

Memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales

Máster Universitario en Cultura Digital y Medios Emergentes / Digital Culture and Emerging Media

Universidad coordinadora: Universitat Pompeu Fabra

Curso de inicio de la titulación: 2022-2023

Versión de la memoria: Versión 1 (amb al.legacions)

Curso de entrada en vigor: 2022-2023

SUN	MARIO	
1.	Descripción del título	2
2.	Justificación	5
3.	Competencias	14
4.	Acceso y admisión de estudiantes	19
5.	Planificación de las enseñanzas	32
6.	Personal académico	54
7.	Recursos materiales y servicios	63
8.	Resultados previstos	74
9.	Sistema de garantía de la calidad	79
10.	Calendario de implantación	80

1. Descripción del título

1.1. Datos básicos

Nivel: Máster

Denominación corta: Cultura Digital y Medios Emergentes / Digital Culture and

Emerging Media

Título Conjunto: No

Descripción del Convenio: no procede

Adjunto del Convenio: no procede

Rama: Ciencias Sociales y Jurídicas

ISCED 1: 320-Periodismo e Información

ISCED 2: 213-Técnicas audiovisuales y medios de comunicación

Habilita para profesión regulada: No

Profesión regulada: No

Condición de acceso para título profesional: No

Título profesional: no procede

Especialidades: No

1.2. Distribución de créditos en el Título:

Créditos obligatorios:	37
Créditos optativos:	8
Créditos prácticas	0
externas:	
Créditos TFM:	<mark>15</mark>
Créditos ECTS (total):	60 ECTS

1.3. Universidades y centros:

Universidad solicitante (coordinadora): Universitat Pompeu Fabra

Centros: Departamento de Comunicación

PAGE * MERGEF ORMAT

1.3.1. Datos asociados al Centro:

Información referente al centro en el que se imparte el título: Presencial

Plazas de nuevo ingreso ofertadas:

Primer año de implantación:	35
Segundo año de implantación:	35

ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula:

	Tiempo completo		Tiempo parcial	
	ECTS Matrícula	ECTS Matrícula	ECTS Matrícula	ECTS Matrícula
	mínima	máxima	mínima	máxima
Primer curso	60.0	60.0	30.0	45.0
Resto de	4.0	30.0	4.0	45.0
cursos				

Normas de permanencia:

https://seuelectronica.upf.edu/web/seu-electronica/normativa-permanencia-estudis-master-universitari

https://seuelectronica.upf.edu/normativa-sobre-la-regulacio-de-la-modalitat-de-dedicacio-a-l-estudi-a-temps-parcial

Lenguas en las que se imparte: inglés (puntualmente, alguna asignatura optativa podría ofrecerse en castellano).

PAGE * MERGEF ORMAT

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

La sociedad, la comunicación y la cultura contemporáneas no se pueden entender sin tener en cuenta las tecnologías digitales, pero tan cierto como esto es el argumento a la inversa: una comprensión en profundidad del impacto de las tecnologías digitales en el mundo contemporáneo requiere, cada vez más, de los marcos de pensamiento y habilidades investigadoras de los media studies, que integran aspectos de ciencias sociales, estudios de comunicación y análisis cultural. En un contexto global marcado por la crisis de la Covid-19, donde se han redoblado los miedos y esperanzas sociales relativas a los medios y la comunicación digitales, este reto académico ha cobrado más relevancia, si cabe. En este sentido, el Departamento de Comunicación de la UPF aborda la iniciativa de crear un nuevo máster, el Master in Digital Culture and Emerging Media.

Este máster propone investigar los medios digitales e interactivos en clave sociocultural, con particular atención a los medios y fenómenos tecno-culturales emergentes. En el titulo del programa, el concepto de 'cultura digital' hace referencia a la exploración de aspectos y procesos que configuran la 'vida digital' y suponen un 'filtro' ineludible en nuestra comprensión de la realidad, desde la creciente relevancia de los algoritmos y el procesamiento de datos en la sociedad contemporánea, hasta las nuevas prácticas de comunicación, los formatos de ficción y entretenimiento y las dinámicas culturales en las redes. Junto a ello, el concepto 'emerging media', adoptado en los últimos años por universidades de referencia internacional (se especificarán posteriormente), subraya la idea de una formación atenta a las nuevas formas de comunicación mediática, y las transformaciones que éstas generan.

El proceso de 'aceleración digital', acentuado por la crisis de la Covid-19, debería ir acompañado de pensamiento complejo, reflexión crítica y creatividad/innovación fundamentadas en lo anterior, y es una de las misiones esenciales de la universidad promover este tipo de dinámicas intelectuales y formativas, cuando existe una necesidad o reto social al respecto. En relación con ello, este proyecto de máster parte de la necesidad de promover la mencionada perspectiva sociocultural en la reflexión sobre los medios digitales y las nuevas tecnologías, explorando las complejas relaciones entre sociedad, tecnología, comunicación y medios, y fomentando la relación entre investigación, creatividad e innovación en el ámbito de la cultura y los medios digitales. Asimismo, el máster conecta con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ONU (https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/), en el sentido de que muchos de ellos presentan cuestiones y retos claramente relacionados con el uso presente y futuro de los medios digitales (por ejemplo, "educación de calidad", "reducción de desigualdades", "ciudades sostenibles", o "innovación e industria").

Desde hace tiempo, en buena medida por la demanda de las empresas, existe en Catalunya y España una variada oferta de másters y posgrados profesionalizadores en el campo de la comunicación y cultura digitales, por ejemplo orientados al diseño web, la producción de narrativas digitales y transmedia, o la creación de videojuegos. En cambio, la oferta de másters orientados a la

investigación en este campo es más limitada, si bien su relevancia académica y social es indudable: desde las recurrentes convocatorias de proyectos orientados a retos de comunicación y cultura digital tanto por instituciones nacionales como europeas, hasta el creciente número de revistas académicas de prestigio especializadas en este ámbito (por ejemplo, New Media and Society, Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies, o Social Media + Society, por citar solo tres ejemplos), pasando por el cada vez mayor peso de Internet no solo como objeto de estudio sinó también como fuente de nuevos recursos y estrategias metodológicas en la investigación social.

A continuación se puede ver una muestra de títulos de másters universitarios centrados en medios y cultura digitales, ofrecidos por algunas de las principales universidades de Catalunya, Aragón, la Comunidad Valenciana y Madrid:

- Máster oficial en Periodismo y Medios Digitales (UAB) (https://www.uab.cat/web/estudiar/la-oferta-de-masteres-oficiales/informacion-gene ral/x-1096480309770.html?param1=1345740334958)
- Máster oficial en Humanidades y Patrimonio Digitales (UAB) (https://www.uab.cat/web/estudiar/la-oferta-de-masteres-oficiales/informacion-gene ral/humanidades-y-patrimonio-digitales-1096480309770.html?param1=134580317 9474)
- Máster de Humanidades Digitales
 (https://www.ub.edu/web/ub/ca/estudis/oferta_formativa/master_universitari/fitxa/H/
 MD4D8/informacioGeneral/index.html)
- Máster de Gestión de Contenidos Digitales (UB)

 (https://www.ub.edu/web/ub/ca/estudis/oferta_formativa/master_universitari/fitxa/G/M0J08/perfildecompetencies/index.html)
- Máster en Comisariado de Arte Digital (URL)
 (https://esdi.es/ca/estudis/master-ca/comissariat-art-digital/)
- Master in International Marketing in a Digital Environment (URL) (https://www.iqs.edu/ca/masters-ade/master-marketing-internacional)
- Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital (Universidad de Zaragoza)

(https://estudios.unizar.es/estudio/ver?id=701&anyo_academico=2021)

- Master Universitario en Social Media y Comunicación Corporativa (Universitat Politècnica de València) (http://www.upv.es/titulaciones/MUSMCC/indexc.html)
- Máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital (Universidad Complutense)

(https://www.ucm.es/estudios/master-comunicacionaudiovisualeradigital)

- Máster Universitario en Documental y Reportaje Periodístico Transmedia (UC3M) (https://www.uc3m.es/master/documental-transmedia)

Así, se observa en el panorama catalán/español un predominio de másters sobre cultura/comunicación digital de enfoque bastante/muy especifico, por ejemplo sobre comisariado de arte digital o patrimonio digital, y, en el caso de las facultades de comunicación, adscritos a campos profesionales concretos, como el periodismo o el marketing. En relación con ello, cabe señalar que ninguno de los másters referidos anteriormente usa el concepto "cultura digital" en su título (así como tampoco "medios emergentes"). En cambio, el presente proyecto de máster adopta la premisa de que el estudio e investigación académica sobre los medios digitales requiere (también) una perspectiva amplia, en clave sociocultural y transversal a

PAGE * MERGEF ORMAT

profesiones específicas, así como también a las dicotomías entre arte/humanidades y cultura mediática popular. Más allá del ámbito catalán/español, este enfoque cultural y de cariz transversal sí cuenta con claros referentes a nivel internacional: así, algunos másters de universidades extranjeras con títulos y enfoque próximos a este proyecto son los siguientes:

- Master in New Media and Digital Culture de la Universidad de Amsterdam (https://gsh.uva.nl/content/masters/new-media-and-digital-culture-media-studies/new-media-and-digital-culture.html)
- Master in New Media and Digital Culture de la Universidad de Utrecht (https://www.uu.nl/masters/en/new-media-digital-culture),
- Master in Digital Culture de la Universidad de Bergen
 (http://dig-hum-nord.eu/departments/masters-programme-in-digital-culture/)
- Master in Emerging Media de la Universidad de Tampere (https://www.tuni.fi/en/study-with-us/emerging-media)
- Master's Program in Emerging Media Studies del Boston University College of Communication

(http://www.bu.edu/com/academics/degree-programs/ma-in-emerging-media-studies/)

Cabe señalar que estos másters, en especial los de las universidades de Bergen, Tampere y Boston son de **apertura reciente**, lo cual es un indicio del creciente interés académico, en el plano internacional, respecto al **estudio de los medios digitales desde las claves conceptuales de la 'cultura digital' y los 'medios emergentes'**.

El Master in Digital Culture and Emerging Media se basa en la competencia experta y especialidades de investigación del Departamento de Comunicación de la UPF. En particular, dos grupos de investigación del Departamento consolidados por la Generalitat de Catalunya, MEDIUM y DIGIDOC, se han centrado desde hace años en el estudio de diversos aspectos de los medios y la cultura digitales (análisis de datos y sitios web, análisis socio-comunicativa de interfaces digitales, narrativas transmedia, cultura del videojuego y artes digitales, entre otras cuestiones). Otros grupos de investigación del Departamento, aunque no adscritos de forma tan directa al estudio de los medios y la cultura digitales, también han abordado este ámbito des de sus respectivos enfoques (a destacar, por ejemplo, el grupo POLCOM, sobre estudios de comunicación política y democracia). El Master in Digital Culture and Emerging Media nace, en buena medida, con la motivación de articular y canalizar esta masa crítica sobre estudios de medios y cultura digitales del Departamento de Comunicación, a través de una iniciativa formativa de interés para estudiantes y profesionales, y para la sociedad en general.

Respecto a la especificidad y sinergias de este máster con otros másters preexistentes del Departamento de Comunicación, el Departamento cuenta actualmente con cuatro másters: Máster en Comunicación (obtuvo el informe de reverificación favorable en noviembre 2020; previsión de implantación: curso 2021/2022), Master in Media, Power and Difference, Master in Strategic Communication and Public Relations, y Máster en Cine y Audiovisual Contemporáneos. Este último está fundamentalmente centrado en el ámbito del cine, y sus conexiones con las narrativas digitales son únicamente de carácter puntual, por tanto su relación con el Master in Digital Culture and Emerging Media sería de clara complementariedad. Los otros tres másters abordan, lógicamente, aspectos relativos a los medios digitales dentro de sus correspondientes enfoques, pero el Master in Digital Culture and Emerging Media tendría una clara autonomía/especificidad también respecto a ellos: en primer lugar, obviamente, por su foco específico en las tendencias de los medios digitales y los medios emergentes

(aspecto en todo caso 'secundario' en los otros másters). En segundo lugar, porque se trata de másters orientados principalmente a géneros de comunicación informativa y/o persuasiva, donde se pone poco o ningún énfasis en los **ámbitos de ficción, arte y entretenimiento**. En cambio, estos ámbitos tendrán un peso destacado en la estructura de materias y asignaturas del Master in Digital Culture and Emerging Media. En tercer lugar, el **énfasis del Master in Digital Culture and Emerging Media en la investigación aplicada y vinculada a la creatividad y la innovación (investigación-creación, investigación-acción, design-based research**), que se traduce en una modalidad específica de Trabajo Final de Máster, es un aspecto claramente diferencial del mismo. Finalmente, el Master in Digital Culture and Emerging Media se diferencia también del Máster en Comunicación por el hecho de que la docencia se impartirá en inglés.

