERALES					
		CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6
	Mat.1	X		X	X		X
	Mat.2	X	X	X	X	X	
	Mat.3	X	X	X	X		
	Mat.4	X	X	X	X	X	
	Mat.5	X	X	X	X	X	

5.3.8 Tabla de Competencias Específicas por Materia

		COMPETENCIAS ESPECÍFICAS								
		CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9
	Mat.1	X		X		X	X		X	X
	Mat.2	X			X	X	X	X	X	X
	Mat.3		X			X	X	X		
	Mat.4	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Mat.5	X		X	X	X		X	X	X

5.3.9 Tabla de Competencias Transversales por Materia

		COMPETENCIAS TRANSVERSALES		
		CT1	CT2	CT3
	Mat.1	X	X	X
	Mat.2	X	X	X
	Mat.3	X	X	X
	Mat.4	X	X	X
	Mat.5	X	X	X

5.4 Detalle del Plan de Estudios (Módulos - Materias)

5.4.1 MATERIA 1 - Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Materia:

15

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	15

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Resultados de aprendizaje

Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de:

Descubrir la raíz, la evolución y los efectos de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, y las diversas denominaciones de esa sociedad, de forma integrada pero con los consiguientes matices si debe elaborar contenidos o marcos teóricos;

Conocer las causas de la aparición de Internet y su impacto social y económico en el ciudadano y en la empresa, desde diversos puntos de vista.

Combinar datos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento en las diversas zonas del mundo, reflexionar sobre las responsabilidades sociales o éticas y aplicar estrategias profesionales en función del país, la zona o la región en cuestión.

Analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital a partir del conocimiento general sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento y desde diversas perspectivas.

Utilizar básicamente las Nuevas Tecnologías de la Comunicación Digital, implementar soluciones y actualizar sus conocimientos.

Describir con ejemplos aplicaciones digitales de herramientas tecnológicas a partir de casos prácticos.

Aplicar herramientas prácticas de la Sociedad digital en una empresa tradicional (periodismo y publicidad).

Demostrar comprensión para comparar realidades de países con tecnologías muy dispares a partir de fuentes diversas.

Integrar capacidad de análisis de cambios en aplicaciones digitales empresariales en función de los casos expuestos.
Comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico, y a públicos no especializados, a partir de los conocimientos adquiridos mediante teoría y práctica.

Contenidos

Panorama mundial de la Comunicación Digital:
Análisis teórico y práctico sobre el estado de la cuestión de la comunicación digital en Cataluña, España, Europa y el resto del mundo. Tipos de modelos modelos de producción y de negocio digital, convivencia entre periódicos “pure player” (nacidos y existentes sólo en Internet) y periódicos que combinan la versión en papel y la digital.
La Comunicación digital: adaptación multimedia:
Estudio de la teoría de la comunicación y las fórmulas de adaptación del periodismo y el marketing digital al entorno multimedia. De las teorías clásicas a la Sociedad de la Banda Ancha, Sociedad de la Información y el Conocimiento, Sociedad Digital, Sociedad en red.
Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital:
Tipos de plataformas, programas informáticos, necesidades de banda ancha, modificaciones en los sistemas de producción y distribución, posicionamiento en Internet, SEO y SEM.

Observaciones

Competencias Generales

Número:	Código:	Competencia:
1	CB6	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
2	CB7	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
3	CB8	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
4	CB9	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
5	CB10	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.
6	CG1	CG1 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías
7	CG3	CG3 - Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas
8	CG4	CG4 - Capacidad para demostrar espíritu crítico o autocrítico y para reflexionar y para hacerse entender sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados
9	CG6	CG6 - Capacidad de los estudiantes de desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo que les permitan implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo, mediante la elaboración tutorizada y defensa ante tribunal de un trabajo final de máster

Competencias Específicas

Número:	Código:	Competencia:
1	CE1	CE1 - Integración de conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
2	CE3	CE3 - Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas
3	CE5	CE5 - Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
4	CE6	CE6 - Capacidad para crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales
5	CE8	CE8 - Capacidad comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
6	CE9	CE9 - Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos.

Competencias Transversales

Número:	Código:	Competencia:
1	CT1	CT1 - Interpretar y transferir datos sobre comunicación digital
2	CT2	CT2 - Utilizar las herramientas de trabajo en red en un entorno digital
3	CT3	CT3 - Diagnosticar problemas de comunicación digital o tecnología

Actividades Formativas

Número:	Actividad Formativa:	Horas:	Presencialidad:
1	Clases teóricas	100	100
2	Seminario	20	100
3	Taller	15	100
6	Trabajo autónomo	15	100
7	Elaboración y desarrollo de Blogs	140	0
8	Foros de tutorías	45	0
5	Trabajo en grupo	15	100

Metodologías Docentes

Número:	Metodología Docente:
1	Método expositivo
2	Estudio de casos
3	Resolución de ejercicios y problemas
4	Estado de la cuestión

Sistemas de Evaluación

Número:	Sistema de evaluación:	Ponderación Min.:	Ponderación Max.:
1	Pruebas tipo test	5.0	20.0
2	Pruebas de respuestas cortas	5.0	20.0
5	Participación activa del alumno	5.0	20.0
8	Pruebas de ejecución de tareas	5.0	20.0
15	Parcticipación en foros de debate	5.0	20.0

Asignatura 1 - Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias

Carácter:	ECTS Asignatura:
OBLIGATORIA	5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	5

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Asignatura 2 - La Comunicación digital: adaptación multimedia

Carácter:	ECTS Asignatura:
OBLIGATORIA	5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	5

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Asignatura 3 - Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Asignatura:

5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	5

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

5.4.2 MATERIA 2 - Práctica y análisis de la Comunicación Digital

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Materia:

15

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	15

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Resultados de aprendizaje

Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de:

Describir con casos concretos herramientas prácticas integradas de comunicación (periodismo y marketing) digital y actualizar sus conocimientos y habilidades en función de las líneas teóricas que se les han transmitido.

Demostrar tanto en supuestos teóricos como aplicados la comprensión de las nuevas prácticas de periodismo y marketing digital, de forma que puedan crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales.

Utilizar correctamente y de forma creativa las herramientas multimedia para el periodismo y el marketing digital gracias a las prácticas llevadas a cabo.

Describir y desarrollar, a partir de casos de éxito, aplicaciones multimedia rentables para la empresa.

Desarrollar el conocimiento y el cultivo práctico de los géneros periodísticos digitales aplicables a la difusión del mensaje empresarial mediante contenidos web, blogs o redes sociales, a partir de uso de fuentes de información y teniendo en cuenta los condicionantes del derecho de la información.

Identificar factores de impacto de los blogs en la comunicación digital empresarial y elaborar un plan de actuación en este sentido.

Demostrar la comprensión del impacto del newsletter en la comunicación digital empresarial y elaborar un plan de actuación en este sentido.

Demostrar conocimiento en la creación y la gestión de contenidos en Comunicación y Periodismo Digital y elaborar un plan de actuación en este sentido, teniendo en cuenta el factor condicionante de la banda ancha, como por ejemplo en el caso de la incrustación de vídeo que dé lugar a streaming.
Describir con ejemplos la virtualización en la empresa y las ventajas e inconvenientes del entorno digital, y explicarlo a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico o a públicos no especializados.

Contenidos

Tecnología multimedia para la Comunicación Digital:
Análisis teórico-práctico sobre la tecnología multimedia necesaria para llevar a cabo con éxito un proyecto de periodismo y marketing digital y nuevas tecnologías y de posicionamiento en Internet. Se llevarán a cabo prácticas informáticas para conocer las herramientas diferenciales del negocio en la Red.
Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma:

Análisis sobre la adaptación de los géneros periodísticos clásicos a la praxis del periodismo digital. Géneros informativos, interpretativos, de opinión, dialógicos. Adaptación de géneros, hibridación de géneros, advenimiento de nuevos géneros rentables para la empresa (blogs, newsletter) y nuevas fuentes que impactan en los géneros (periodismo participativo).
Mediamorfosis.
Creación y gestión de contenidos en Comunicación Digital:
Estudio sobre las fórmulas de gestionar los contenidos creados en el entorno de la comunicación, el periodismo y el marketing digital. El fenómeno de la digitalización y la convergencia. El universo multiplataforma: IMS, UC, always on. Se estudiarán las fuentes de información en el Periodismo Digital: tipos de documentación, el factor rapidez, tipos de hipertextualidad, criterios de establecimiento de enlaces, tipologías y distribución estadística de la hipertextualidad.
Análisis sobre las fórmulas de creación de un entorno digital, desde un punto de vista teórico (metalenguaje, web semántica) y desde un punto de vista práctico (blog, página web especializada).
Análisis de las tendencias en el sector del periodismo digital: nuevas fórmulas de producción, nuevos modelos de negocio (freemium, utility, micropagos, franquicias), nuevos géneros periodísticos.
Hombre máquina y la virtualización:
entajas e inconvenientes del entorno digital. Análisis humanístico sobre el impacto de la digitalización y la consolidación de entorno virtuales en el ser humano. El concepto de hombre máquina y las ventajas e inconvenientes de la sociedad digital.

Observaciones

Competencias Generales

Número:	Código:	Competencia:
1	CB6	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
2	CB7	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
3	CB8	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
4	CB9	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
5	CB10	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.
6	CG1	CG1 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías
7	CG2	CG2 - Capacidad de resolución de estos problemas nuevos usando el tiempo de forma efectiva, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital
8	CG3	CG3 - Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas
9	CG4	CG4 - Capacidad para demostrar espíritu crítico o autocrítico y para reflexionar y para hacerse entender sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados

10	CG5	CG5 - Capacidad para demostrar capacidad de liderazgo, trabajo en equipo y rendimiento bajo presión y para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias Específicas

Número:	Código:	Competencia:
1	CE1	CE1 - Integración de conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
2	CE4	CE4 - Capacidad de utilizar fuentes de información y el derecho aplicable al Periodismo y la Comunicación digital y las nuevas tecnologías
3	CE5	CE5 - Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
4	CE6	CE6 - Capacidad para crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales
5	CE7	CE7 - Capacidad para analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital
6	CE8	CE8 - Capacidad comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
7	CE9	CE9 - Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos.

Competencias Transversales

Número:	Código:	Competencia:
1	CT1	CT1 - Interpretar y transferir datos sobre comunicación digital
2	CT2	CT2 - Utilizar las herramientas de trabajo en red en un entorno digital
3	CT3	CT3 - Diagnosticar problemas de comunicación digital o tecnología

Actividades Formativas

Número:	Actividad Formativa:	Horas:	Presencialidad:
1	Clases teóricas	100	100
2	Seminario	20	100
3	Taller	15	100
6	Trabajo autónomo	15	100
7	Elaboración y desarrollo de Blogs	140	0
8	Foros de tutorías	45	0
5	Trabajo en grupo	15	100

Metodologías Docentes

Número:	Metodología Docente:
1	Método expositivo
2	Estudio de casos
3	Resolución de ejercicios y problemas
6	Aprendizaje cooperativo

Sistemas de Evaluación

Número:	Sistema de evaluación:	Ponderación Min.:	Ponderación Max.:
2	Pruebas de respuestas cortas	5.0	40.0
5	Participación activa del alumno	5.0	30.0
15	Parcticipación en foros de debate	5.0	30.0

Asignatura 1 - Tecnología multimedia para la Comunicación Digital

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Asignatura:

2,5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	2,5

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Asignatura 2 - Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Asignatura:

2,5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	2,5

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Asignatura 3 - La creación y la gestión de contenidos en Comunicación Digital

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Asignatura:

5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	5

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Asignatura 4 - El hombre máquina y la virtualización

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Asignatura:

5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	5

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

5.4.3 MATERIA 3 - Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa informativa

Carácter:

OBLIGATORIA

ECTS Materia:

10

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	10

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan
- ingles

Resultados de aprendizaje

Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de:

Describir casos de TIC aplicadas a la empresa informativa a partir de los casos expuestos.

Demostrar conocimiento y comprensión de las estrategias de marketing en Internet en la empresa en la Sociedad del Conocimiento.

Demostrar la capacidad de crear recursos comunicativos rentables en la empresa y contenidos digitales a partir de la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital.

Crear aplicaciones de comunicación en Internet para la empresa; Proponer soluciones innovadoras en el campo de la Sociedad de la Información a partir de casos de éxito y de las tendencias tecnológicas multimedia.

Demostrar conocimiento de implantaciones tecnológicas multimedia en la comunicación digital empresarial.

Desarrollar espíritu emprendedor para crear nuevas empresas a partir de simulaciones de empresa digita.

Argumentar el conocimiento de los factores telecomunicativos de banda ancha (bit/byte, factores de conversión, evolución de los patrones de banda ancha, leyes de Gilder, Metcalfe, Moore…) que impactan en la comunicación empresarial.

Crear soluciones de comunicación digital teniendo en cuenta la banda ancha (streaming).
Diseñar proyectos de Comunicación Digital rentables para la empresa en función de los modelos que se habrán expuesto.

Contenidos

La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento:
Análisis sobre la estrategia empresarial a emprender por parte de una empresa informativa en el entorno de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Parámetros de estudio y rentabilidad. Elaboración de un Business Plan y de un estudio de mercado. Impacto de la digitalización en el sector de la Administración pública, la empresa y la asociación. Necesidad de contenidos en el Estado del bienestar y en el e-business. El teletrabajo. Estudios sobre el impacto de los sistemas de información (encabezados por la gestión del conocimiento) en el periodismo digital. Sistema de procesamiento de transacciones (TPS), Sistemas de información gerencial (MIS), Sistemas de soporte a decisiones (DSS), Sistemas de información ejecutiva (EIS), Sistemas de automatización de oficinas (OAS), Sistema experto (SE), Sistema de Planificación de Recursos (ERP), CRM, SCM.
Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información:
Análisis sobre las tendencias en tecnología de la Sociedad de la Información. Triple play y quadruple play. Movilidad total. Periodismo multiplataforma. Podcasting. Periodismo móvil. Estudio sobre el fenómeno de concentración empresarial a raíz de la digitalización y la convergencia tecnológica. Posibles beneficios subyacentes, economías de escala, costes de oportunidad. Parametrización por servicios. Grandes grupos multimedia y empresariales.
Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad:
Análisis sobre el impacto de la banda ancha en el periodismo, el marketing y la empresa digital. Condicionantes de producción. Condicionantes de recepción. Sinergias medios de comunicación de masas-operadores de telecomunicación. SLA y CIR. Micropagos. Tipo de tecnología a implantar en los medios de comunicación (xDSL, HFC, FTTx, PLC, microondas).

Observaciones

Competencias Generales

Número:	Código:	Competencia:
1	CB6	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
2	CB7	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

3	CB8	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
4	CB9	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
5	CB10	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.
6	CG1	CG1 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías
7	CG2	CG2 - Capacidad de resolución de estos problemas nuevos usando el tiempo de forma efectiva, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital
8	CG3	CG3 - Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas
9	CG4	CG4 - Capacidad para demostrar espíritu crítico o autocrítico y para reflexionar y para hacerse entender sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados

Competencias Específicas

Número:	Código:	Competencia:
1	CE2	CE2 - Capacidad de creación de contenidos digitales a partir de la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital y a partir del uso de géneros periodísticos digitales
2	CE5	CE5 - Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
3	CE6	CE6 - Capacidad para crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales
4	CE7	CE7 - Capacidad para analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital

Competencias Transversales

Número:	Código:	Competencia:
1	CT1	CT1 - Interpretar y transferir datos sobre comunicación digital
2	CT2	CT2 - Utilizar las herramientas de trabajo en red en un entorno digital
3	CT3	CT3 - Diagnosticar problemas de comunicación digital o tecnología

Actividades Formativas

Número:	Actividad Formativa:	Horas:	Presencialidad:
1	Clases teóricas	40	100
2	Seminario	20	100
3	Taller	20	100
5	Trabajo en grupo	20	100

6	Trabajo autónomo	80	0
7	Elaboración y desarrollo de Blogs	35	0
8	Foros de tutorías	35	0

Metodologías Docentes

Número:	Metodología Docente:
1	Método expositivo
2	Estudio de casos
3	Resolución de ejercicios y problemas
4	Estado de la cuestión

Sistemas de Evaluación

Número:	Sistema de evaluación:	Ponderación Min.:	Ponderación Max.:
2	Pruebas de respuestas cortas	5.0	40.0
5	Participación activa del alumno	5.0	30.0
15	Parcticipación en foros de debate	5.0	30.0

Asignatura 1 - La empresa informativa en la Sociedad del Conocimiento

Carácter: OBLIGATORIA

ECTS Asignatura: 5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	5

Lenguas en las que se imparte:
- castellano
- catalan

Asignatura 2 - Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información

Carácter: OBLIGATORIA

ECTS Asignatura: 2,5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	2,5

Lenguas en las que se imparte:
- castellano
- catalan

Asignatura 3 - Banda ancha, Periodismo y Comunicación Digital: factores de rentabilidad

Carácter: OBLIGATORIA

ECTS Asignatura: 2,5

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	2,5

Lenguas en las que se imparte:
- castellano
- catalan
- ingles

5.4.4 MATERIA 4 - Prácticas externas

Carácter:

PRÁCTICAS EXTERNAS

ECTS Materia:

10

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	10

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

Resultados de aprendizaje

Que el alumno sea capaz de demostrar aplicación sobre Comunicación Digital y TIC mediante unas prácticas externas.

Contenidos

Realización de prácticas y elaboración de una Memoria en la que el alumnado refleje la asunción de los contenidos teórico-prácticos impartidos en las asignaturas previas.

Observaciones

Competencias Generales

Número:	Código:	Competencia:
1	CB6	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
2	CB7	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
3	CB8	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
4	CB9	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
5	CG1	CG1 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías
6	CG2	CG2 - Capacidad de resolución de estos problemas nuevos usando el tiempo de forma efectiva, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital
7	CG3	CG3 - Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas

8	CG4	CG4 - Capacidad para demostrar espíritu crítico o autocrítico y para reflexionar y para hacerse entender sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados
9	CG5	CG5 - Capacidad para demostrar capacidad de liderazgo, trabajo en equipo y rendimiento bajo presión y para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
10	CB10	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.