Respecto al interés profesional de un máster de estas características, se realizó una consulta online a la responsable del ámbito de Cultura Digital de la Generalitat de Catalunya, Sra. Marisol López, en relación a perfiles y demanda laboral en el campo de la comunicación y la producción creativa basados en los medios digitales. En este sentido, se pudo confirmar que, efectivamente, existe en nuestro territorio una demanda laboral significativa, con indicadores de dinámica ascendente, en el ámbito que nos ocupa, tal como refleja el informe "Indicadors Laborals dels Sectors Creatius a Barcelona

(https://infogram.com/indicadors-laborals-dels-sectors-creatius-a-barcelona-2019-1h7j4 dx7zq9v2nr?live).

Alrededor de esta cuestión, resultan también significativos los resultados de un informe de la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU), presentado el 30 de enero del 2019: "Opinió dels ocupadors sobre formació universitària en l'àmbit de la comunicació" ["Opinión de los ocupadores sobre formación universitaria en el ámbito de la comunicación"] (https://www.aqu.cat/doc/doc 99971252 1.pdf). En la sección "Prospectiva" de este informe, basada en una encuesta a empresas que han contratado a personas tituladas en el ámbito de comunicación en los últimos años, destacan datos como los siguientes:

- A la pregunta de "qué competencias adoptarán mayor importancia en el sector de comunicación, en los próximos años", los empleadores destacaron, por encima de todo, las "competencias relacionadas con las TIC (comunicación digital, periodismo digital, redes sociales, etc.)"
- Por otro lado, a la pregunta de qué tipo de posiciones profesionales tenderán a ser los más importantes en el sector, los empleadores destacaron los empleos relacionados con las TIC

En la misma línea, según el "Plan Nacional de Competencias Digitales - Agenda 2030".

(https://portal.mineco.gob.es/RecursosArticulo/mineco/ministerio/ficheros/210127_plan_nacional_de_competencias_digitales.pdf):

"La rápida transformación digital de la economía y la sociedad ha convertido a las competencias digitales en herramientas básicas para poder aprovechar las

oportunidades que ofrece desde el punto de vista económico, social y ambiental: nuevas y accesibles formas de comunicación y de prestación de servicios, nuevos perfiles profesionales y oportunidades de negocio para las empresas para dar respuesta a los retos globales, nuevas posibilidades de

acceso a la información, a los servicios públicos y a la actividad económica en todo el territorio nacional".

El mismo documento recuerda que "según el DESI (2020) solo el 3,9% de los y las profesionales españoles se pueden considerar especialistas TIC; y más aún: únicamente el 1,4% son mujeres". La "escasa oferta formativa" es considerada una de las causas de este déficit de especialistas TIC en España. En este contexto, se señala como una prioridad la "provisión de competencias digitales avanzadas aplicadas a los diferentes sectores productivos para la población activa, mediante la mejora de las competencias que ya poseen y la re-cualificación (up-skilling y re-skilling, respectivamente) mediante procesos de capacitación que se conciban de forma continuada durante toda la vida profesional".

A nivel europeo, ya en la Nueva Agenda de Capacidades para Europa (2016) se decía que "la demanda de profesionales de las TIC ha crecido un 4 % anual durante los últimos diez años, y no obstante, aún faltan capacidades digitales en Europa a todos los niveles. A pesar de un crecimiento fuerte y sostenido del empleo para los profesionales de las TIC, se prevé casi la duplicación del número de vacantes sin 756.000 cubrir (hasta personas) 2020" (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0381& from=EN). Esa necesidad de profesionales vinculados a las TIC no cesa de aumentar: en marzo de 2021 la CE presentó una visión de la transformación digital en un documento titulado "Europe's Digital Decade: digital targets for 2030" donde, además de proponer que las competencias básicas digitales llegaran a 80% de la población, se indicaba la necesidad de contar con 20 millones de especialistas en TIC para ese año. Bajo el concepto de "especialistas en TIC" la CE no incluye solo la clásica figura del ingeniero sino también profesionales vinculados al sector de los medios y la comunicación, por ejemplo: 'software and multimedia developers and analysts', 'graphic and multimedia designers', 'web and multimedia developers'

(https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/isoc_skslf_esms.htm#contact163341 8970538).

Por otro lado, en el marco de la Unión Europea, programas como Creative Europe tienen previsto desembolsar en los próximos años más de 2.000 millones de euros "to optimise the potential of Europe's cultural and creative sectors by offering opportunities for operators to develop technologically and artistically through innovative trans-border initiatives. To exchange, co-produce and distribute European works and make them accessible to a wide and diverse audience" (https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/d3e77637-a963-11eb-9585-01a a75ed71a1/language-en).

Finalmente, según el "Future of Jobs Survey 2020" del World Economic Forum (https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf) entre las

profesiones más buscadas en el futuro se encontrarán perfiles como 'social media coordinator' y 'social media assistant'. Este mismo informe indica que las tradicionales profesiones vinculadas a los medios y la comunicación, junto a una parte de los profesionales del marketing, convergerán en un nuevo sector dedicado a la generación de contenidos.

Por otro lado, la alta demanda de titulaciones de la ordenación académica anterior y que darían acceso al presente máster avala también el potencial del mismo. En este sentido, la **demanda de los grados del ámbito de comunicación de la UPF** se mantiene en cifras elavadas desde hace tiempo:

PAGE * MERGEF ORMAT

- La demanda como primera opción del grado de Comunicación Audiovisual ha pasado de 253 (para 80 plazas) en el curso 2017-18, a 309 (para 80 plazas) en el curso 2020-21, una ratio demanda/oferta de 3'86 solicitudes por plaza.
- La demanda del grado de Periodismo como primera opción responde a una media alrededor de las 200 solicitudes (para 80 plazas) en los últimos años, es decir una ratio alrededor de 2'5 solicitudes por plaza.

(Fuente: "Indicadores de los estudios de grado", web de la UPF: https://www.upf.edu/web/universitat/indicadors-estudis-grau)

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

Tal como se ha apuntado en la sección anterior, existen diversos másters de otras universidades del ámbito catalán y español con las que el presente programa presenta conexiones evidentes. Los referentes más significativos de este máster corresponden a universidades fuera del ámbito nacional, pero incluimos también un máster de la Universidad Politécnica de Valencia que, por afinidad temática y proximidad geográfica, resulta también un referente de especial interés.

1.- Master in New Media and Digital Culture, de la Universidad de Amsterdam (Países Bajos)

(https://gsh.uva.nl/content/masters/new-media-and-digital-culture-media-studies/new-media-and-digital-culture.html)

La Universidad de Amsterdam es actualmente un centro de referencia a nivel europeo e internacional en el campo de los estudios en comunicación, en tanto que ocupa la primera posición de este campo en los ránkings internacionales QS y Shangai. En particular, ha devenido un centro muy influyente en los estudios sobre medios digitales, comunicación y sociedad, a través del impacto de los trabajos de investigadores como el Dr. Richard Rogers (autor de "Digital Methods") y la Dra. Jose Van Dijck (autora de "Culture of Connectivity" y coautora de "Platform Society"). El Master in New Media and Digital Culture de esta universidad es el principal referente que hemos adoptado en el diseño del presente programa. De éste, hemos adoptado el énfasis en una perspectiva social crítica para el estudio de los medios digitales, y su robustez y potencial innovador a nivel metodológico, destacando su apuesta por los 'digital methods', como propuesta de reapropiación de los datos y plataformas de Internet para la investigación social.

La Universidad de Amsterdam basa el título de su máster en el concepto de 'cultura digital', un aspecto clave que adoptamos en nuestra propuesta. Relacionamos esto con la evidente apuesta de dicho máster por adoptar una perspectiva amplia en la reflexión sobre los medios digitales, que va más allá de la 'superficie' de profesiones específicas, y se refleja en el plan de estudios así como también en la interpelación a graduados tanto del ámbito de la comunicación y las ciencias sociales como de las

PAGE * MERGEF ORMAT

humanidades. Finalmente, la articulación de la investigación orientada a la teoría/análisis junto a formación de acento práctico, relativa a la creación-innovación, ha resultado también inspiradora para el presente proyecto.

2.- Master in New Media and Digital Culture, de la Universidad de Utrecht (Países Bajos) (https://www.uu.nl/masters/en/new-media-digital-culture),

Al igual que el máster de la Universidad de Amsterdam, el programa de la Universidad de Utrecht pone también en primer plano el concepto de 'cultura digital', proponiendo una mirada transversal acerca de aquello que caracteriza la 'cultura digital' en su naturaleza profunda, más allà de ámbitos o prácticas profesionales muy específicas. Asimismo, el programa subraya la necesidad del anàlisis critico sobre los medios y tecnologías digitales ("(...) reflect critically on how present-day cultures are shaped by social media, data, games, internet activism, apps, data visualisations, mobile devices, algorithms, and participatory platforms").

Por otro lado, el máster de la Universidad de Utrecht contiene una rama de especialización titulada "Media, Data and Society", que, si bien no se refleja en una especialidad en el presente máster, en términos formales, ha resultado inspiradora para la conceptualización de una "materia" o grupo de asignaturas interrelacionadas, que aparece en el presente documento con un título muy similar ("digital media, data and society").

3.- Master in Digital Culture, de la Universidad de Bergen (Noruega) (http://dig-hum-nord.eu/departments/masters-programme-in-digital-culture/)

El máster de la Universidad de Bergen, acogido en una facultad de Humanidades, tiene un enfoque más concreto que los anteriores, poniendo el foco en la dimensión creativa y artística de las producciones digitales, y la historia de los medios digitales: "Our focus at the University of Bergen is on digital arts and culture, with two main focus areas: 1) digital textuality and 2) critical and historical approaches to technology and society". Se trata de un máster que pone en valor el análisis cultural de las producciones y formatos emblemáticos de la creatividad en medios digitales (narrativas interactivas, arte digital, etc.), con los retos que ello supone para el anàlisis textual tradicional: adaptación e innovación metodológicas, atención por los contenidos generados por usuarios, etc.

Asimismo, resulta apreciable su superación de antiguas y cuestionables 'barreras' entre arte/humanidades y cultura popular (digital), incluyendo atención por literatura electrónica, artes digitales, videojuegos y redes sociales.

Por todo ello, el programa de la Universidad de Bergen ha resultado inspirador para la definición de una "materia" o grupo de asignaturas interrelacionadas en el presente máster, que en este documento lleva por titulo "digital cultures, narratives and experiències".

4.- Master in Emerging Media, de la Universidad de Tampere (Finlandia) (https://www.tuni.fi/en/study-with-us/emerging-media)

La Universidad de Tampere, un referente a nivel europeo e internacional en lo relativo a los medios e innovación digitales, ha abierto recientemente un máster en 'emerging media', con algunos aspectos inspiradores para la presente propuesta. En primer

lugar, destaca su apuesta explícita por conjugar un estudio atento a las últimas tendencias tecno-mediáticas y el desarrollo sostenible: "The programme merges emerging media and sustainability, meaning the promotion of wellbeing and tackling of local and global challenges and, on an economic level, e.g. the consideration of business opportunities of emerging media". Asimismo, el programa promueve la articulación de formación teórica y práctica, con particular atención a ámbitos como la realidad virtual e inmersiva y las redes sociales. Todo ello son elementos de interés para y, en buena medida, confluyentes con los objetivos del presente máster. En cambio, el hecho de que el máster de Tampere se ofrezca fundamentalmente en modalidad online no coincide con la apuesta del presente programa por la formación presencial.

5.- Master's Program in Emerging Media Studies, del Boston University College of Communication (EEUU)

(http://www.bu.edu/com/academics/degree-programs/ma-in-emerging-media-studies/)

El Master's Program in Emerging Media Studies de la Universidad de Boston se caracteriza por su apuesta por la formación en software avanzado, tanto en relación a 'big data' como a análisis de la experiencia de usuarios, con la finalidad de "pensar teórica y críticamente sobre los medios emergentes". La adopción de los medios y tecnologías emergentes no solo como objetos de estudio sino también como instrumentos metodológicos para la investigación social y cultural es uno de los aspectos que consideramos más interesantes de este programa. Asimismo, este máster apuesta por una formación con acento creativo/innovador, alineada con la investigación aplicada y vinculada a la práctica ("developing interactivity", "create data visualization"...), un aspecto que también recogemos en la presente propuesta.