Competencias Específicas

Número:	Código:	Competencia:
1	CE1	CE1 - Integración de conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
2	CE2	CE2 - Capacidad de creación de contenidos digitales a partir de la Tecnología multimedia en el Periodismo y la Comunicación Digital y a partir del uso de géneros periodísticos digitales
3	CE3	CE3 - Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas
4	CE4	CE4 - Capacidad de utilizar fuentes de información y el derecho aplicable al Periodismo y la Comunicación digital y las nuevas tecnologías
5	CE5	CE5 - Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
6	CE6	CE6 - Capacidad para crear una empresa informativa o centrada en la creación de contenidos digitales
7	CE7	CE7 - Capacidad para analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital
8	CE8	CE8 - Capacidad comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
9	CE9	CE9 - Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos.

Competencias Transversales

Número:	Código:	Competencia:
1	CT1	CT1 - Interpretar y transferir datos sobre comunicación digital
2	CT3	CT3 - Diagnosticar problemas de comunicación digital o tecnología
3	CT2	CT2 - Utilizar las herramientas de trabajo en red en un entorno digital

Actividades Formativas

Número:	Actividad Formativa:	Horas:	Presencialidad:
4	Prácticas externas	250	0

Metodologías Docentes

Número:	Metodología Docente:
6	Aprendizaje cooperativo
8	Contrato de aprendizaje autónomo

Sistemas de Evaluación

Número:	Sistema de evaluación:	Ponderación Min.:	Ponderación Max.:
6	Ensayos o informes	10.0	20.0
11	Memoria de prácticas	60.0	80.0

Asignatura 1 - Prácticas externas

Carácter:

PRÁCTICAS EXTERNAS

ECTS Asignatura:

10

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	10

Lenguas en las que se imparte:

- castellano
- catalan

5.4.5 MATERIA 5 - Trabajo fin de máster

Carácter:

TRABAJO FIN DE MÁSTER

ECTS Materia:

10

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	10

Lenguas en las que se imparte:

- castellano

Resultados de aprendizaje

Al finalizar la materia, se espera que los alumnos sean capaces de:
Demostrar conocimiento y comprensión sobre Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías mediante un trabajo de investigación.

Contenidos

Elaboración de un Trabajo de fin de máster (TFM) sobre Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías en el que el alumnado refleje la asunción de los contenidos teórico-prácticos impartidos en las asignaturas previas, demuestre capacidad para integrar los conocimientos y de implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades de un modo que deberá ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Observaciones

Competencias Generales

Número:	Código:	Competencia:
1	CB6	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
2	CB7	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

3	CB8	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
4	CB9	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
5	CB10	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.
6	CG1	CG1 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares), mediante la identificación y planteamiento de problemas nuevos relacionados con la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías
7	CG2	CG2 - Capacidad de resolución de estos problemas nuevos usando el tiempo de forma efectiva, mediante la utilización de una metodología adecuada: metodología cualitativa y cuantitativa aplicada a la Sociedad Digital
8	CG3	CG3 - Capacidad para integrar sintéticamente los resultados de las investigaciones realizadas mediante la formulación de juicios conclusivos, a partir de argumentaciones racionalmente fundadas
9	CG4	CG4 - Capacidad para demostrar espíritu crítico o autocrítico y para reflexionar y para hacerse entender sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos y de los juicios alcanzados
10	CG5	CG5 - Capacidad para demostrar capacidad de liderazgo, trabajo en equipo y rendimiento bajo presión y para comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias Específicas

Número:	Código:	Competencia:
1	CE1	CE1 - Integración de conocimientos sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento e Internet
2	CE3	CE3 - Capacidad para reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas
3	CE4	CE4 - Capacidad de utilizar fuentes de información y el derecho aplicable al Periodismo y la Comunicación digital y las nuevas tecnologías
4	CE5	CE5 - Capacidad para implementar y seguir actualizando sus conocimientos y habilidades aplicando una nueva metodología científica
5	CE7	CE7 - Capacidad para analizar el impacto de la banda ancha en el Periodismo y la Comunicación Digital
6	CE8	CE8 - Capacidad comunicar sus conclusiones a públicos especializados del ámbito comunicativo y tecnológico
7	CE9	CE9 - Capacidad para comunicar sus conclusiones a públicos no especializados de otros ámbitos.

Competencias Transversales

Número:	Código:	Competencia:
1	CT1	CT1 - Interpretar y transferir datos sobre comunicación digital

2	CT2	CT2 - Utilizar las herramientas de trabajo en red en un entorno digital
3	CT3	CT3 - Diagnosticar problemas de comunicación digital o tecnología

Actividades Formativas

Número:	Actividad Formativa:	Horas:	Presencialidad:
6	Trabajo autónomo	247	0
8	Foros de tutorías	3	30

Metodologías Docentes

Número:	Metodología Docente:
5	Diseño de proyectos
7	Trabajo de síntesis

Sistemas de Evaluación

Número:	Sistema de evaluación:	Ponderación Min.:	Ponderación Max.:
6	Ensayos o informes	70.0	80.0
13	Defensa de trabajos de investigación	30.0	30.0

Asignatura 1 - Trabajo fin de máster

Carácter:	ECTS Asignatura:
TRABAJO FIN DE MÁSTER	10

Despliegue temporal:

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	10

Lenguas en las que se imparte:

- castellano

6 Personal Académico

6.1 Profesorado

Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universitat Abat Oliba CEU	Catedrático de Universidad	9.0	100.0	12.3
Universitat Abat Oliba CEU	Profesor Adjunto	18.2	50.0	36.9
Universitat Abat Oliba CEU	Profesor Agregado	18.2	25.0	23.1
Universitat Abat Oliba CEU	Profesor colaborador Licenciado	27.3	0.0	23.1
Universitat Abat Oliba CEU	Profesor Visitante	27.3	0.0	4.6

6.1.1 Personal

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

6.1. Profesorado

PROFESOR 1

Categoría	Catedrático de Universidad
Dedicación	Tiempo completo
Doctor	SI
Acreditado	SI
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Periodismo
Materia	Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet
Asignatura	La Comunicación digital: adaptación multimedia
Horas	80
Perfil	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona (1982) y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona (1984). Gana la Cátedra de Economía Aplicada, Economía Política y Hacienda Pública en la Universitat de les Illes Balears en 1993. Desde 2001 ha sido Rector y, en la actualidad, Rector Honorario de la Universitat Abat Oliba CEU. Es miembro de la Junta Directiva del Instituto Catalunya África, de la Asociación Española de Directivos, de la Sociedad de Estudios Económicos, así como Vicepresidente del Instituto de Estudios Norteamericanos y Presidente de la Asociación Campus de Excelencia. Sus líneas de investigación actuales se centran en dos grandes ámbitos, el de la economía y el de la geopolítica. Experto sobre Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

PROFESOR 2

Categoría	Profesor Adjunto
Dedicación	Tiempo completo
Doctor	SI
Acreditado	SI
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Periodismo
Materia	Introducción a la Sociedad de la Información y el Conocimiento y a Internet; Práctica y análisis de la Comunicación Digital;Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa
Asignatura	Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias; Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital; Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma; Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad
Horas	120
Perfil	Doctor en Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), Licenciado en Ciencias de la Información, Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología, Máster en Periodismo y Ciencias de la Comunicación y Máster en

csv: 71164575088581137696637

	Comunicación y Deporte. Profesor en la Universitat Abat Oliba CEU (UAO) de Barcelona, profesor del Doctorado en Sociedad de la Información y el Conocimiento y del Máster Universitario de Sociedad de la Información y el Conocimiento de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), y profesor de la Universitat Autònoma de Barcelona y la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC). Es fundador y director del Centro de Estudios sobre el Cable (CECABLE). Numerosos premios, entre ellos CIRIT (1997), Premi Recerca Caixa Sabadell (1997) y Cable (2005). Organiza desde 1996 las Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña. Líneas de investigación: Experto en Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias; Tecnología multimedia para la Comunicación Digital; Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital; Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma; Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad. Ha publicado numerosos libros y artículos científicos.

PROFESOR 3

Categoría	Profesor Adjunto
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	SI
Acreditado	SI
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Periodismo
Materia	Práctica y análisis de la Comunicación Digital;Trabajo Fin de Máste
Asignatura	Tecnología multimedia para la Comunicación Digital; Panorama mundial de la Comunicación Digital: realidad y tendencias; Herramientas tecnológicas de la Comunicación Digital; Géneros del Periodismo digital: hacia un nuevo paradigma; Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad Trabajo Fin de Máster
Horas	120
Perfil	Doctor en Física. Master de Information security en la URL. Licenciado en Física. Técnico especializado en análisis forense y seguridad informática en la empresa Evidentia. CHFI, Computer Hacking Forensic Investigator. CISM, Information and computer security. ITIL Foundations, IT Service Management. Líneas de investigación: Experto en Tecnología multimedia para la Comunicación Digital y dirección de Trabajos de Fin de Máster.

csv: 71164575088581137696637

PROFESOR 4

Categoría	Profesor Agregado
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	SI
Acreditado	SI
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Publicidad
Materia	Práctica y análisis de la Comunicación Digital;Trabajo Fin de Máster
Asignatura	La creación y la gestión de contenidos en Comunicación Digital;Trabajo Fin de Máster
Horas	100
Perfil	Doctor en Comercialización e Investigación de Mercados. Licenciado en Ciencias de la Información por Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Profesor de Dirección Comercial en la Universitat Abat Oliba CEU, especializado en Marketing sectorial. Líneas de investigación: reación y la gestión de contenidos en Comunicación Digital. Dirección de Trabajos de Fin de Máster. Ha publicado diversos libros y artículos científicos.