6.- Master Universitario en Social Media y Comunicación Corporativa, de la Universitat Politècnica de València (España)

(http://www.upv.es/titulaciones/MUSMCC/indexc.html)

Este máster resulta de interés por su creación reciente (teniendo en cuenta las veloces dinámicas de cambio en el sector de la comunicación digital, es relevante contar con referentes recientes), así como también, evidentemente, por su afinidad temática y proximidad geográfica (impartición en Valencia). Se trata de un máster enfocado a las relaciones entre estudios de comunicación y tecnologías digitales, y en este sentido sus objetivos y orientación confluyen con la presente propuesta. La resonancia de algunas nociones destacadas en su plan de estudios con el que aquí se propone resulta ilustrativa en este sentido: 'storytelling digital', 'audiencia digital y visualización de datos'. No obstante, se trata de un máster centrado en comunicación estratégica y corporativa (branding, marketing digital, etc.), mientras el máster que proponemos aquí pone énfasis en otros aspectos (periodismo digital, comunicación política, y análisis cultural de géneros de entretenimiento, ficción y artes digitales); por tanto, la complementariedad entre ambos másters está garantizada.

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

PAGE * MERGEF ORMAT

En los inicios del curso 2019-20, se conformó en el Departamento de Comunicación, a instancias del Director del Departamento y la Subdirectora de Postgrados, una Comisión para la valoración y eventual desarrollo de una propuesta de nuevo máster orientado al estudio de los medios digitales. Esta Comisión ha seguido un proceso de trabajo y evolución acorde con las directrices generales que se aplican en este sentido, en el marco de la UPF. En este sentido, el proceso de diseño y aprobación de nuevos programas de máster en la UPF sigue una serie de fases e hitos previamente estipulados:

- Identificación de áreas de desarrollo de nuevos programas (que incluye la exploración de demandas sociales y laborales, así como de referentes y 'competidores' a nivel nacional e internacional)
- Elaboración de una propuesta inicial de nuevo programa (que incluye el análisis y debate internos, con la supervisión de diversos organismos y agentes universitarios, tanto departamentales -Dirección del Departamento, Comisión Académica de Másters- como supradepartamentales -Oficina de Programación y Planificación de Estudios, Vicerrectorado de Docencia-, así como también otras consultas externas que se consideren pertinentes)
- Definición de la propuesta definitiva (desarrollo detallado del programa)

Proceso de trabajo de la Comisión y la Ponencia Redactora de la Propuesta.

La Comisión, formada a inicios del curso 2019-20 y coordinada por la Subdirectora de Postgrados, Glòria Salvadó, fue integrada por diversos profesores e investigadores doctores del Departamento, con trayectoria consolidada en el campo de la comunicación y la cultura digitales: Dres. Laura Aymerich, Pere Freixa, Frederic Guerrero, Rafael Pedraza, Óliver Pérez, Emma Rodero, Carlos Scolari y Carles Sora. Tras diversas reuniones de la Comisión a lo largo del curso señalado, en la sesión del 13 de julio de 2020 se acordó adoptar una propuesta planteada por el Dr. Óliver Pérez, elaborada con la colaboración de los Dres. Carlos Scolari y Rafael Pedraza. Dicha propuesta, validada por la Comisión, ha supuesto la base del diseño del futuro máster, y los ponentes de la misma pasaron a liderar la Ponencia Redactora del Plan de Estudios, junto al Director del Departamento y la Subdirectora de Postgrados.

Desde entonces hasta la actualidad, el proceso de desarrollo de la propuesta ha incluido gestiones diversas, relativas a la definición de los contenidos del programa así como también otros aspectos, desde la supervisión de la Dirección del Departamento en relación a la previsión de profesorado disponible y cuestiones presupuestarias, hasta el establecimiento de contactos con posibles entidades colaboradoras. El 14 de octubre de 2020 se hizo efectivo el envío de la 'ficha' de programación al Vicerrectorado de Docencia de la UPF. Dicho Vicerrectorado revisó la propuesta y propuso algunas modificaciones menores, que fueron integradas. Promovió también una toma de contacto con los directores de otros Departamentos de la UPF que, se consideró, pueden tener intereses afines al presente proyecto, desde un prisma transdisciplinar. En este sentido, resultó particularmente interesante una reunión con el Director del Departamento de Tecnologías de la Información y la Comunicación UPF, Dr. Sergi Jordá, con quien se valoraron posibles sinergias y colaboraciones puntuales a nivel de profesorado.

Asimismo, respecto al potencial interés profesional de este máster, tal como se comenta en el apartado anterior, se recabó información de diversas fuentes, tales como la Generalitat de Catalunya, la Agència per a la Qualitat del sistema Universitari de Catalunya (AQU), el Ministerio de Economía y Competitividad, la

Unión Europea y el World Economic Forum. En este sentido, se pudo confirmar que, efectivamente, existe en nuestro territorio y a nivel internacional una demanda laboral significativa, con indicadores de dinámica ascendente, en el ámbito que nos ocupa.

Respecto a los contactos con posibles entidades externas colaboradoras, a modo de contexto cabe comentar que el presente proyecto de máster acota este tipo de colaboraciones al ámbito del Trabajo Final de Máster (ver apartado específico al respecto). Así, la modalidad de TFMs de investigación aplicada o vinculada a la práctica incluirá la posibilidad de realizar proyectos en colaboración con entidades externas (más detalles en el apartado correspondiente). En este sentido, se ha realizado una prospectiva de 4-5 posibles entidades colaboradoras del máster, priorizando los siguientes aspectos: (a) conexión clara de objetivos e intereses entre el máster (asignaturas previstas) y la entidad considerada; (b) colaboraciones previas del Departamento con dicha entidad con buenos resultados; (c) proximidad geográfica (priorizar, en lo posible, la relación con entidades próximas a la facultad, del 'distrito tecnológico' 22@ de Barcelona). Con una de las entidades priorizadas se ha firmado ya un convenio de colaboración: el Centro de Artes Digitales IDEAL (enfocado a la experimentación con tecnologías de realidad virtual e inmersiva). Con el resto de entidades priorizadas se prevé abordar el contacto en los próximos meses.

La **Ponencia Redactora** de la Propuesta del Master in Digital Culture and Emerging Media ha sido formada por las siguientes personas:

José Fernández Cavia. Director del Departamento de Comunicación. Profesor titular del Departamento de Comunicación de la UPF desde 2006. Licenciado en Filología Hispánica (UB, 1986), Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (UAB, 1996) y Doctor en Ciencias de la Comunicación (UAB, 2000). Sus principales líneas de investigación son place branding, publicidad y relaciones públicas.

Glòria Salvadó Corretger. Subdirectora de Postgrados del Departamento de Comunicación. Profesora agregada del Departamento de Comunicación de la UPF. Doctora en Comunicación Audiovisual por la UPF. Es autora del libro Espectres del cinema portugués contemporani. Historia y fantasma en les imatges (Lleonard Muntaner, 2012), y coeditora de Poéticas del gesto en el cine europeo contemporáneo (Intermedio, 2013). En los últimos años ha publicado artículos, en libros colectivos y cine revistas académicas nacionales e internacionales. sobre portugués contemporáneo, ficción televisiva, nuevas formas de la ficción serial y la obra de Joaquín Jordá, entre otros temas. Miembro del grupo de investigación CINEMA, actualmente es profesora en el Grado en Comunicación Audiovisual de la UPF, en el Máster Oficial en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos, y en el Programa de Estudios Hispánicos y Europeos de la misma universidad. Sus principales líneas de investigación son: narrativa audiovisual; cine europeo moderno y contemporáneo; cine portugués contemporáneo; teoría y análisis de la ficción televisiva; relaciones entre ficción televisiva y cinematográfica; hermenéutica cinematográfica; Joaquín Jordá; estética audiovisual.

Óliver Pérez-Latorre. Doctor en Comunicación Social por la UPF (2010); Profesor Agregado interino del Departamento de Comunicación de la UPF, especializado en Game Studies. Es autor del libro *El Lenguaje Videolúdico* (Laertes, 2012) y fue co-investigador principal del proyecto 'Héroes de la Crisis: narrativa y discurso social

PAGE * MERGEF ORMAT

en la cultura popular contemporánea'. Ha publicado artículos en revistas académicas como *Games and Culture*, *Game Studies* y *Convergence*. Fue comisario de la exposición 'Gameplay. Cultura del Videojuego', del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (diciembre 2019 - agosto 2020).

Carlos Alberto Scolari. Profesor Catedrático en el Departamento de Comunicación de la UPF. Principales publicaciones: Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva (2008), El fin de los medios masivos (con M. Carlón, 2009), Ecología de los medios (2015), Las leyes de la interfaz (2018) y Media Evolution (2019). Ha publicado artículos en las revistes científicas Communication Theory, New Media & Society, International Journal of Communication, Semiotica, Information, Communication & Society, Convergence, etc. Entre sus líneas de investigación destacan semiótica de los medios y las interfaces, ecología/evolución de los medios y teorías de la comunicación digital interactiva. Imparte docencia en anàlisis de mensajes y análisis de la comunicación digital interactiva. También es coordinador del programa de Doctorado en Comunicación de la UPF.

Rafael Pedraza. Doctor en Información y Documentación en la Sociedad del Conocimiento por la Universidad de Barcelona (2008); Profesor Agregado Serra Hunter del Departamento de Comunicación de la UPF, miembro del Grupo de Investigación en Periodismo. Es especialista en análisis de datos y visualización de la información, análisis de calidad web, recuperación de información, y periodismo digital. Ha liderado y colaborado en diversos proyectos de investigación y contratos de investigación, tanto con instituciones públicas como privadas, y ha impartido docencia en grados y postgrados de diferentes universidades, como la Universidad de Barcelona, la Universidad Politécnica de Valencia o la Universitat Oberta de Catalunya.

Esta Ponencia Redactora ha contado con la colaboración de los miembros de la Comisión inicial que impulsó este proyecto, cuyos integrantes fueron referidos anteriormente, así como también con el apoyo del Decano de la Facultad de Comunicación, **Dr. Jordi Balló**, y el Subdirector de Investigación del Departamento de Comunicación, **Dr. Frederic Guerrero**.

Adecuación de esta propuesta a intereses estratégicos del Departamento de Comunicación de la UPF.

Tal como se había señalado en un apartado anterior, dos **grupos de investigación** consolidados del Departamento (MEDIUM y DIGIDOC) centran su trabajo, desde hace años, en el estudio de los medios y la cultura digitales, y otros grupos han abordado o están abordando también proyectos relativos a este ámbito, de tal modo que el presente proyecto de máster supone una oportunidad de canalizar esta masa crítica del Departamento de Comunicación a través de una iniciativa formativa de interés para estudiantes y profesionales, y para la sociedad en general. Junto a ello, el impulso, desde el Decanato, de la posible creación de una **'Comunidad de Pensamiento y Cultura Digitales UPF'**, de carácter supradepartamental, el recientemente aprobado **Mínor en Narrativa y Creación Digitales**, y la apertura del Doctorado en Comunicación de una modalidad de **Tesis de Investigación Aplicada**, así como la promoción de **Tesis de Doctorado Industrial** (en colaboración con entidades externas), son iniciativas que generan claras sinergias con el presente proyecto de máster, y sugieren un posible efecto multiplicador mediante su programación.

PAGE * MERGEF ORMAT

PAGE * MERGEF ORMAT

OBJETIVO DE LA TITULACIÓN

El Master in Digital Culture and Emerging Media tiene como objetivo proporcionar al alumnado una formación avanzada para analizar los diversos fenómenos sociales y culturales que rodean a los medios digitales, y desarrollar proyectos propios en este ámbito a través de investigación básica, aplicada o vinculada a la práctica.

El máster presta especial atención a los medios emergentes y las tendencias tecno-culturales, y propone una comprensión integral y crítica de la cultura digital, explorando las complejas relaciones entre sociedad, tecnología, comunicación y medios. Asimismo, a través del máster los alumnos podrán enriquecer también sus competencias profesionales en el campo de la comunicación y los medios digitales-interactivos.

En relación con todo ello, la propuesta formativa del máster se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Adopción de una perspectiva sociocultural en la reflexión sobre los medios digitales y las nuevas tecnologías, basada en las ciencias sociales y los media studies.
- 2) Plan de estudios que, de manera transversal, despliega una mirada muy atenta a los medios emergentes y los cambios culturales relacionados con las nuevas tecnologías.
- Enfoque amplio sobre la cultura digital, transversal a ámbitos profesionales específicos, y abarcando tanto la cultura popular digital como la experimentación artística.
- 4) Promoción de la creatividad y la innovación con los nuevos medios, basadas en la investigación y la reflexión crítica. Este aspecto se refleja en una modalidad de investigación aplicada o vinculada a la práctica en el Trabajo Final de Máster.