PROFESOR 5

Categoría	Profesor Agregado
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	SI
Acreditado	NO
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Comunicación Audiovisual
Materia	Trabajo Fin de Máster
Asignatura	Trabajo Fin de Máster
Horas	50
Perfil	Doctor en Relaciones Públicas. Licenciado en Publicidad. Postgrado en Estrategia y Creatividad Interactiva.Doctorant en Relacions Públiques. Director de proyectos de Internet. Profesor Universitat Abat Oliba, Licenciatura de Publicidad y RRPP, Grado de Periodismo. Experto en tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información.

csv: 71164575088581137696637

PROFESOR 6

Categoría	Profesor Colaborador
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	NO
Acreditado	NO
Departamento	Ciencias Económicas y Empresariales
Área	Economía de las organizaciones
Materia	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa
Asignatura	La empresa en la Sociedad del Conocimiento
Horas	50
Perfil	Licenciado en Ciencias de la Información. Responsable de Economía del diario ABC. Colaborador de la Universitat Abat Oliba CEU, Universitat Ramon Llull-Blanquerna. Investigación sobre economía de la comunicación. Experto en la empresa en la Sociedad del Conocimiento.

PROFESOR 7

Categoría	Profesor Colaborador
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	SI
Acreditado	SI
Departamento	Humanidades y Ciencias de la Educación
Área	Filosofía
Materia	Práctica y análisis de la Comunicación Digital
Asignatura	El hombre máquina y la virtualización
Horas	50
Perfil	Doctor en Comunicación (Humanidades y Periodismo). Colaboración virtual con al UAB. Ha publicado diversos libros y artículos científicos. Experto en el hombre máquina y la virtualización, antropologia y postmodernidad.

csv: 71164575088581137696637

PROFESOR 8

Categoría	Profesor Colaborador
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	NO
Acreditado	NO
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Periodismo
Materia	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa
Asignatura	Las tendencias tecnológicas multimedia en el campo de la Sociedad de la Información
Horas	50
Perfil	Licenciada en Periodismo por la Universitat Pompeu Fabra y Máster en Dirección de Comunicación Corporativa por EAE. Colaboradora en diversos medios de comunicación digitales y profesora en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), la Universitat Abat Oliba CEU, UPF-IDEC, EADA, EAE, Editrain y Cibernàrium. Experta en comunicación digital y en dirección de Trabajos de Fin de Máster.

PROFESOR 9

Categoría	Profesor visitante
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	NO
Acreditado	NO
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Telemática
Materia	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa
Asignatura	Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad
Horas	10
Perfil	Licenciado en Ciencias de la Información en la UAB e Historia Moderna en la UB. Redactor en MC Ediciones y colaborador en Grupo Z y de El Periódico de Catalunya. Experto en Géneros Periodísticos y Especializados y Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad. Autor de libros especializados sobre deportes y temas ecuestres.

csv: 71164575088581137696637

PROFESOR 10

Categoría	Profesor visitante
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	NO
Acreditado	NO
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Tecnología Fotónica
Materia	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa
Asignatura	Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad
Horas	10
Perfil	Ingeniero de Telecomunicaciones. Responsable de Internet en Sony España. Experto en Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad.

PROFESOR 11

Categoría	Profesor visitante
Dedicación	Tiempo parcial
Doctor	NO
Acreditado	NO
Departamento	Ciencias de la Comunicación
Área	Periodismo
Materia	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la empresa
Asignatura	Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad
Horas	10
Perfil	Licenciado en Filología Hispánica. Postgrado de Crítica literaria en la prensa en la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona). Jefe de Redacción de eldebat.cat. Experto en Banda ancha y Comunicación Digital: factores de rentabilidad.

csv: 71164575088581137696637

6.2 Otros recursos humanos

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

6.2. Otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto

Previsión de la plantilla de personal no docente según su clasificación profesional: teniendo en cuenta los subgrupos y categorías profesionales establecidas en el artículo 12 del vigente XII Convenio colectivo estatal para los Centros de Educación Universitaria y de Investigación (BOE de 9 de enero de 2007), la previsión es la siguiente:

• *Personal de investigación: 1*
- Categoría: Técnico superior de apoyo a la docencia e investigación.
- Perfil: Apoyo a la docencia e investigación en el ámbito de la Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías.
- Experiencia profesional: Experiencia docente en el ámbito de la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías, 3 años de experiencia.

• *Personal administrativo: 1*
- Categoría: Secretaria administrativa.
- Perfil: Gestión y coordinación de la documentación académica y administrativa del Máster.
- Experiencia profesional: Experiencia en el Departamento de Gestión Académica de la Universidad, cinco años de experiencia.

• *Personal informático: 2*
- Categoría: Técnicos informáticos.
- Perfil: Técnico de Ciclo Formativo de Grado Superior (especialidad informática de gestión).
- Experiencia profesional: Plataformas e-learning y campus virtuales.

• *Personal nuevas tecnologías: 2*
- Categoría: Director de sistemas
- Perfil: Ingeniero Técnico de sistemas de Información
- Experiencia profesional. Más de 5 años de experiencia profesional en la gestión y desarrollo de aplicaciones informáticas con carácter educativo.
- Categoría: Director de proyectos Nuevas Tecnologías
- Perfil: Ingeniero Técnico informático
- Experiencia profesional: Más de 5 años de experiencia profesional en la gestión y desarrollo y mantenimiento de aplicaciones informáticas con carácter educativo (e-learning).

csv: 71164585669498002285792

7 Recursos materiales y servicios

7.1 Justificación de disponibles

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

7.1 Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

De acuerdo con el apartado f) del Anexo 2 del Decreto 258/1997, de 30 de septiembre, por el que se regula la programación universitaria de Cataluña y los procedimientos de creación o reconocimiento y de reordenación de centros docentes universitarios y de implantación de enseñanzas (DOGC núm. 2492, de 9 de octubre de 1997), es requisito obligatorio describir el emplazamiento del centro docente universitario que solicita la implantación de estudios, con la especificación de los edificios e instalaciones existentes o proyectadas, especificando su titularidad, las cuales deberán cumplir con los mínimos de espacios y superficies previstos por la normativa vigente, así como los relativos a sus equipamientos.

Asimismo el artículo 13, 2, e) del RD 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros universitarios, exige la determinación del emplazamiento de los Centros de la Universidad y su ubicación en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma correspondiente, con memoria justificativa y especificación de los edificios e instalaciones existentes y las proyectadas para el comienzo de las actividades y hasta la implantación total de las enseñanzas, efectuándose, en todo caso, una descripción física de los edificios e instalaciones existentes o proyectadas, justificando la titularidad sobre los mismos.

1. EMPLAZAMIENTO:
a) Emplazamiento del centro: La Facultad de Ciencias Sociales, donde está prevista la implantación del Título de Máster Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías está ubicada en el Campus Bellesguard de la Universitat Abat Oliba CEU, en el distrito de Sarriá-Sant Gervasi de la ciudad de Barcelona.
b) Descripción de las infraestructuras: El complejo de edificios del Campus de Bellesguard se alza sobre la que fuera residencia real erigida por voluntad del rey Martín I el Humano a principios del siglo XV. Todas las edificaciones fueron completamente rehabilitadas entre 1990 y 1993 para su uso universitario, siguiendo un proyecto arquitectónico absolutamente escrupuloso con las exigencias de la protección del patrimonio cultural y observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos. En su actual configuración, el conjunto se compone de tres unidades arquitectónicas monumentales adyacentes e interconectadas.
1. El edificio principal, sede de la Facultad de Ciencias Sociales, en el que se localizan la mayoría de las estructuras y servicios docentes, cuenta con las siguientes plantas:
Planta Semisótano (Biblioteca e Informática).
Planta Baja (Servicios universitarios, estudios de radio, televisión y fotografía)
Planta Primera (espacios docentes).
Planta Segunda (espacios docentes y dirección académica de la Facultad)
Planta Tercera (despachos del profesorado)
2. El edificio del Rectorado (antigua "Casa de la Benefactora"), en el que se localizan los servicios centrales cuenta con las siguientes plantas:
Planta Baja (Administración, Recursos Humanos, Gestión Académica)
Planta Primera (Rectorado)
Planta Segunda (Salón de Grados).
3. El edificio del Aula Magna (antigua iglesia del asilo de San Alfonso), que cuenta con el espacio anexo de la antigua Sacristía, dedicado actualmente a oratorio de la comunidad universitaria.
c) Titularidad: El inmueble descrito es propiedad de la Fundación Universitaria San Pablo CEU, entidad promotora de la Universitat Abat Oliba CEU, en virtud del título de compraventa efectuado el 17 de julio de 1992. Así consta en la escritura pública de obra nueva nº 1716, de 31 de julio de 1998, inscrita en el Registro de la Propiedad nº 6 de Barcelona, tomo 1224, libro 1224, folio 59, finca nº 3048-N.
d) Descripción de los servicios y equipamientos obligatorios establecidos por el RD. 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros universitarios:
1. Aulario y Seminarios: En el edificio principal se encuentran las aulas y seminarios. En la actualidad se dispone de 22 aulas, 3 salas seminarios de hasta 12 personas, y 3 salas seminarios de hasta 8 personas. Todas las aulas cumplen las especificaciones exigidas en el

csv: 71164598130359657799230

apartado 1.a), del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, sobre creación y reconocimiento de Universidades y Centros universitarios, a saber:

- 1,5 metros cuadrados por alumno, en aulas hasta 40 alumnos,
- 1,25 metros cuadrados por alumno, en aulas de mayor capacidad,
- 2,50 metros cuadrados por alumno, en aulas de seminario.

2. Biblioteca: La Universidad dispone desde su origen de una importante biblioteca, tanto por la amplitud de sus espacios como por el número de volúmenes de su fondo, adquirido durante los 27 años de existencia del centro universitario adscrito.

La sala principal de lectura de la Biblioteca se encuentra en la planta Semisótano, tiene una capacidad total de 343 plazas (313 plazas en la sala de lectura, 20 plazas más en la hemeroteca y 10 plazas en la sala multimedia) y está dotada de unas excelentes condiciones de iluminación por disponerse en torno a unos huecos centrales, que se corresponden con el patio central del edificio y que le aportan luz natural, además de luz artificial individual para cada una de las plazas. En la misma planta semisótano se dispone de una sala adicional de autoaprendizaje de idiomas de 20 plazas, y existen otras cuatro salas donde se localizan los servicios de apoyo y que corresponden a los lugares de trabajo del personal de la biblioteca. Estas instalaciones, en conjunto, aportan una capacidad que supera notablemente las exigencias del nº 2 del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril.

Todo el manejo y control de la biblioteca está informatizado, apoyándose asimismo en sistemas de almacenamiento óptico y por DVD. La biblioteca tiene asimismo acceso a fondos bibliográficos externos de bases de datos internacionales, a través de sistemas informatizados, estando integrada en el Consorci de Biblioteques Universitàries de Catalunya (CBUC), que permite la consulta automática del Catàleg Col.lectiu de les Universitats Catalanes (CCUC).

El control de acceso a la Biblioteca se lleva a cabo a través del torno digital situado en la puerta principal y mediante la lectura y validación del código de barras insertado en el Carnet universitario del que disponen alumnado, profesorado y PAS. El horario de servicio de la biblioteca se prolonga a lo largo de toda la jornada educativa y, por tanto, finaliza más allá del propio horario lectivo de las clases. La biblioteca está accesible a los alumnos durante 78 horas por semana en periodo lectivo ordinario, más un horario extra los domingos durante los periodos de exámenes (el RD mencionado exige 55 horas).

3. Servicio Informático: De acuerdo con lo previsto en el nº 6, c) del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, la UAO dispone de unos servicios informáticos centralizados, además de los ordenadores personales y demás material informático necesario en aulas, despachos, seminarios y oficinas. El conjunto de la Universidad está comunicado por redes informatizadas para transporte de datos, procedentes tanto de las unidades de almacenamiento propias como de bases de datos externas. Todas las aulas tienen la opción de conexión a la red de datos. Asimismo todos los edificios del Campus de Bellesguard están dotados con una red WiFi que da una cobertura completa, transformando así, dada la dotación de ordenadores portátiles para todos y cada uno de los alumnos de la Universidad, cualquier espacio del edificio en hábil para el trabajo telemático.

Las instalaciones del Servicios de informática se distribuyen por las tres primeras plantas del edificio de la forma siguiente:

__ Planta semisótano: Servicios centrales, Aula de autoaprendizaje con 20 plazas
__ Planta baja: 1 aula de informática con 55 plazas
__ Plantas semisótano, baja, primera, segunda y tercera: ordenadores e impresoras en los despachos y oficinas, ordenadores en las aulas e impresoras para el alumnado.

4. Servicio de Comedor-Cafetería: El centro cuenta con un comedor, y con un comedor-cafetería, ambos situados en la planta baja, y garantizará el uso simultáneo del 10% de los estudiantes y personal de la Universidad, en 2 turnos, de acuerdo con lo previsto en el nº 6, a) del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, citado, ya que ambos espacios cuentan con una capacidad para 160 plazas.

5. Servicio de atención e información: Las dependencias del Servicio de Estudiantes, responsable de la atención e información a los alumnos, se encuentran en la Planta Baja del Edificio Principal, junto a la entrada, posibilitando el acceso de todos los estudiantes, profesores y demás personas interesadas (nº 6, b, del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril, citado).

6. Auditorio: Se dispone de un auditorio con capacidad para 400 plazas, que es el resultado de la remodelación de la nave central y ala derecha del crucero de la antigua iglesia del Asilo de San Alfonso. Se adecua a las exigencias del decreto de reconocimiento (nº 6, d, del Anexo al RD. 557/1991, de 12 de abril) y sus instalaciones son las propias del uso previsto, incluyendo sistemas de proyección audiovisual e informática.

Hay que resaltar que es un edificio protegido por el Ayuntamiento de Barcelona como patrimonio histórico de la ciudad, categoría B.

csv: 71164598130359657799230

7. Servicio Médico Asistencial: De acuerdo con lo previsto en el nº 6, e) del Anexo al RD.
557/1991, de 12 de abril, la UAO dispone de este servicio, ubicado en la planta de baja, junto a la zona de acceso al edificio de Administración, garantizando un pronto acceso para los primeros auxilios que sean necesarios.

e) Descripción de los servicios y equipamientos potestativos:

1. Servicio de Prácticas y Empleo: La Universidad Abat Oliba CEU, con el objetivo de ofrecer la mejor incorporación laboral a todos sus alumnos, cuenta con un Servicio de Prácticas y Empleo que se ocupa de: gestionar las prácticas obligatorias y voluntarias; formar a los estudiantes y titulados para afrontar su incorporación al mercado laboral; informarles y orientarles profesionalmente a fin de facilitarles la elección de su salida profesional y facilitarles el acceso al mercado laboral.

2. Servicio de Relaciones Internacionales: El Servicio de Relaciones Internacionales, adscrito al Vicerrectorado de Estudiantes, gestiona los programas de movilidad a través de su Oficina de Programas Internacionales (OPI). La Universitat Abat Oliba CEU apuesta por ampliar y mejorar su proyecto educativo y por ello promueve el intercambio de alumnos, profesores y personal de la Universidad con otras Universidades, como una forma de profundizar en la universalidad de la enseñanza y en la cooperación en las tareas formativas.
3. Régimen de tutorías: La Universidad dispone de un sistema de apoyo y orientación al alumnado que se fundamenta en la labor de tutoría, materializada en una determinada acción tutorial y ordenada de acuerdo con el Plan de Acción Tutorial de la Universidad. Las principales funciones de la tutoría son: facilitar el desarrollo personal del alumno; supervisar el progreso académico del alumnado; dar a conocer entre el alumnado la organización institucional y sus normal; ofrecer al alumnado un referente de confianza y autoridad; y gestionar las demandas del alumnado ante la universidad.

4. Orientación psicológica: El Servicio de Orientación Psicológica de la Universidad ofrece al alumnado que lo requiera su asesoramiento psicológico y psicoeducativo para mejorar su rendimiento académico, y colabora con el Servicio de Prácticas y Empleo en el proceso de orientación profesional, atendiendo a aquellos alumnos que manifiesten dificultades especiales a la hora de elegir su futuro profesional.

5. Laboratorio de idiomas: El Servicio de Idiomas de la Universidad Abat Oliba CEU es el responsable de la organización y docencia de las siguientes lenguas modernas: Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Español para extranjeros, Catalán. La Universidad dispone de un Aula de autoaprendizaje de idiomas, ubicada en la Biblioteca de la Facultad, que dispone de ordenadores con programas específicos para el aprendizaje de lenguas, así como materiales de formación lingüística tanto en soporte tradicional como en el formato de las nuevas tecnologías de la información, y que permite un progreso individualizado en la adquisición de estas competencias.

6. Servicio de actividades culturales: El Vicerrectorado de Estudiantes junto con el Departamento de Humanidades ofrecen diversas actividades culturales, dedicadas a complementar la formación académica, como por ejemplo el teatro universitario o el coro.

7. Servicio de pastoral: El Servicio de Pastoral de la Universidad ofrece seminarios sobre determinados aspectos de la teología y espiritualidad católica. También ofrece a toda la comunidad universitaria la posibilidad de asistir a la Eucaristía diaria, así como de ser atendidos por el sacerdote siempre que lo necesiten. Asimismo, se ocupa de la liturgia en la celebración de las fiestas religiosas y organiza actividades culturales.