COMPETENCIAS

3.1. Competencias básicas y generales

Competencias básicas:

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

PAGE * MERGEF ORMAT

PAGE

- **CB7.** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- **CB8.** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- **CB9.** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- **CB10.** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias generales:

- **CG1.** Analizar los medios digitales y emergentes, así como los fenómenos culturales alrededor de los mismos, a través de una perspectiva sociocultural crítica, y con un desarrollo teórico y metodológico adecuado.
- **CG2.** Diseñar, desarrollar y evaluar un proceso de investigación básica, aplicada o vinculada a la práctica, transformando los resultados obtenidos en aportaciones de interés para la sociedad.

3.2. Competencias transversales

- **CT1**. Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género, para diseñar soluciones
- CT2. Colaborar de forma activa en equipo para la consecución de objetivos comunes con otras personas u organizaciones.
- CT3. Valorar y aplicar aspectos éticos fundamentales en el desarrollo de trabajos de investigación

3.3. Competencias específicas

- **CE1.** Utilizar las principales teorías, enfoques y metodologías necesarias para analizar y evaluar la cultura digital y la emergencia de nuevos medios.
- **CE2.** Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación básica, aplicada o vinculada a la práctica en el sector de la cultura digital y los medios emergentes.

- **CE3.** Analizar datos provenientes de la aplicación de métodos cualitativos, cuantitativos o mixtos dentro de investigaciones de carácter básico o aplicado.
- **CE4.** Analizar la cultura digital y los medios emergentes, así como las prácticas asociadas a los mismos, abordando sus dimensiones comunicativa, social, política, tecnológica y económica.
- **CE5.** Diseñar información basada en datos e infovisualizaciones, facilitando el análisis y comprensión de fenómenos complejos.
- **CE6.** Desarrollar contenidos de carácter científico en distintos tipos de soporte y formatos, tanto para públicos especializados como no especializados.
- **CE7**. Idear, prototipar y evaluar obras digitales interactivas para diversos sistemas (fijos y móviles, *online* y *offline*) en el campo de la comunicación informativa, persuasiva, artística, narrativa o de entretenimiento.
- **CE8.** Evaluar las posibilidades de aplicación de las teorías, metodologías, conceptos y resultados de la propia investigación para sustentar la toma de decisiones en el ámbito profesional.
- **CE9.** Evaluar el estado de la cuestión en el estudio académico de la cultura digital y los nuevos medios, formulando hipótesis orientadas a realizar investigación relevante en el ámbito o subámbito correspondiente.

Resultados de aprendizaje:

- **RA1.** Selecciona teorías y metodologías adecuadas para el estudio de la cultura digital y los medios emergentes.
- **RA2.** Aplica las teorías y metodologías más pertinentes en función de los objetivos de una investigación.
- **RA3.** Formula los objetivos, preguntas e hipótesis de manera adecuada para llevar adelante una investigación.
- **RA4.** Identifica los puntos fuertes y limitaciones de un proyecto de investigación.
- **RA5.** Identifica, procesa y analiza adecuadamente conjuntos de datos.
- **RA6.** Empleaa software específico para procesar y analizar datos, tanto de forma cuantitativa como cualitativa.

RA8. Analiza e interpreta desde una perspectiva sociocultural los textos, formatos comunicativos/narrativos y plataformas de interacción característicos del entorno digital, y los compara adecuadamente con otros medios.

RA9. Analiza y evalúa las experiencias y prácticas culturales de usuarios y públicos en el entorno de los nuevos medios, con atención por la dimensión interactiva-participativa.

RA10. Emplea bases de datos académicas y de literatura especializada para conocer el estado del arte y elaborar marcos teóricos.

RA11. Construye bibliografías según los criterios de formato y estilo adecuados para cada investigación.

RA12. Compara, categoriza y analiza críticamente producciones interactivas (de ficción y no-ficción) y obras de arte digital de todo tipo.

RA13. Identifica y analiza las diferentes dimensiones (social, cultural, económica, política, tecnológica) que se expresan y afectan a los medios y producciones digitales.

RA14. Diseña y desarrolla infografías y visualizaciones de datos provenientes de la investigación.

RA15. Evalúa adecuadamente infografías y visualizaciones de datos provenientes de la investigación.

RA16. Elabora textos y documentos vinculados a las diferentes fases de la investigación (proyecto de investigación, informe intermedio, póster, artículo científico, comunicación en congreso).

RA17. Defiende la investigación oralmente delante de un público especializado.

RA18. Elabora materiales de difusión masiva sobre la investigación destinados a un público no especializado.

RA19. Diseña y desarrolla el prototipo de un producto digital interactivo, o una obra de carácter expresivo/artístico, aplicando de manera creativa los conocimientos teóricos y metodológicos adquiridos.

RA20. Identifica puntos fuertes y limitaciones del prototipo de una obra o producto digital interactivo.

RA21. Elabora planes de contingencia eficaces para hacer frente a eventuales situaciones críticas en el desarrollo de proyectos de investigación.

RA22. Aplica adecuadamente planes de contingencia para hacer frente a situaciones críticas.

- **RA23.** Justifica la toma de decisiones a partir de una fundamentación teórica y metodológica basada en la propia experiencia de investigación.-
- **RA24.** Evalúa adecuadamente un proyecto de investigación desde una perspectiva ética para identificar posibles riesgos, así como protocolos pertinentes a adoptar (gestión de datos personales, sujetos en situación de riesgo, etc.).
- **RA25.** Elabora e implementa los protocolos éticos necesarios para el desarrollo de una investigación
- **RA26.** Identifica y resuelve de manera creativa las posibles situaciones críticas que pueden surgir durante un proceso de investigación.
- **RA27.** Planifica trabajos de investigación con potencial de realizar contribuciones originales y relevantes en el ámbito/subámbito académico 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 la titulación.

A. PERFIL DE INGRESO RECOMENDADO

El perfil de ingreso recomendado para el máster son graduados procedentes de los distintos ámbitos de las ciencias sociales y las humanidades, así como también graduados de otros ámbitos con alguna otra titulación (p. ej., mínor, postgrado) en ciencias sociales, estudios de comunicación o diseño/artes digitales.

El máster se dirige a:

- Graduados de estudios de comunicación (*media studies*), en tanto que destinatarios principales.
- Graduados de otros estudios, destacando el potencial interés del programa para graduados de otros ámbitos de las ciencias sociales, así como también de los ámbitos de artes y humanidades, y estudios de TIC (en estos casos, será recomendable contar con formación previa en comunicación o diseño/artes digitales).
- Profesionales y creadores del mundo de la comunicación digital.

B. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

La información generada por la Universidad y las actividades de orientación para la incorporación a la Universidad, se dirigen a los estudiantes y a su entorno personal y educativo más inmediato.

La Universidad Pompeu Fabra dispone de un **Programa de Captación de Futuros Estudiantes**, que pretende, a través del diseño y ejecución de actuaciones y actividades de promoción dirigidas a estudiantes que han finalizado sus estudios de grado, cubrir las plazas ofertadas para los próximos cursos académicos.

La Universitat Pompeu Fabra se plantea para esta finalidad los objetivos siguientes:

- Transmitir la identidad de la UPF a partir de la comunicación y el diálogo con su entorno inmediato y con la sociedad en general.
- Transmitir a la sociedad los programas, el carácter público y la calidad de la LIPF
- Ofrecer información personalizada a los futuros estudiantes sobre los aspectos diferenciadores de la UPF con respecto al resto de universidades y sobre su oferta académica, de servicios e instalaciones.
- Facilitar el conocimiento directo de la UPF y las características de los estudios que imparte, mediante la oferta de sesiones informativas

PAGE * MERGEF ORMAT

Para la consecución de los mencionados objetivos se utilizarán los usuales canales de difusión de la Universidad Pompeu Fabra y del Departamento de Comunicación para dar a conocer la oferta del máster. Entre las que destacan:

a) Sesiones Informativas

El objetivo de estas sesiones es informar sobre las características específicas de los estudios de máster de la UPF.

También se realizan sesiones informativas en las ciudades donde la UPF asiste a una feria. El objetivo es aprovechar al máximo los desplazamientos del personal técnico de promoción de estudios.

b) Ferias de educación

La Universidad participa en un gran número de ferias nacionales e internacionales de educación en las que presenta su oferta.

El objetivo de participar en ferias de educación es ofrecer información personalizada a los visitantes sobre los aspectos diferenciales de la oferta académica y de servicios de la UPF en relación al resto de universidades.

Los destinatarios de las ferias educativas son estudiantes universitarios, graduados y empresas.

c) Publicidad, canales de comunicación y materiales gráficos y electrónicos de promoción de los másters

- Publicidad

La Universidad incluye publicidad en diferentes medios de comunicación impresos y en Internet: las acciones de marketing online se hacen, principalmente, en Google Adwords. Se activan campañas publicitarias en España, Europa, América Latina, USA y se activa una campaña exclusivamente en inglés.

- Canales de comunicación

Canal UPF

Es la televisión de la UPF que se usa para difundir los másters de la UPF y de sus sesiones informativas.

Redes sociales

La promoción de los másters de la UPF se hace también por las redes sociales siguientes: Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin, Master Tube, You Tube e Instagram.

Materiales informativos gráficos, electrónicos y audiovisuales

PAGE * MERGEF ORMAT

- Material gráfico

La UPF elabora los materiales gráficos, electrónicos y audiovisuales de información sobre sus màsters siguientes:

En papel:

- -Folleto general de grados, màsters y doctorados (en español, inglés y chino)
- -Folleto de cada máster (en catalán, castellano o inglés)

Online: cada curso se preparan presentaciones electrónicas de los másters y doctorados de la UPF en castellano e inglés.

- **Web**: portal institucional de másters universitarios UPF y portal institucional de doctorados UPF.

Los portales están publicados en catalán, castellano e inglés y cuentan con un acceso directo a las preinscripciones y matrícula en línea. Ambos portales también contienen acceso a todo el resto de programación de postgrados propios del grupo UPF (Barcelona GSE, BSM, IBEI, ELISAVA, ESCI, ESCS, EUIM, EUM). Además de la información general que pueda dar el portal, cada programa tiene su web propia.

- Vídeos de los másters de la UPF

Cada curso se producen vídeos generales y específicos de los másteres de la UPF, en español y en inglés, que se publican en You Tube.

d) Mailings y envíos postales a universidades socias

Así mismo la Universidad difunde su oferta de másters a través de mailings que incluyen diversos colectivos:

Se hacen envíos postales a las universidades socias, en colaboración con la Oficina de Movilidad y Acogida (Servicio de Relaciones Internacionales) de septiembre a septiembre a diferentes universidades europeas, de Estados Unidos y Canadá, América Latina, China y Japón.

e) Entrega de folletos a los estudiantes internacionales de la UPF

En septiembre, en enero y marzo, se entregan folletos de másters universitarios a todos los estudiantes internacionales de la UPF, en el acto de bienvenida institucional que se ofrece a este colectivo de estudiantes.

f) Agentes educativos internacionales

La UPF trabaja con agentes educativos que contribuyen a la captación de futuros estudiantes.

PAGE * MERGEF ORMAT

g) Campaña de comunicación

La UPF elabora los materiales gráficos, electrónicos y audiovisuales de información.

Por otro lado, la universidad participa o desarrolla las acciones informativas siguientes:

1. Información de apoyo a estudiantes con necesidades educativas especiales

En el apartado "Actividades y Servicios" de la Web de la UPF e incorporada a los "Servicios de apoyo al estudio", se encuentra la información de "Apoyo a personas con necesidades educativas especiales" que permite una prestación personalizada para cada estudiante que la requiere.

El Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria responde, en sus instalaciones o electrónicamente y de manera personalizada, las cuestiones planteadas que permiten al estudiante tener información de cómo se trabaja para cubrir sus necesidades (adaptación para la movilidad, servicios logísticos de apoyo, adaptación curricular...) y decidir sobre la conveniencia de su inscripción para acceder a la UPF.

2. Actividades en el marco del Consell Interuniversitari de Catalunya

La Universitat Pompeu Fabra forma parte del Consell Interuniversitari de Catalunya (CIC) y desde esta organización ejecuta, conjuntamente con el Departamento de Innovación, Universidades y Empresa y el resto de universidades catalanas, un conjunto de acciones de orientación para los estudiantes.

El CIC es el órgano de coordinación del sistema universitario de Catalunya y de consulta y asesoramiento del Gobierno de la Generalitat en materia de universidades. Integra representantes de todas las universidades públicas y privadas de Catalunya.

Entre los objetivos y líneas estratégicas del CIC se encuentran los relativos a la orientación para el acceso a la universidad de los futuros estudiantes universitarios.