8. Servicio de actividades deportivas: Miembro de la Associació de Clubs Esportius Universitaris de Catalunya, y fundado en 1985, este Servicio coordina la oferta y práctica deportiva de la Universitat Abat Oliba CEU. El Servicio de Deportes participa en los campeonatos universitarios, coordina los torneos sociales de fútbol sala y de paddle, y organiza todos los años desplazamientos para competir con otras universidades. Los alumnos realizan cada año una salida competitiva a una ciudad del resto del Estado o al extranjero.
Organiza además diversas actividades en la naturaleza, entre otras: esquí, raïd de aventura, submarinismo, kayak y cursos de vela.

csv: 71164598130359657799230

9. Campus virtual: Desde el punto de vista de la docencia, la utilización de las nuevas tecnologías debe perseguir un doble objetivo: por un lado complementar, reforzar y mejorar la formación que reciben los alumnos en las aulas; y, por otro lado, habituarles en su manejo, pues su uso está cada vez más extendido en el mundo laboral para el que se están preparando. A través del Campus Virtual el alumno tiene acceso a toda su información académica personalizada, puede realizar diferentes trámites con su Secretaría, así como acceder a otra información de interés como: las ofertas de prácticas en empresas, los cursos de formación, las diferentes actividades organizadas por la Universidad, etc.

Plataforma LMS y herramientas informáticas de la Universidad Abat Oliba CEU

En base a las necesidades planteadas por los diversos colectivos que conforman la comunidad universitaria y conscientes del impacto de la Tecnología sobre el proceso educativo, desde el año 2.005 y gracias al esfuerzo de diversos equipos multidisciplinarios, la Universitat Abat Oliba CEU ha incorporado a sus servicios diversas herramientas informáticas para apoyar de manera integral las actividades de enseñanza–aprendizaje.

Actualmente disponemos de una plataforma LMS (Learning Management System – Sistema de administración de Aprendizaje) donde se integran las herramientas de gestión de usuarios (alumnos, profesores, tutores, administradores, etc.), materiales y recursos didácticos que fomentan el aprendizaje colaborativo y constructivista, además de un sistema de seguimiento del progreso y calificaciones de los alumnos.

A nivel de gestión, nuestra plataforma está totalmente integrada con el sistema de Gestión Planificación Académica de la Universidad, lo que permite la configuración y actualización automática de los planes de estudio, asignaturas, matrículas de alumnos, grupos docentes, planificación de actividades, distribución de espacios y horarios, asignación de profesores, asignación de tutores y control de pago de las matrículas.

Para el desarrollo de la acción formativa, nuestro sistema basa su tecnología y el desarrollo de sus herramientas en el apoyo del modelo formativo de Blended Learning, combinando las modalidades “presencial” y “on-line” para alcanzar las competencias propuestas en los programas educativos que oferta nuestra universidad, de forma de dar cobertura a los estudios que se desarrollen bajo una metodología de semipresencialidad y a su vez servir como herramienta para de apoyo a la docencia presencial.

Nuestra plataforma está dotada de las herramientas necesarias para facilitar el trabajo autónomo del alumno y fomentar las habilidades necesarias para el trabajo en grupo.

Las herramientas disponibles han sido diseñadas para que los alumnos tengan acceso a la mayor cantidad de información posible, mediante los contenidos didácticos suministrados por los profesores, la información generada mediante la comunicación y el trabajo en grupo, y la información de la red, de forma que los alumnos sean capaces de saber buscar, encontrar, discernir, valorar, contrastar y encontrar la aplicabilidad de la información.

El profesor, por su parte, con el uso de las herramientas de nuestro Campus ha pasado de ser la fuente de conocimiento a convertirse en un facilitador del aprendizaje de cada alumno, suministrándole los conocimientos necesarios para guiar y motivar su formación.

Otro de los perfiles muy importante dentro de la filosofía de la Universidad y por ende en nuestra plataforma on-line es el tutor, quien es el encargado de motivar, acompañar y supervisar a los alumnos durante todo su proceso de aprendizaje, y más especialmente en el caso de un alumno semipresencial. El tutor dispone de las herramientas necesarias para seguir muy de cerca el trabajo autónomo y en grupo de cada alumno, teniendo acceso al control de su participación en el campus, la realización de las actividades propuestas por cada uno de los profesores y el uso de las herramientas.

En lo que se refiere al sistema de evaluación y seguimiento del progreso de alumno, nuestra plataforma cuenta con diversas herramientas que permiten:

- la autoevaluación individual de cada alumno: como parte activa de su proceso de aprendizaje el alumno debe ser capaz de poder reflexionar y analizar el progreso en los conocimientos adquiridos.
- la evaluación del trabajo en equipo (aprendizaje colaborativo): nuestras herramientas permiten y evidencian el intercambio y desarrollo del conocimiento en grupo.

csv: 71164598130359657799230

- la evaluación del logro de las competencias planteadas: el desarrollo del aprendizaje del alumno debe ir guiado hacia el logro y consecución de determinados objetivos y competencias, para ello nuestro sistema dispone de diversas herramientas que facilitan la planificación de cada actividad evaluativa, su desarrollo, revisión y la comunicación de los resultados.

Entre las técnicas de evaluación que se pueden poner en marcha con las herramientas disponibles en nuestra aplicación, se proponen las siguientes:

- Acceso a la aplicación y seguimiento de los contenidos disponibles.
- Actividades de autoevaluación, que permitan reflexionar al alumno sobre el conocimiento adquirido.
- Actividades que permitan demostrar por parte del alumnado la adquisición de los conocimientos teóricos (pruebas tipo test a través de la plataforma)
- Tareas que el alumno deberá subir a la plataforma dentro de los plazos señalados para la tarea por el profesor
- Respuesta del alumnado ante el feedback alumno- profesor y alumno-tutor.
- Foros de debate en las que el alumnado participe y en el que se pueda poner de manifiesto la adquisición de competencias por parte del alumnado.

Herramientas disponibles en nuestra plataforma

- Panel de novedades: Mensajes con hipervínculos sobre la actividad reciente.
- Guía docente de la asignatura: Detalle del Procedimiento y metodología a seguir para el logro de las competencias propuestas.
- Cronograma y planificación de actividades propias de cada asignatura: Detalle de la planificación de cada actividad, metodología, duración, tipo de actividad y horas del trabajo del alumno.
- Herramienta de agenda: herramienta de planificación tanto personal como de grupo, públicas o privadas, en donde poder destacar fechas importantes, plazos de entrega, fechas de actividades, etc.
- Herramientas de comunicación (asíncronas)
    - Tablón de anuncios del profesor:
    - Foro de debate: herramienta de comunicación asíncrona que permite la exposición de diversos puntos de vista y que contribuye al aprendizaje colaborativo, puesto que permite la interacción entre el grupo de alumnos y profesores en búsqueda de objetivos comunes, para el logro de conclusiones generales que ayuden a la obtención de nuevos conocimientos e incrementen el espíritu participativo de los alumnos, para el intercambio de opiniones, experiencias, reflexiones y análisis.
    - Herramienta de comunicación privada entre profesor y alumno, permite la comunicación e interacción entre los profesores expertos en la materia y cada uno de los alumnos, de forma de guiar el aprendizaje de forma individualizada y a su vez motivar el trabajo autónomo de cada alumno
    - Foro de tutorías y dinamización de la actividad: herramienta de comunicación entre alumnos y tutores de manera de guiar, dinamizar y motivar el aprendizaje de cada a alumno según su nivel de participación en las actividades y el resultado en el logro de los objetivos planteados. Es también un espacio donde el alumno podrá plantear sus expectativas, dudas o inconvenientes a nivel personal sobre el desarrollo de su aprendizaje.
    - Chats: Herramienta que permite la interacción fluida de manera síncrona entre un grupo de alumnos y/o profesores que no se encuentren físicamente en un mismo lugar, requiere de una planificación previa sobre día y hora para su realización.

csv: 71164598130359657799230

- Correo Electrónico: cada miembro de la comunidad universitaria de la UAO dispone de una dirección de correo, donde reciben a noticias del propio campus, de las autoridades de la universidad y de los propios profesores.

- Área de contenidos, espacio destinado para el profesor pueda distribuir los materiales didácticos de cada asignatura, bien sean:
    - contenidos documentales,
    - objetos audiovisuales,
    - contenidos interactivos,
    - metadatos,
    - objetos multimedia,
    - glosario de términos,
    - repositorio de recursos externos,
    - repositorio de enlaces a diversos recursos donde el alumno pueda ampliar la información relacionada a diversos temas.
- Actividades:
    - Formularios de autoevaluación, herramienta con la que el alumno puede medir de forma personalizada y autónoma el progreso de su aprendizaje, es configurable por parte del profesor el número de intentos que disponen los alumnos, puede ser limitado o ilimitado.
    - Cuestionario de evaluación de aprendizaje, esta herramienta está conformada por un espacio donde el profesor podrá ir generando su propio banco de preguntas organizadas por temas y categorías, y en el momento que lo considere necesario poder crear un cuestionario con la selección de preguntas que considere, que le permita evaluar el progreso en el aprendizaje de sus alumnos. Posee con un sistema de corrección automática que le permite al alumno obtener de forma inmediata un fedbag con el resultado de la evaluación y a su vez está integrada con la evaluzación continuada de su aprendizaje.
    - Espacio de entrega de actividades, esta herramienta consta de un espacio en el que profesor describe la actividad propuesta y crea una carpeta para la entrega de las actividades propuestas en la que el profesor puede establecer plazos de vigencia.
    - Creación de grupo de trabajos y desarrollo de talleres, herramienta en la que el profesor pude dividir el grupo de clase en subgrupo para la realización de una actividad en conjunto. Cada grupo dispondrá de una serie de herramientas mediante las cuales poder comunicarse y compartir la información que ha recaudado mediante su trabajo autónomo para luego desarrollar el trabajo en equipo, intercambiando, analizando y discerniendo sobre la información recolectada.
    - Encuestas, herramienta que permite la valoración y el tratamiento estadístico de ciertos ítems respondidos por los alumnos.
- Herramienta de evaluación y comunicación calificaciones
    - Evaluación Diagnóstica - Proceso de evaluación inicial para el diagnóstico de los contenidos previo del alumno.
    - Evaluación Sumativa - Seguimiento y control de la participación, evaluación continua y la evaluación final de cada alumno
    - Evaluación del proceso - Centrada en el feedback que podemos tener mediante las encuestas de evaluación de los profesores, acerca de los objetivos desarrollados, la metodología utilizada, los recursos utilizados y contenidos desarrollados

csv: 71164598130359657799230

- Informe de actividades – historial de todas las actividades desarrolladas tanto por el alumno como por el profesor durante el desarrollo de sus estudios
- Comunicación de calificaciones finales (vía plataforma online, correo electrónico y SMS)

Herramientas y software adicionales

Además de las herramientas disponibles en nuestra plataforma, la universidad cuenta con herramientas adaptadas a las necesidades de los profesores instaladas en los ordenadores disponibles para uso de los profesores y alumnos, así como en los portátiles que se le otorgan a cada uno de los alumnos de nuevo ingreso.

Además contamos con un equipo de Informáticos dispuesto a dar soporte a las necesidades de los profesores y alumnos.

Entre las herramientas más demandadas para el trabajo colaborativo tenemos:

- Webblogs

  Espacio en Internet que posee una dirección URL propia, que permite acceder a él directamente a través de cualquier navegador, de forma similar a cualquier página Web convencional.

  Los Blogs (bitácoras en español) constituyen una buena herramienta para la construcción del conocimiento, ya que permite la publicación de artículos, textos, reseñas, por parte del usuario creador, y a su vez recopilar cronológicamente las distintas aportaciones que se hagan con respecto al tema, creando así el concepto de comunidad. Esta herramienta puede ser utilizada para que los estudiantes desarrollen temas de discusión, incorporando imágenes y links a más información.

  Herramientas para la creación de blogs:

  - Wordpress
  - Blogger
  - Blogalia

- Wikis

  Las wikis son también páginas Web creadas por cualquier usuario, cuya principal característica es son los mismos usuario quienes a través de sus aportaciones construyen el conocimiento.

  Esta herramienta brinda la posibilidad de debatir temas, propiciar la colaboración de los alumnos, resaltar la comunicación entre profesor–alumno y facilitar el feedback directo al estudiante.

- Videoconferencias

  La herramienta de videoconferencia es elemento multimedia que suele utilizarse para mejorar el sistema de docencia, dirigir el proceso de enseñanza, mejorar el aprendizaje autónomo y aminorar las limitaciones de tiempo y distancia.

  Desde el punto de vista Instructivo, una videoconferencia se asemeja mucho a un clase magistral en la que el profesor expone los conocimientos que quiere transmitir al grupo de alumnos, logrando la interacción habitual de una clase presencial. El valor agregado que tiene este sistema es que logra reunir en un mismo espacio y tiempo, personas que no se encuentran físicamente en el mismo lugar y entre ellas lograr desarrollar una interacción fluida con el fin de desarrollar el conocimiento de los alumnos.

  - Webex y Skype: Herramientas de videoconferencia para la interacción entre profesor – alumno y tutor – alumno, para el seguimiento personalizado del aprendizaje de cada alumno.
  - Sistema Polycom HD: Sistema de videoconferencia de alta calidad (HD) usado para impartir clases magistrales, pudiendo reunir en un solo espacio varias sedes, por ejemplo en una misma conferencia pueden confluir varias personas o grupos que se encuentran en lugares distintos.

csv: 71164598130359657799230

Está compuesto por una cámara HD 1080p, audio de 22 kHz que ofrece un voz nítida y natural incluso cuando hay varios interlocutores hablando.

Herramientas y servicios disponibles

Además de las aplicaciones descritas disponemos de varias herramientas y servicios para garantizar el proceso de enseñanza aprendizaje de nuestros alumnos, como son:

- Sala de ordenadores, disponemos de dos salas de ordenadores para uso de los alumnos. Una de ellas diseñada y equipada para el uso específico de materias de diseño, con ordenadores Apple iMac con el software necesario para la edición de imágenes y videos, y la otra de uso libre equipadas con las herramientas y el software más utilizado por los alumnos.
- Sala de Captura y postproducción de video con software específico
- Todas las aulas de docencia disponen de ordenadores conectados a proyectores con Internet y sistema de megafonía. Además de estar equipadas con enchufes y conexión inalámbrica (Wifi) para que los alumnos puedan hacer uso de su portátiles.
- Seminarios, disponemos de dos aulas equipadas con pizarra digitales interactivas, integradas con las otras herramientas utilizadas en la docencia semipresencial como es una plataforma de enseñanza virtual.
- Cuentas personales, cada uno de nuestros usuarios dispone de una cuenta personal que le permite acceder a su cuenta correo electrónico de la Universidad, la conexión a la red inalámbrica (eduroam), acceder a los ordenadores de la Universidad, acceder a la plataforma online y disponen de un espacio en la red para guardar su información.
- Herramientas de colaboración en línea para facilitar el trabajo en grupo.
- Internet, la UAO dispone de una conexión a l'Anella Científica de 34 Mbps que nos suministra internet y todas los demás servicios que presta.
- Software específicos para determinados estudios:
    - Bloomberg: herramienta para la formación en materia económica y bursátil.
    - FinalCut: edición de video
    - Avid: edición de video
    - Adobe Master Collection (Incluyendo la suite completa del software)
    - Paquete ofimático
    - LogicPro edición de audio
    - A3con contabilidad
- Bases de datos:
    - Academic Search Premier
    - CSIC - Bases de datos bibliográficas
    - EBSCO Host
    - English Language Learner
    - Fuente Académica Premier
    - ISI Web of Knowledge
    - Derecho
        - Aranzadi - Westlaw
        - Boletín Oficial del Estado: Iberlex.boe
        - Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC)
        - IUSTEL
        - NAUTIS FISCAL
        - Tirant On Line
        - vLex

csv: 71164598130359657799230

        - Westlaw International
    - Economía y Negocios
        - Business Source Complete
        - Econlit
        - Regional Business News
        - SABI
    - Humanidades
        - Catholic Periodical and Literature Index
        - Humanities International Index
        - The Philosopher's Index
    - Periodismo y Publicidad
        - Aceprensa
        - ADDB - Advertising Database
        - Communication and Mass Media Complete
        - My News On Line
        - The Emergence of Advertising in America: 1850-1920
    - Psicología
        - Psychology and Behavioral Sciences Collections (PBSC)
        - PsycARTICLES
        - PsycCritiques
        - PsycINFO
        - MEDLINE with Full Text

Aspectos Técnicos de la Plataforma

Nuestra plataforma LMS está desarrollada siguiendo una arquitectura de 3 capas, esta arquitectura adoptada por la mayoría de fabricantes, se basa en la separación en capas de una aplicación desde el punto de vista de funcionalidades y niveles de especialización

La infraestructura necesaria para el buen funcionamiento de la aplicación está formada por un balanceador en round robin con dos servidores web, que reciben todas las peticiones a campus. Dos máquinas en cluster para el servidor de aplicaciones que es quien tiene toda la lógica de negocio. Un cluster de base de datos que almacena toda la información relativa de los usuarios.

Nuestra plataforma ha sido diseñada para soportar un número de conexiones máximas simultáneas aproximadas al doble del número de alumnos matriculados en un curso académico. En la fase de pruebas de la aplicación se hicieron test de carga y se consiguieron resultados aproximados a las especificaciones de la plataforma.

La media actual de conexiones simultaneas es de 500 con picos de hasta 900 en época de exámenes y publicación de calificaciones.

Físicamente la plataforma está ubicada en un centro de datos, con acceso restringido. Este centro está dotado de un SAI con autonomía para 45 minutos y conectado con un grupo electrógeno con autonomía para 12 horas. También tiene un sistema de refrigeración doble para mantener la alta disponibilidad.

Se hacen copias de seguridad diarias en cinta magnética que se envían a una empresa especializada para su resguardo.