- Información y orientación con relación a la nueva organización de los estudios universitarios y sus salidas profesionales, para que la elección de los estudios se realice con todas las consideraciones previas necesarias.
- Transición desde los ciclos formativos de grado superior a la universidad.
- Presencia y acogida de los estudiantes extranjeros.

2.1. Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles

La Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles es una comisión de carácter permanente del Consell Interuniversitari de Catalunya (CIC). Es el instrumento que permite a las universidades debatir, adoptar iniciativas conjuntas, pedir información y hacer propuestas en materia de política universitaria.

Entre las competencias de esta comisión está la de realizar el seguimiento de las actuaciones de promoción interuniversitarias de ámbito autonómico y estatal que lleve a cabo la Secretaría General del CIC, coordinar la presencia de las universidades en el Salón Estudia y elaborar recomendaciones dirigidas a las universidades para facilitar la integración a la universidad de las personas discapacitadas.

2.2. Materiales sobre el acceso a la universidad, la nueva ordenación y oferta del sistema universitario catalán.

Las publicaciones que se editan anualmente son las siguientes:

- Guía de los estudios universitarios en Catalunya.
- Catalunya Máster.
- Másters oficiales de las universidades de Catalunya
- Centros y titulaciones universitarias en Catalunya

2.3. Promover la igualdad de oportunidades de los estudiantes con discapacidad

Uno de los objetivos del Consell Interuniversitari de Catalunya es promover la igualdad de oportunidades del estudiantado con discapacidad en el ámbito de la vida universitaria. Ante la necesidad de promover líneas de atención comunes a los estudiantes con discapacidad, la Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles del CIC acordó en septiembre del 2006 la creación de la Comisión Técnica UNIDISCAT (Universidad y Discapacidad en Catalunya), en la que están representadas todas las universidades catalanas.

La Comisión técnica analiza la situación actual y las necesidades de los estudiantes con discapacidad con el objetivo de ofrecer un protocolo de actuación y respuesta a las mismas.

4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión:

Para los requisitos de **acceso**, **criterios y procedimientos de admisión** se seguirá la *Normativa académica de Máster Universitario*, aprovada por Acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de febrero del 2013, modificado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 11 de diciembre del 2019.

a) REQUISITOS GENERALES DE ACCESO

Además de cumplir los requisitos de acceso general establecidos en la normativa vigente, para poder ser admitido en el Master in Digital Culture and Emerging Media el candidato deberá reunir las siguientes condiciones:

- Estar en posesión de un título universitario oficial de Grado (o de licenciado, diplomado o, en caso de las titulaciones extranjeras, el título equivalente otorgado por una institución de enseñanza superior acreditada) en el ámbito de las Ciencias Sociales (tales como Comunicación, Sociología o Ciencias Políticas), o bien en el ámbito de Artes y Humanidades, o bien en el ámbito de las TIC.
- Los estudiantes que no provengan de grados del ámbito de Comunicación deberán cursar complementos formativos. Dichos complementos formativos se adaptarán al perfil del estudiante en función de si éste posee o no un título de mínor o postgrado relativo al ámbito de la comunicación digital, el diseño multimedia o similar (véanse detalles en el apartado 4.6.)
- Acreditar el siguiente nivel (mínimo) de lengua: nivel B2 de inglés del MCER o equivalente. Se eximirá de este requisito a los solicitantes que provengan de estados en los que el inglés sea lengua oficial.

b) CRITERIOS DE ADMISIÓN

En el procedimiento de selección de los candidatos se aplicarán los siguientes criterios de valoración (máx. 10 puntos):

- o **Expediente académico** de la formación oficial acreditada con la nota media de la universidad de origen (máx. 3 puntos)
- o **Curriculum vitae** redactado en inglés (máx. 2 puntos); se valorará la experiencia académica, investigadora y profesional en el ámbito de ciencias sociales, comunicación, humanidades y diseño/artes digitales.
- o **Carta o vídeo con exposición de motivación** en inglés (en el caso de vídeo, de 4' aproximadamente), donde el solicitante expone el interés por cursar el máster (máx. 2 puntos).
- o Dos cartas de recomendación académicas o profesionales (máx. 1 punto).
- o Acreditación del nivel C1 del MCER (o equivalente), o nivel superior, de inglés (máx. 1 punto) (aclaración: el nivel B2, señalado arriba como parte de los 'requisitos de acceso', se considera nivel mínimo sine qua non; en cambio, el nivel C1 se contempla aquí, en los 'criterios de admisión', como parte de un sistema de puntuación orientado a priorizar a los mejores candidatos/as)
- o **Entrevista personal** (máx. 1 punto): la entrevista permitirá aclarar o perfilar aspectos del curriculum y discriminar estudiantes con expedientes similares.

c) PROCEDIMIENTO DE ADMISIÓN

Según la normativa de los Másteres Oficiales de la UPF el órgano competente de la admisión y resolución de las admisiones de los aspirantes de estudios de máster corresponde al director o directora del departamento responsable del máster:

Normativa académica de Máster Universitario

Acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de febrero de 2013, modificado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 11 de diciembre del 2019.

Artículo 2. Acceso y admisión

2.1. Requisitos

Pueden acceder a las enseñanzas conducentes al título de máster universitario de la UPF aquellos estudiantes que cumplan los requisitos de acceso generales establecidos en la

normativa vigente y, en su caso, los requisitos específicos de admisión establecidos en la memoria de verificación aprobada para cada máster universitario.

Los estudiantes con una titulación de acceso ajena al Espacio Europeo de Educación Superior y sin homologar pueden acceder a un máster universitario, previa comprobación por la Universidad de que el título acredita un nivel de formación equivalente a un título universitario oficial español y que faculta en el país expedidor del título para acceder a estudios de postgrado. El acceso por esta vía no implica en ningún caso la homologación del título previo que se posea, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar la enseñanza de máster.

2.2. Presentación de solicitudes

La Universidad abre anualmente el proceso de preinscripción a los distintos programas de máster universitario, en el cual pueden participar los candidatos que cumplan los requisitos de acceso y de admisión mencionados en el apartado 2.1, así como aquellos candidatos que, no cumpliéndolos en el momento de la preinscripción, prevean hacerlo al inicio del curso académico.

En caso de que se haya establecido un precio público para participar en el procedimiento de admisión, el pago de este importe es un requisito necesario para poder participar en él.

2.3. Documentación

2.3.1. Documentación para solicitar el acceso y la admisión

En la fase de presentación de solicitudes a los másters universitarios, los candidatos deben adjuntar la documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos de acceso y admisión, así como de aquellos aspectos que deban ser objeto de valoración.

La admisión definitiva está condicionada a la acreditación del cumplimiento de los requisitos de acceso y admisión el primer día del curso académico mediante la presentación de la documentación original requerida.

Entre esta documentación deberá constar, necesariamente, el título universitario que da acceso al máster, un certificado académico en el que figuren los años académicos de la titulación, las materias cursadas, los créditos y las calificaciones obtenidas y el documento nacional de identidad u otro documento de identidad acreditativo.

En el caso de sistemas universitarios en los que no se entreguen títulos o diplomas, los estudiantes deberán presentar un certificado de finalización y/o un certificado académico completo y oficial.

2.3.2. Documentación para la matricula

En la fase de matrícula, los estudiantes deberán entregar los originales de los documentos que habían presentado en la fase de preinscripción. En el caso de titulaciones de fuera de la Unión Europea, el título y el certificado académico se entregarán debidamente legalizados mediante apostilla de La Haya o legalización diplomática, según corresponda.

En aquellos casos en los que los documentos no estén redactados en catalán, castellano, inglés, italiano, portugués o francés, deberá presentarse así mismo una traducción al castellano o al catalán efectuada por un traductor jurado, por cualquier representación diplomática o consular del estado español en el extranjero o por la representación diplomática o consular en España del país del que sea nacional la persona solicitante.

En caso de duda sobre la autenticidad y validez de los documentos tanto en el período de preinscripción como en la matrícula, la Universidad Pompeu Fabra podrá realizar las diligencias oportunas para verificar su contenido.

2.4. Valoración de las solicitudes de admisión

Cuando la demanda de plazas de un máster universitario supere la oferta, se priorizarán las solicitudes de acuerdo con los criterios de valoración establecidos en la memoria de verificación del máster. Estos criterios respetarán, en todo caso, los principios de publicidad, igualdad, mérito y capacidad.

Cuando el procedimiento incluya la realización de una prueba, los aspirantes deberán abonar el importe del precio correspondiente para poder participar en ella. La presentación del comprobante del pago de este importe es requisito necesario para poder participar en la prueba.

Estos procedimientos deberán incluir, en el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados.

2.5. Procedimiento de selección

El procedimiento de selección lo llevará a cabo una comisión de selección designada por la comisión responsable del departamento al que pertenezca el máster. Esta comisión de selección estará formada por un mínimo de tres profesores del ámbito científico del máster, de los cuales se designará a uno como presidente y a otro como secretario.

Corresponde a esta comisión seleccionar a los candidatos, así como resolver todas aquellas cuestiones que se deriven de ello y que no estén asignadas a otro órgano.

El resultado del procedimiento de selección se publicará en la web institucional de la UPF.

Además, se establecerá una comisión de admisión formada por el equipo de coordinación académica del Máster. Las funciones de dicha comisión comportarán la valoración de los candidatos desde el punto de vista de los requisitos académicos fijados.

PAGE MERGEF ORMAT

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

Una vez matriculados, se fijará un sistema de selección de un delegado o delegada de estudiantes para todas las cuestiones relacionadas con la docencia y el buen funcionamiento del Máster, y se abrirá un canal permanente de comunicación con la coordinación del Máster.

Una vez iniciado el curso, se fijará durante el segundo trimestre las prácticas profesionales a realizar y el Trabajo de Fin de Máster, asignando las tutorías dentro del profesorado del Máster o en caso justificado académica y profesionalmente, fuera del Máster, de acuerdo con el tema escogido. El objeto de regulación de las prácticas externas se organiza en la Normativa Reguladora de las Prácticas Externas para los estudiantes de la Universitat Pompeu Fabra en acuerdo del Consejo de Gobierno de 9 de mayo de 2012, modificado por los Acuerdos del Consejo de Gobierno de 18 de julio de 2012, de 20 de marzo de 2013, 1 de julio de 2015 y 11 de abril de 2018.

A nivel general en la UPF se vienen desarrollando las acciones siguientes:

a) Programa "Bienvenidos a la UPF"

Es la primera acción que se programa para los estudiantes de nuevo ingreso a la universidad. Se lleva a cabo durante las dos semanas anteriores al inicio del curso académico.

El principal objetivo del programa es poner al alcance de los nuevos estudiantes la información básica necesaria para facilitar su integración en la vida universitaria. Se estructura a partir de visitas a la universidad, precedidas por unas sesiones informativas en las que se incluyen básicamente las cuestiones siguientes:

- Características académicas de la titulación.
- Servicios de apoyo al estudio.
- Medios de difusión de las noticias y actividades de la UPF.
- Conocimiento del Campus y otros servicios generales.
- Actividades sociales, culturales y deportivas.
- Solidaridad y participación en la vida universitaria.

Estudiantes veteranos inscritos voluntariamente al programa ejercen un papel destacado en las mencionadas visitas, como orientadores de los estudiantes de nuevo ingreso.

Los estudiantes con necesidades educativas especiales participan igualmente en las sesiones del programa, pero además tienen sesiones individuales de acogida en las que se les facilita toda clase de información de los servicios de apoyo existentes en la universidad para su situación particular.

b) Servicio de Asesoramiento Psicológico

Su objetivo es favorecer la adaptación de los estudiantes a la vida universitaria. El servicio va destinado a aquellos que requieran orientación y apoyo psicológico para facilitar su estabilidad personal y su rendimiento académico. El servicio presta igualmente asesoramiento al Personal Docente y al Personal de Administración y Servicios que lo requiera por su relación con los estudiantes que demandan esa atención.

También se realizan labores de divulgación y sensibilización para situar el rol del psicólogo en el ámbito de la prevención y la higienización.

c) Compatibilización para deportistas de alto nivel

La UPF tiene prevista la existencia de un tutor o tutora para los estudiantes que son considerados deportistas de alto nivel de acuerdo con los requisitos establecidos en la normativa de las administraciones competentes en materia deportiva. El objetivo de esta acción tutorial es, fundamentalmente, ayudar a compatibilizar las actividades académicas y deportivas.

El tutor o tutora ayuda a planificar el calendario académico en consonancia con el calendario deportivo del estudiante, de manera que se encuentre el equilibrio entre ambas actividades. El tutor o tutora se convierte en interlocutor del estudiante ante el profesorado para plantear modificaciones dentro del calendario general previsto para el grupo/clase que tiene asignado el estudiante, o para acceder a tutorías o material docente adecuado a su disponibilidad temporal.