10. Defensor universitario: La Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en su Disposición Adicional decimocuarta, creó la figura del Defensor Universitario para velar por el respeto a los derechos y las libertades de todos los miembros de la comunidad universitaria, ante las actuaciones de los diferentes órganos y servicios de la Universidad. Las actuaciones del Defensor Universitario siempre irán dirigidas a la mejora de la calidad universitaria en todos sus ámbitos, regidas por los principios de independencia y autonomía. Dentro de este marco

csv: 71164598130359657799230

legal, la Universidad Abat Oliba CEU ha creado y definido esta figura para la consecución de una convivencia cada vez mejor en el seno de la comunidad universitaria.

csv: 71164598130359657799230

8 Resultados Previstos

8.1 Indicadores

Tasa de graduación %	Tasa de abandono %	Tasa de eficiencia %
80	20	80

Tasas libres

Código	Descripción	Valor
1		0

8.1.1 Justificación de los valores propuestos

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

8.1 Justificación de los indicadores

Los indicadores propuestos se han estimado tomando como referencia los siguientes títulos:

Máster en Periodismo Digital de la ipecc: http://www.ipecc.net/masters/periodismo-digital

Màster universitari de la Societat de la Informació i el Coneixement de la UOC: http://www.uoc.edu/estudis/mofs/societat_informacio/presentacio/index.html

Máster en Gestión de las Tecnología de la Información de la Salle, Universitat Ramon Llull: http://beslasalle.salleurl.edu/Master-en-Gestion-de-las-Tecnologias-de-la-Informacion-2443_19.html?p=36BdqaayOd0djVUdSI7v&ze=UPv5PChnK6ZkYx3FplLK&a=5n924Q2uwCl1w0bcF6yX

-Máster en Periodismo y Comunicación Digital del iup: http://www.iup.es/esl/formacion-iup/masters/periodismo-y-comunicacion-digital

-Máster Universitario en Comunicación Multimedia de orientación profesional impartido en colaboración por la Universidad CEU San Pablo y TRACOR: http://www.postgrado.uspceu.es/pages/comunicacion_internet/presentacion.html?ID_M=12

csv: 627145088344086457637 64

8.2 Procedimiento general para valorar el progreso y resultados

1. Generalidades. El procedimiento general de valoración del progreso y de los resultados académicos se desarrolla en las siguientes fases:

1. Implantación y coordinación de las actividades académicas de evaluación, y calificación así como de medición de la satisfacción del aprendizaje.

2. El Director de Estudios de cada grado y el Coordinador de Programa de cada postgrado lleva a cabo el análisis de los indicadores y datos recopilados durante el desarrollo de la actividad académica, en relación con el cumplimiento de los objetivos del programa, elaborando una memoria que contiene una descripción lo más detallada posible de la situación actual y, en su caso, un plan de mejoras. La memoria debe ser presentada al Director de Departamento responsable de la titulación. Y del conjunto de memorias, el Decano y Vicerrector de Postgrados presentan sendos informes a la Junta de Gobierno sobre los resultados de aprendizaje en las titulaciones de grado y de postgrado.

3. Previamente a la elaboración de la memoria, los responsables de las asignaturas que componen el título remiten un pequeño informe al Director de Estudios o Coordinador de Programa con los siguientes puntos:

- resultados académicos obtenidos y grado en el que se han conseguido los objetivos marcados inicialmente.
- datos recopilados durante el desarrollo de la actividad académica, en relación con el progreso de los estudiantes y su adecuación a los objetivos del programa, tales como informes de tutores de prácticas, informes de tutores de proyectos fin de carrera.
- análisis sobre la adecuación de los recursos materiales.
- análisis sobre las actividades de coordinación y las propuestas en relación con la misma (relación y descripción de las reuniones de coordinación de la enseñanza, según la planificación prevista para el desarrollo del plan de estudios).
- Nº de quejas o reclamaciones/Nº de estudiantes.
- procedimiento de ajuste si procede entre la metodología de enseñanza aprendizaje y el procedimiento de evaluación.
- análisis crítico sobre la actividad académica en la que se incluyan puntos fuertes y áreas y propuestas de mejora que se proponen abordar para el próximo curso.

En el caso de que no se cumplieran los objetivos de aprendizaje previstos, el Director de Estudios o Coordinador de Programa de la titulación establece un plan de mejora, en el supuesto de que sea necesario, que debe ser aprobado por el Director de Departamento del que depende la titulación y validado por el Decano o Vicerrector de Postgrados.

2. Procedimientos de valoración del progreso académico

● **Seguimiento del ritmo académico.** La asistencia a todas las actividades formativas previstas para cada materia en el plan de estudios correspondiente es obligatoria, y su cumplimiento objeto de control por parte de la Secretaría del centro a través de los medios técnicos destinados al efecto. Asimismo, el seguimiento en cada materia del Máster por parte de cada profesor o equipo docente comporta el registro informatizado de una serie de elementos, como son la presentación de trabajos y ejercicios de prácticas, la participación en talleres y seminarios, la realización de pruebas, etc. Los tutores tienen acceso a los registros individualizados de cada uno de sus tutorandos en ambos seguimientos, y deben utilizarlos en el desarrollo de su acción tutorial como elemento básico de información sobre el progreso académico del alumnado. Los responsables académicos de cada Máster tienen asimismo acceso a ambos registros y su explotación constituye la principal herramienta para la toma de sus decisiones y para la elaboración del informe previsto en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

● **Pre-evaluaciones** . Periódicamente, los coordinadores de cada Máster convocan a todo el profesorado vinculado a las materias que se están impartiendo a reuniones de seguimiento académico. En esas reuniones, cada profesor expone su valoración del rendimiento y el progreso de cada alumno matriculado en su materia, siguiendo un modelo de informe normalizado en el que se consignan unas previsiones de resultados al finalizar el semestre. Del conjunto de información generada en estas reuniones surgen dos informes: por un lado los informes personalizados de cada alumno, que se trasladan al tutor correspondiente con el objeto de facilitar su acción tutorial; y por el otro los informes relativos al grupo y los relativos a cada materia. El coordinador de cada titulación es el destinatario de ambos, y su labor al respecto consiste en proponer medidas que contribuyan a mejorar el progreso y de los resultados de su alumnado, que deberá trasladar al Decanato del centro para su incorporación al informe previsto en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

3. Procedimientos de valoración de resultados académicos

● **Evaluaciones finales.** Al finalizar la impartición de la titulación, las materias impartidas son objeto de una evaluación final, cuya metodología se describe en la ficha correspondiente del apartado 5 de la presente memoria, y que en todo caso se somete al régimen previsto por el RD 1125/2003, de 5 de septiembre, para la calificación en las titulaciones universitarias de carácter oficial. Los resultados de dichas calificaciones permiten generar diversos informes estadísticos, así como previsiones en relación con la aplicación del régimen de permanencia y progreso en los estudios descrito en el apartado 1 de la presente memoria. Estos informes se encuentran tipificados y normalizados, y con ellos se dispone de una herramienta muy útil para la valoración multidimensional de los resultados académicos semestrales (por grados, por cursos, por materias, por actividades formativas, por tipologías del alumnado, etc.), y para la elaboración del informe previsto en el sistema de garantía interna de la calidad de la Universidad.

● **Evaluación de las prácticas externas –si se incluyen en el plan de estudios-.** La evaluación de las prácticas en instituciones o entidades externas es asimismo externa, pues se fundamenta en el informe elaborado por el tutor externo asignado al alumno en virtud del correspondiente convenio de cooperación.

● **Evaluación del Trabajo de Fin de Máster.** La presentación y defensa del Trabajo de Fin de Máster requiere la autorización expresa del profesor asignado para su dirección y tutoría. La evaluación corresponde a una comisión de tres profesores.

● **Evaluación de la formación y competencias metodológicas** . El departamento de Humanidades dispone de una oferta de talleres sobre metodología y técnicas de investigación como complemento de formación de los estudios de Máster. Los docentes que detecten alguna deficiencia del estudiante en este ámbito lo comunicará al alumno y a su tutor para que puedan planificar la asistencia a un taller formativo que se adecue a sus necesidades.

9 Sistema de garantía de calidad

9.1 Sistema de garantía de calidad

Enlace:

http://www.uao.es/es/conocenos/calidad/sistema-garantia-interna-calidad

10 Calendario de Implantación

10.1 Cronograma de implantación

Curso de Inicio
2012

10.1.1 Descripción del Calendario de Implantación

A continuación se incluye el archivo PDF correspondiente.

10.1. Cronograma de implantación de la titulación

• El título de Máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías tiene prevista su implantación en el curso académico 2012-2013.
• Dicha implantación será progresiva de acuerdo con el cronograma siguiente:

Curso 2012-2013: Primer año de implantación del máster
Curso 2013-2014: Segundo año de implantación del máster

Y cursos y años sucesivos.

csv: 627145124759048495282 50

10.2 Procedimiento de adaptación

No procede.

10.3 Enseñanzas que se extinguen

11 Personas asociadas a la Solicitud

11.1 Responsable del Título

Tipo de documento	Número de documento	
NIF	39186237X	

Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido
Joan Francesc	Fondevila	Gascón

Domicilio
Bellesguard, 30

Código Postal	Municipio	Provincia
08022	Barcelona	Barcelona

Email	Fax	Móvil
jfondevilag@uao.es	934189380	932540900

Cargo
Director del Área de Tecnología y Ciberperiodismo del Departamento de Ciencias de la Comunicación

11.2 Representante Legal

Tipo de documento	Número de documento	
NIF	22541394Z	

Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido
Carlos	Pérez	Del Valle

Domicilio
Bellesguard, 30

Código Postal	Municipio	Provincia
08022	Barcelona	Barcelona

Email	Fax	Móvil
perezdelvalle@uao.es	934189380	677184266

Cargo
Rector

11.3 Solicitante

Tipo de documento	Número de documento	
NIF	46224677J	

Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido
Enrique	Martínez	Garcia

Domicilio
Bellesguard, 30

Código Postal	Municipio	Provincia
08022	Barcelona	Barcelona

Email	Fax	Móvil
emartinez@uao.es	934189380	678040150

Cargo
Decano