PAGE * MERGEF ORMAT

Como sistemas de apoyo se ofrece la información docente, académica y de procedimientos de la página Web de información académica. El Punt d'Informació a l'Estudiant (PIE) y la Secretaría del Departamento garantizan la respuesta a los diferentes tipos de consultas.

d) Servicio de Carreras Profesionales

La Universitat Pompeu Fabra, a través del Servicio de Carreras Profesionales (SCP) desarrolla y coordina una serie de actividades para favorecer la transición entre la etapa de formación académica de los estudiantes y graduados al mundo laboral. Estas actividades están diseñadas para que aporten cierta continuidad al proceso de inserción, orientación y reorientación laboral de nuestros estudiantes y graduados desde que entran en la universidad hasta que se gradúan y comienzan su etapa profesional.

En este sentido, el SCP prepara la transición de nuestros estudiantes de la universidad al mercado laboral mediante tres instrumentos:

- 1. La visibilidad y la captación del talento UPF. En este sentido, se hace prospección empresarial (per ampliar el abanico de ofertas en empresas e instituciones), se gestionan las prácticas externas en empresas y/o instituciones y la Bolsa de Trabajo y se organiza el foro de empleo UPFeina.
- 2. El Programa de actividades de orientación profesional y de desarrollo de competencias para el mercado de trabajo Skills UPF.
- 3. El Servicio de orientación profesional personalizada.

Si bien es cierto que el Servicio tiene una mayor orientación hacia los estudiantes de Grado que a los de Máster, todas las actividades están pensadas y abiertas para los estudiantes de postgrado.

e) Plan de Acción Tutorial

El Plan de Acción Tutorial existe para dar apoyo a los estudiantes en el contexto de recorrido formativo específico de un máster.

Funciones del tutor:

Los estudiantes matriculados en un máster tendrán asignado un tutor con las siguientes funciones:

- Informativa: facilitar información de carácter general y específico sobre cuestiones y recursos que orienten al estudiante a acceder a las fuentes de información que puedan ser de utilidad para sus estudios.
- Seguimiento académico e intervención formativa: introducción de mecanismos de seguimiento del rendimiento y progresión académica del estudiante y orientación en los modelos de aprendizaje más adecuados a cada necesidad.

Asignación del tutor

El profesor tutor es designado por el equipo de dirección académica del máster.

Dedicación

La dedicación del tutor se prevé como parte de su actividad docente.

La programación docente del máster integrará como actividades aquellas que se hayan planificado en el marco de la acción tutorial.

Coordinación y evaluación

Corresponde al equipo de dirección académica del programa la tarea de coordinar los tutores, así como velar por el desarrollo y la mejora de la acción tutorial.

Se evaluará el funcionamiento de la acción tutorial.

4.4. Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos

Reconocimiento de créditos cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no **Universitarias:**

Mínimo: 0 ECTS Máximo: 0 ECTS

MERGEF ORMAT

Reconocimiento de créditos cursados en <u>Títulos Propios</u>:

Mínimo: 0 ECTS Máximo: 0 ECTS

Reconocimiento de créditos cursados por acreditación de Experiencia Laboral y Profesional:

Mínimo: 0 ECTS Máximo: 0 ECTS

Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos:

La Ponencia Redactora de este plan de estudios no prevé el reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas superiores no universitarias, títulos propios o por acreditación de experiencia laboral para la presente propuesta.

No obstante, la Universidad Pompeu Fabra dispone de todo un marco normativo que regula el sistema de reconocimiento de créditos en el ámbito de las enseñanzas de Máster y aplicable al presente título, como es el caso del reconocimiento de créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales de máster, en la misma o PAGE

en otra universidad, son computados en enseñanzas distintas a efectos de la obtención del título de máster universitario.

La normativa de la UPF que ampara esta propuesta es la que se recoge en los artículos 6 y 7 de la *Normativa académica de Máster Universitario* (Acuerdo de Consejo de Gobierno de 6 de febrero de 2013)¹, donde se regula todo lo referente al reconocimiento y transferencia de créditos.

A su vez, en esta normativa se recogen, entre otros, aspectos como:

- El reconocimiento de créditos procedentes de títulos propios
- El reconocimiento de créditos por experiencia laboral
- Los órganos competentes para el reconocimiento de créditos
- Los criterios y documentos para solicitar dicho reconocimiento

Normativa académica de Máster Universitario Acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de febrero de 2013

(...) Artículo 6. Reconocimiento de créditos

6.1. Concepto

Se entiende por reconocimiento de créditos la aceptación por parte de la Universidad Pompeu Fabra de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales de máster, en la misma universidad o en otra, son computados en enseñanzas distintas a efectos de la obtención del título de máster universitario.

6.2. Reconocimiento de la experiencia profesional o laboral y de enseñanzas no oficiales

La experiencia laboral y profesional acreditada también puede ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención del título de máster universitario, siempre que esta experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a este título.

En todo caso, no pueden ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de máster. 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 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorpora su calificación, por lo cual no computarán a efectos de baremación del expediente.

Sin embargo, los créditos procedentes de títulos propios podrán excepcionalmente ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al indicado en el párrafo anterior o, en su caso, podrán ser objeto de reconocimiento en su totalidad, siempre que el título propio correspondiente haya sido extinguido y sustituido por un título oficial. A tal efecto, en la memoria de verificación del nuevo plan de estudios PAGE * MERGEF ORMAT

A los estudiantes que hubieran iniciado enseñanzas de máster universitario conforme a las Normas académicas de los másteres oficiales aprobadas por acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por los acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo de 2007, 14 de noviembre de 2007 y 15 de julio de 2009, les seguirá siendo de aplicación la referida normativa.

propuesto y presentado para verificación deberá hacerse constar esta circunstancia y deberá ir acompañada de la información y la documentación que establece la normativa vigente en materia de reconocimiento de créditos.

6.3. Criterios de reconocimiento de créditos

Los criterios de reconocimiento de créditos serán los incluidos y justificados en la memoria de verificación del plan de estudios.

6.4. Órganos competentes para el reconocimiento de créditos

El director o directora del departamento responsable del máster universitario resolverá las solicitudes de reconocimiento, a propuesta de un vocal de reconocimientos para cada máster, o para un conjunto de másters.

Dicho vocal será designado, con carácter previo, por el director o directora del departamento responsable del máster, entre los profesores doctores.

6.5. Lugar y plazos de presentación de las solicitudes de reconocimiento de créditos

Las solicitudes deben dirigirse al director del departamento y deben presentarse en el Punto de Información al Estudiante en el plazo comprendido entre el 1 de julio y el 30 de noviembre.

6.6. Documentación para solicitar el reconocimiento de créditos

Las solicitudes de reconocimiento de créditos deben expresar el detalle de las asignaturas de las que se pide reconocimiento, señalando la correspondencia con las asignaturas a reconocer, y deben acompañarse de la siguiente documentación:

- Certificado académico en el que consten las asignaturas, el número de créditos y la calificación obtenida.
- Fotocopia del plan de estudios cursado, debidamente sellado por el centro correspondiente.
- Fotocopia de los programas o planes docentes de las asignaturas cursadas, debidamente sellados por el centro correspondiente.
- Resguardo del pago del precio para el estudio de la solicitud de reconocimiento establecido en la normativa vigente.

6.7. Constancia en el expediente académico

La asignatura figurará como reconocida en el expediente académico una vez se haya formalizado la matrícula de la misma.

Los créditos que se reconozcan se harán constar en el expediente del estudiante de acuerdo con lo que establezca la normativa de calificaciones vigente en el momento en el que se produzca dicho reconocimiento de créditos.

6.8. Precio de la solicitud de reconocimiento y precio de los créditos reconocidos

El precio de la solicitud del reconocimiento de créditos será el que establece la normativa de precios públicos aprobada por la Generalitat de Catalunya.

El precio de los créditos reconocidos será el que se establezca en la normativa de esta universidad por la que se regulan los aspectos económicos de la matrícula en enseñanzas oficiales.

Artículo 7. Transferencia de créditos

La transferencia de créditos consiste en incluir en el expediente académico del estudiante los créditos obtenidos en estudios oficiales de nivel de máster universitario cursados con anterioridad, en la UPF o en otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

Los estudios de origen aportados serán susceptibles de reconocimiento de créditos ECTS en función del plan de estudios de máster de destino. Por tanto, el reconocimiento de créditos ECTS podrá ser diferente si los mismos estudios de origen se aportan a otro plan de estudios de máster de destino.

Los créditos ECTS reconocidos en los planes de estudio conducentes a la obtención del título universitario oficial de máster serán susceptibles de ser incorporados en el expediente académico del estudiante mediante su matrícula, y serán reflejados en el suplemento europeo al título, en virtud de lo establecido en el artículo 6.3 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Los créditos ECTS reconocidos en los planes de estudio conducentes a la obtención del título universitario oficial de máster mantendrán la misma calificación obtenida en el centro de procedencia. En el supuesto de que no exista verificación de conocimientos, los créditos ECTS reconocidos no computaran a efectos de ponderación del expediente académico.

4.5. Complementos formativos.

Todos los estudiantes que provengan de grados diferentes a los del ámbito de comunicación deberán cursar complementos formativos, a través de una formación de cariz modular, según los criterios siguientes:

- Todos los estudiantes que provengan de grados diferentes a los del ámbito de comunicación deberán cursar un módulo ('módulo 1') de carácter general y obligatorio: "Fundamentos generales de estudios de comunicación y cultura mediática"
- Además, todos los estudiantes referidos <u>excepto aquéllos que posean un</u> título de mínor o postgrado relativo a la comunicación digital, el diseño <u>multimedia o similar</u>, deberán realizar otro módulo ('módulo 2'), de carácter específico: "Fundamentos teóricos de comunicación interactiva y diseño en medios digitales"

PAGE * MERGEF ORMAT

De esta forma, los complementos formativos se adaptarán al perfil del estudiante en función de si éste posee o no un título de mínor o postgrado relativo al ámbito de la comunicación digital, el diseño multimedia o similar.

En la siguiente tabla, análoga a las 'cajas de materia' de la sección 5.6, se detallan la estructura y contenidos fundamentales de los complementos formativos.

Nombre: Foundations of communication studies and media culture / Fundamentos de estudios de comunicación y cultura mediática

Carácter: complementos formativos ECTS: 4

Unidad temporal: septiembre / primer trimestre

Idioma/s: inglés / castellano

Contenido

Módulo 1 de 3 ECTS [común y obligatorio para todos los estudiantes que procedan de grados diferentes a los relacionados con la comunicación].

Fundamentos generales de estudios de comunicación y cultura mediática

- Fundamentos de historia de la comunicación y los medios en el siglo XX
- Economía política de la comunicación y los medios contemporáneos. Aspectos introductorios acerca del periodismo, la comunicación persuasiva y la ficción/entretenimiento en el ecosistema transmedia contemporáneo. Introducción a los nuevos actores y plataformas del sector audiovisual.
- Fundamentos de lenguaje audiovisual. Estructuras y formas de narrativa audiovisual. Fundamentos de realización y montaje audiovisual.
- Introducción a las teorías de la comunicación y la investigación en media studies. Investigación orientada al 'texto' (análisis semiótico y narratológico); investigación orientada al 'contexto' (teoría crítica, estudios culturales); investigación orientada al público (estudios de recepción, etnografía, efectos de los medios).

PAGE MERGEF

Módulo 2 de 1 ECTS [exentos los estudiantes que posean un título de mínor o postgrado en comunicación digital, diseño multimedia o similar].

Fundamentos de comunicación interactiva y diseño en medios digitales

- Fundamentos conceptuales de comunicación y cultura digitales. Cibercultura, hipertexto, interfaz, cultura participativa. Géneros y formas de narrativa interactiva.
- Fundamentos de semiótica de las interfaces y la interacción persona-ordenador

Competencias específicas	CE10, CE11, CE12, CE13 (especificados más abajo)
Resultados de aprendizaje	RA28, RA29, RA30, RA31 (especificados más abajo)

ACTIVIDADES FORMATIVAS				
TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD (ONLINE)		
Dentro del Aula				
AF1 – Clases teóricas	20 (15h módulo 1; 5h módulo 2)	100%		
Fuera del aula				
AF5 – Estudio y trabajo autónomo, individual	80 (60h módulo 1; 20h módulo 2)	0%		
SUMA	100			

ORMAT

Metodologías MD1, MD2		
docentes		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación	Ponderación
	mínima	máxima
S1 Evaluación de proyectos, actividades y ejercicios	100	<mark>100</mark>
TOTAL	100	100

Competencias específicas de los complementos formativos:

CE10. Reconocer los aspectos fundamentales de la historia de los medios de comunicación en el siglo XX, y los factores fundamentales que caracterizan el sector en la actualidad.

CE11. Reconocer y analizar los aspectos fundamentales del lenguaje audiovisual.

CE12. Identificar y clasificar las teorías y tradiciones investigadoras fundamentales en los estudios de comunicación

CE13. Analizar el diseño de obras/productos y experiencias basados en medios digitales desde la perspectiva de los estudios de comunicación

Resultados de aprendizaje específicos de los complementos formativos:

de los

RA28. Reconoce y evalúa los aspectos fundamentales de la historia reciente de los medios de comunicación y la situación actual en la economía política del sector.

RA29. Interpreta el potencial de significación de las obras audiovisuales más allá de la descripción formal de las mismas, valiéndose de los fundamentos de los estudios de comunicación

RA30. Identifica las teorías y metodologías en las que se basan trabajos de investigación en comunicación, evaluando la pertinencia y potencial de las mismas.

RA31. Interpreta el potencial de significación del diseño de interacción y formas procedurales/algorítmicas en obras/productos de los medios digitales, valiéndose de teorías y conceptos de la comunicación digital-interactiva

Los complementos formativos se desarrollarán en línea, a través de las plataformas Moodle y Collaborate.

Respecto a la comunicación acerca de los complementos formativos, se informará acerca de los mismos en la página web del máster y también, previamente a la matriculación, se recordará este aspecto a aquellos estudiantes potencialmente afectados, a través de comunicación en línea y/o tutorías específicas.

PAGE * MERGEF ORMAT

PAGE * MERGEF ORMAT

5. Planificación de las enseñanzas

5.1. Descripción del plan de estudios

A. Distribución de créditos en el título:

Tabla 5.1.1. distribución de créditos por tipo de materia:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria	<mark>37</mark>
Optativa	8
Prácticas Externas	0
Trabajo de Fin de Máster	<mark>15</mark>
TOTAL	60

B. Organización del plan de estudios:

El siguiente esquema incluye todas las asignaturas que pueden ser ofertadas y su tipología, así como el curso y trimestre de impartición.

Materia	Tipo	ECTS	Asignaturas	
Theoretical and Methodological Foundations / Fundamentos Teóricos y Metodológicos	OB	Theoretical Approaches to the New Media Ecology Aproximaciones Teóricas a la Ecología de los Nuev Medios (4 ECTS; OB; 1er trim.) Methodological Approaches to Digital Culture and t Emerging Media / Aproximaciones Metodológicas a Cultura Digital y los Medios Emergentes (6 ECTS; 1er trim.)		
Digital Media, Data and Society / Medios Digitales, Datos y Sociedad	OB	11	Digital Society, Politics and Communication / Sociedad Digital, Política y Comunicación (6 ECTS; OB; 1er trim.) Data Analysis and Information Visualization concerning Global Issues / Análisis de Datos y Visualización de la Información acerca de Problemas Globales (5 ECTS; OB; 2º trim.)	
Digital Culture, Narratives and Experiences / Cultura Digital, Narrativas y Experiencias	OB	11	Videogames, Transmedia Imaginaries and Contemporary Entertainment / Videojuegos, Imaginarios Transmedia y Entretenimiento Contemporáneo (6 ECTS; OB; 1er trim.) Digital Arts and Emerging Media / Artes Digitales y Medios Emergentes (5 ECTS; OB; 2° trim.)	
Perspectives on Digital Culture and Emerging Media / Perspectivas sobre Cultura Digital y Medios Emergentes	OP	36 (oferta) El estudiante cursa 8 ECTS	Trends in Digital Journalism / Tendencias en Periodismo Digital (4 ECTS; OP; 2º trim.) Digital Storytelling: Models, Trends and Innovation / Narrativa Digital: Modelos, Tendencias e Innovación (4 ECTS; OP; 2º trim.) New Media Experiences and Experimental Research / Experiencias con los Nuevos Medios e Investigación Experimental (4 ECTS; OP; 2º trim.) Digital Museography and Online Cultural Activities / Museografía Digital y Actividades Culturales Online (4 ECTS; OP; 2º trim.) New Media Literacies / Alfabetizaciones en Nuevos Medios (4 ECTS; OP; 2º trim.)	

			Digital Media, Politics and Social Movements / Medios Digitales, Política y Movimientos Sociales (4 ECTS; OP; 2º trim.) Emerging Media and Youth Culture / Medios Emergentes y Cultura Juvenil (4 ECTS; OP; 2º trim.) Affective Perspectives on Digital Culture / Perspectivas Afectivas sobre la Cultura Digital (4 ECTS; OP; 2º trim.) Algorithmic Culture, Internet and SEO / Cultura Algoritimica, Internet y SEO (4 ECTS; OP; 2º trim.)
Workshop: Planning and Developing a Research Project / Taller: Planificar y Desarrollar un Proyecto de Investigación	ОВ	5	Workshop: Planning and Developing a Research Project / Taller: Planificar y Desarrollar un Proyecto de Investigación (5 ECTS; OB; 3er trim.)
Master's Degree Final Project / Proyecto Final de Máster	TFM	<mark>15</mark>	Trabajo de Fin de Máster (TFM; 3er trim.)

A. Planificación temporal del Máster:

En la siguiente tabla se muestran todas las asignaturas que pueden ser ofertadas y su tipología, en relación con el trimestre de impartición:

Trimestre	Asignatura	Carácter	ECTS
	Theoretical Approaches to the New Media Ecology / Aproximaciones teóricas a la Ecología de los Nuevos Medios	ОВ	4
	Digital Society, Politics and Communication / Sociedad Digital, Política y Comunicación	OB	6
1	Videogames, Transmedia Imaginaries and Contemporary Entertainment / Videojuegos, Imaginarios Transmedia y Entretenimiento Contemporáneo	ОВ	6
	Methodological Approaches to Digital Culture and the Emerging Media / Aproximaciones Metodológicas a la Cultura Digital y los Medios Emergentes	ОВ	6
	Data Analysis and Information Visualization concerning Global Issues / Análisis de Datos y Visualización de la Información de Problemas Globales	ОВ	5
2	Digital Arts and Emerging Media /Artes Digitales y Medios Emergentes	OB	5
	Trends in Digital Journalism / Tendencias en Periodismo Digital	OP	4

	Total				
	Master's Degree Final Project / Trabajo de Fin de Máster	ОВ	<mark>15</mark>		
3	Workshop: Planning and Developing a Research Project / Taller: Planificar y Desarrollar un Proyecto de Investigación	ОВ	5		
	Algorithmic Culture, Internet and SEO / Cultura Algorítmica, Internet y SEO	OP	4		
	Affective Perspectives on Digital Culture / Perspectivas Afectivas sobre la Cultura Digital	OP	4		
	Emerging Media and Youth Culture / Medios Emergentes y Cultura Juvenil	OP	4		
	Digital Media, Politics and Social Movements / Medios Digitales, Política y Movimientos Sociales	OP	4		
	New Media Literacies / Alfabetizaciones en Nuevos Medios	OP	4		
	Digital Museography and Online Cultural Activities / Museografia Digital y Actividades Culturales Online	OP	4		
	New Media Experiences and Experimental Research / Experiencias con los Nuevos Medios e Investigación Experimental	OP	4		
	Digital Storytelling: Models, Trends and Innovation / Narrativa Digital: Modelos, Tendencias e Innovación	OP	4		
	and Innovation / Narrativa Digital: Modelos, Tendencias e Innovación New Media Experiences and Experimental Research /	-	·		

PAGE * MERGEF ORMAT

59

B. Coordinación docente:

La Universitat Pompeu Fabra contempla en la Normativa por la cual se establecen los órganos responsables de los Programas Oficiales de Postgrado (acuerdo del Consejo de Gobierno de 29 de marzo del 2006, modificada por acuerdo del Consejo de Gobierno de 2 de mayo del 2007) la creación de una comisión para cada Programa Oficial de Postgrado que estará formada, como mínimo, por:

- El director del Departamento de Comunicación.
- El coordinador académico del Máster.
- 2 profesores designados por el coordinador académico.
- Un representante del profesorado con docencia asignada en el Máster
- Como mínimo, un representante de los estudiantes en curso o antiguos alumnos del Máster, y escogido por y entre los

estudiantes.

Esta comisión tiene entre sus competencias generales la asignación de docencia al profesorado, velar por la coordinación de los másteres incluidos en el Programa, asegurando el máximo de transversalidad, proponer al órgano competente del departamento de los planes de estudio de los másteres, y todas aquellas que deriven de la organización y el desarrollo del Programa y que no estén asignadas a otro órgano.

Respecto a los másters, la comisión tendrá las competencias específicas siguientes:

- 1. Elaborar el plan de estudios.
- 2. Hacer el seguimiento del plan de estudios.
- 3. Proponer la oferta de plazas.
- Proponer al órgano competente del departamento los criterios específicos de admisión de estudiantes y los criterios de valoración de las solicitudes de acceso.
- 5. Designar la comisión de selección de estudiantes para casos en que la demanda supere la oferta.
- 6. Designar un tutor para cada estudiante.
- Elaborar la documentación necesaria para el proceso de acreditación de la calidad del Programa, así como participando de manera activa en los procedimientos de calidad establecidos por las agencias de calidad.

Mecanismos de coordinación docente

Acuerdo del Consejo de Gobierno de 7 de octubre del 2009, modificado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 13 de diciembre de 2017

El cambio metodológico en la docencia universitaria iniciado en el marco de la adaptación al Espacio Europeo de Enseñanza Superior tiene que devenir, sin duda, la pieza clave en la mejora de la formación de los estudiantes. En este cambio destacan especialmente la adquisición y el desarrollo de competencias, el rol activo del estudiante, la evaluación continua, la importancia del aprendizaje fuera del aula, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y el uso del plan docente como herramienta de diseño de una asignatura.

Siguiendo las directrices europeas, hay que afrontar el reto del nuevo paradigma asegurando que se garantiza la calidad, objetivo coincidente con uno de los fines que establece el artículo 4 de los Estatutos de la Universitat Pompeu Fabra: promover la excelencia en todas sus actividades. De acuerdo con el artículo 12 de los citados Estatutos, corresponde a los centros velar por la calidad e innovación de la docencia que imparten, aspecto que aseguran mediante los órganos de gobierno de cada centro, según las previsiones que se establezcan en sus respectivos reglamentos.

La experiencia acumulada en los últimos cursos con la evaluación de los planes piloto y la opinión de profesores y estudiantes, han demostrado que debe realizarse una distribución temporal armónica de las actividades que prevén las asignaturas de cada trimestre. Con el fin de lograrlo, deben planificarse diferentes asignaciones con objeto de evitar sobrecargas innecesarias en alguna de las semanas de cada periodo docente y, a su vez, favorecer los

mecanismos de coordinación docente. Éstos tendrían que aplicarse no sólo a la temporalización de las tareas sino también a la dinámica de las asignaturas.

La excepcionalidad del momento, en el que la adaptación de la mayoría de los grados se inicia de manera sincrónica, aconseja reforzar las estructuras de gobierno de los centros con la incorporación del coordinador o coordinadora docente en cada una de las titulaciones de grado de la Universidad.

Es por ello que se acuerda:

Primero

El coordinador o coordinadora docente se encargará de llevar a cabo las tareas descritas en el artículo tercero respecto a las titulaciones de las que cada centro sea responsable.

Segundo

Corresponde al rector nombrar al coordinador o coordinadora docente, a propuesta de los decanos o directores de centro, de entre los profesores a tiempo completo que impartan docencia en la titulación. Esta figura se equipara retributivamente a la de vicedecano.

Corresponde al decano o decana, director o directora fijar el número de coordinadores docentes, que en ningún caso será superior al número de titulaciones de las que el centro sea responsable. Cuando haya más de un coordinador o coordinadora docente, corresponderá al decano o decana o director o directora asegurar que éstos lleven a cabo sus actuaciones de manera armónica y coherente.

Tercero

El coordinador o coordinadora docente tiene asignadas las siguientes funciones:

- a) Asegurar que los estudiantes, especialmente los de primer curso, conozcan del diseño formativo del estudio.
- b) Velar porque el aprendizaje de los estudiantes en cada asignatura se enfoque hacia la adquisición de competencias.
- c) Asegurar que los planes docentes de la asignatura se publiquen de acuerdo con los requerimientos fijados reglamentariamente y en los plazos establecidos y coordinar, en lo posible, sus contenidos.
- d) Velar porque la carga de trabajo que tengan que realizar los estudiantes en cada asignatura se corresponda a los créditos ECTS asignados.
- e) Coordinar las tareas asignadas a los estudiantes para cada asignatura con el fin de asegurar que su distribución temporal a lo largo de las semanas del trimestre lectivo sea equilibrada en cada trimestre y curso.
- f) Promover, en coordinación con la USQUID del centro, la utilización y la adaptación de las tecnologías de la información y la comunicación.
- g) Fomentar el trabajo cooperativo entre los profesores.

Cuarto

El coordinador o coordinadora docente elaborará, de acuerdo con las directrices del CQUID, una memoria anual en que se resumirá la experiencia de cada trimestre y curso académico y en la cual se identificarán aquellos aspectos que en su opinión haya que conocer y otros que

PAGE * MERGEF ORMAT

sean susceptibles de mejora. Esta memoria se enviará al vicerrector o vicerrectora que tenga atribuidas las competencias en materia de docencia de grado.

Disposición adicional única

La figura del coordinador o coordinadora docente tendrá la vigencia que se corresponda con el despliegue de la totalidad de cursos de la titulación. Pasado este plazo, el rector, atendiendo a los resultados obtenidos o a las necesidades que se detecten en aquel momento, determinará la pertinencia de mantenerla.

Disposición transitoria única

En caso de que algunas de las funciones atribuidas a los coordinadores docentes sean, en el momento de aprobación de este acuerdo, desarrolladas por cargos académicos de los centros, los decanos o directores tomarán las medidas oportunas para asegurar la transferencia a la nueva figura del coordinador o coordinadora docente y evitar posibles solapamientos.

E. Incorporación de la perspectiva de género a la docencia universitaria de las titulaciones oficiales de la Universitat Pompeu Fabra

De acuerdo con el artículo 28 de la Ley 17/2015, del 21 de julio, de igualdad efectiva de mujeres y hombres, la Comisión de Calidad de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), en su sesión de 11 de diciembre de 2019, aprobó iniciar los trámites para incorporar la perspectiva de género a la docencia universitaria de la UPF.

En este sentido, la Universidad se compromete a diseñar, un plan gradual de incorporación de esta perspectiva a las propuestas formativas que tendrán que incorporar esta cuestión tanto en el apartado «Competencias» (como una competencia transversal y/o como competencias específicas) como el apartado 5 del despliegue subsiguiente del plan de estudios.

El Plan gradual de incorporación de la perspectiva de género a la docencia universitaria de las titulaciones oficiales de la Universitat Pompeu Fabra se hará en dos fases:

1 - Fase de elaboración de una guía de orientación para los Centros (integrados y adscritos): Comportará la elaboración de una guía (institucional) de apoyo a la incorporación de la perspectiva y los contenidos de género en el ámbito universitario y la incorporación de esta perspectiva a la docencia universitaria a través de las competencias que se definen en las memorias de verificación y en sus apartados correspondientes al despliegue del plan de estudios. Esta guía tendría que estar terminada antes de la finalización del curso 2019-2020 para que pueda ser de utilidad en los procesos de seguimiento de las titulaciones UPF.

Esta documento de referencia se elaborará de acuerdo con las directrices contenidas a las Guías de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña:

- -Guía para la elaboración y la verificación de las propuestas de titulaciones universitarias de grado y máster (julio 2019)
- -Guía para la elaboración y la verificación de las propuestas de programas oficiales de doctorado (julio 2019)
- 2 Fase de incorporación de la perspectiva a todas las memorias: Comportará la incorporación de la perspectiva y los contenidos de género a todas las memorias de

PAGE * MERGEF ORMAT

los títulos oficiales UPF. Esta fase se ejecutará a partir del curso 2020/2021 a través de los informes de seguimiento y las propuestas de mejora de que formalice cada centro.

$\frac{\text{TABLA DE ASOCIACIÓN DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS EN MATERIAS OBLIGATORIAS DEL}{\text{TÍTULO}}$

			COMPE	TENCIAS	ESPECÍF	ICAS DEI	L TÍTULO		
MATERIAS Y ASIGNATURAS OBLIGATORIAS Materia 1. Theoretical and	C E 1	CE 2	CE 3	CE 4	CE 5	CE 6	CE 7	CE 8	9 x
Methodological Foundations									
Theoretical Approaches to the New Media Ecology (OB) Methodological Approaches to Digital									
Methodological Approaches to Digital Culture and the Emerging Media (OB)									
Materia 2. Digital Media, Data and Society	х	х	х	x	Х		Х		
Digital Society, Politics and Communication (OB) Data Analysis and Information			•				•	•	— м С
Visualization concerning Global Issues (OB)									
Materia 3. Digital Culture, Narratives and Experiences	Х	Х	Х	х			Х		X
Videogames, Transmedia Imaginaries and Contemporary Entertainment (OB) Digital Arts and Emerging Media (OB)									
Materia 5. Workshop: Planning and Developing a Research Project	х	х				х	х		
Workshop: Planning and Developing a Research Project									
Materia 6. Trabajo Final de Master	х	х	х	х	х	х	х	х	X

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

La presente propuesta de plan de estudios no ofrece movilidad para los estudiantes, no obstante, se reproduce a continuación el marco UPF por si más adelante se presentara la ocasión de introducirla.

a) Organización de la movilidad de los estudiantes:

La UPF no sólo ha logrado posicionarse de forma privilegiada a nivel internacional, sino que reitera su compromiso con la internacionalización como una de sus prioridades en la estrategia institucional de la Universidad para el 2025, en que la UPF aspira a convertirse en una universidad de primera fila mundial. En el marco de esta política, la movilidad internacional se privilegia en los planes de estudio y pasa a constituir una característica diferencial de los graduados UPF.

La UPF desarrolla una intensa actividad de intercambio de estudiantes, tanto en el marco de programas comunitarios y nacionales, como impulsando programas propios que amplían las perspectivas geográficas de la movilidad estudiantil, ofreciendo una extensa oferta tanto a estudiantes propios como a estudiantes de acogida.

En particular, para los estudiantes propios, existe una única convocatoria anual (noviembre) donde se ofrecen las plazas disponibles y éstas se otorgan a partir del expediente académico y del dominio del idioma de docencia en la universidad de destino. En la mayoría de casos, existen becas y ayudas a la movilidad, y se establecen mecanismos flexibles para facilitar el reconocimiento y la transferencia de créditos.

Por su parte, los estudiantes internacionales llegan a la UPF de acuerdo con los convenios suscritos establecidos con sus universidades de origen, aunque también se ha abierto la puerta a estudiantes visitantes (procedentes de universidades con las cuales no se ha suscrito convenio) para estancias de un trimestre a un curso académico completo.

Tabla 5.1.4. Panorama de los programas de movilidad e intercambio en la UPF

PROGRAMAS	ALCANCE	FINANCIACIÓN	RECONOCIMIENTO ACADÉMICO
ERASMUS	Universidades europeas de los 28 Estados miembros de la UE, países del AELC y del EEE, Turquía y Macedonia	Financiación comunitaria, con ayudas incrementadas para becarios MEC	Sí
ERASMUS PRÁCTICAS	28 Estados miembros de la UE, países del AELC y del EEE, Turquía Y Macedonia	Financiación comunitaria	Sí
ERASMUS ICM (International Credit Mobility)	Proyectos específicos por país con universidades de interés estratégico	Financiación comunitaria	Sí

Actualmente sin financiación

Universidades españolas

SICUE

A modo indicativo, en la última convocatoria de movilidad para el curso 2018-19 se han ofrecido un total de 1.371 plazas en universidades repartidas en 51 países de los cinco continentes.

La participación en estos programas resulta en unos excelentes indicadores de movilidad, tanto de estudiantes propios (41,6% de los titulados en el curso 2016-17 han realizado estancias en el extranjero), como de estudiantes internacionales recibidos (20,02% de estudiantes en movilidad en la UPF durante el curso 2016-17); dando cuenta del firme compromiso de internacionalización.

Este compromiso se sustenta sobre una estructura de la que participan distintos estamentos de la universidad. Si bien la gestión se centraliza en el Servicio de Relaciones Internacionales, profesores designados como coordinadores de movilidad aportan su criterio académico en la orientación y seguimiento de los estudiantes y para el reconocimiento, apoyándose en los servicios administrativos de cada estudio y en el Servicio de Gestión Académica.

El Servicio de Relaciones Internacionales gestiona la movilidad, asegurando en todo momento el respeto de los principios de no discriminación y ejerciendo de bisagra entre procesos administrativos internos y externos. A nivel de back-office, garantiza la coordinación con el resto de servicios de la UPF involucrados, así como con las universidades socias, al tiempo que es el interlocutor ante las agencias que gestionan los programas externos y efectúa la gestión económica de becas y ayudas.

Ante el estudiante, el Servicio de Relaciones Internacionales y su personal son el referente y el punto de contacto, tanto para los estudiantes propios (*outgoing*) como para los de acogida (*incoming*). En este sentido, a nivel de front-office, la UPF dispone de un catálogo de servicios de apoyo a la movilidad:

- 1.1) *Incoming*: información sobre la UPF (funcionamiento, campus y servicios) y la vida en Barcelona (alojamiento, sanidad, transporte, vida social, etc.); consejo e intermediación legal (visados y permisos de residencia); orientación académica y matriculación de cursos y asignaturas; emisión de los carnés y altas como estudiantes UPF para acceso a servicios como Biblioteca y TIC; asesoramiento a lo largo del curso; envío de notas y certificados; recogida y tratamiento de encuestas de valoración de estancia en la UPF.
- 1.2.) **Outgoing:** gestión de solicitudes de participación en los programas de movilidad; orientación académica (requisitos para la movilidad) y práctica (características y servicios de las universidades de destino, seguro y permisos de residencia); intermediación con la universidad de destino antes, durante y después de la estancia; recogida y tratamiento de encuestas de valoración al regresar, etc.
- 2. Información completa y actualizada sobre aspectos académicos y prácticos.
- 2.1.) *Incoming*: la web http://www.upf.edu/international; sesiones de bienvenida cada trimestre; carpetas con documentación e información básica, etc.
- 2.2) **Outgoing:** sección monográfica "Estudiar fuera de la UPF" en la web; campaña de promoción (entre otros, organización del Día Internacional); difusión de folleto informativo; sesiones informativas generales y específicas por estudios; carpetas con documentación e información según destino, etc.
- 3. Servicio de alojamiento compartido con el resto de Universidades de Barcelona a través de una central de reservas, para los estudiantes de acogida. Un servicio similar se presta en las universidades de destino, velando por una óptima acogida de los estudiantes propios.
- 4. Programa de acogida y calendario de actividades culturales, deportivas y sociales, para asegurar la completa integración de los estudiantes de acogida en la vida de la Universidad y de la ciudad.
- 5. Programa de idiomas, con oferta estable de cursos de lengua catalana y castellana para estudiantes de acogida, así como enseñanza de lenguas extranjeras y pruebas de nivel para formar y acreditar a estudiantes propios en otros idiomas, preparándoles para la movilidad.
- 6. Voluntariado e intercambio lingüístico, donde se combinan los objetivos de aprendizaje y de convivencia multicultural, implicándose tanto estudiantes propios como estudiantes en movilidad en la UPF.
- 7. Foro de intercambio de información entre estudiantes sobre programas y experiencias de movilidad, abierto a todos los estudiantes.

Así, la UPF impulsa de forma decidida la movilidad como fórmula para materializar su voluntad de internacionalización, permitiendo que los estudiantes extiendan su formación más allá de su universidad. En este sentido, la estancia de un estudiante

PAGE * MERGEF ORMAT

en otra universidad tiene valor en sí misma por el hecho de conocer otras formas de hacer y de vivir, tanto desde el punto de vista académico como desde el punto de

ESTUDIOS	Propios UPF	Acogida UPF
Facultat de Ciències de Salut i de la Vida	38	18
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials	289	246
Facultat de Ciències Polítiques i Socials	58	45
Facultat de Comunicació	79	69
Facultat de Dret	78	117
Facultat de Ciències Econòmiques i Dret (Dobles graus)	65	NA
Facultat d'Humanitats	37	42
Facultat de Traducció i Interpretació	192	113
Escola Superior Politècnica	27	20
Màsters	17	33
TOTAL	880	703
Programa de Estudios Extranjeros	NA	1.217
Escuela de Verano Internacional	25	114
TOTAL	905	2.034

PAGE MERGEF

5.2. Actividades formativas

Códig	Actividad formativa
0	
AF1	Clases teóricas
AF2	Seminarios/talleres
AF3	Clases prácticas
AF4	Tutorías
AF5	Estudio y trabajo autónomo, individual
AF6	Estudio y trabajo en grupo
AF7	Defensa del Trabajo Final de Máster

5.3. Metodologías docentes

Código	Metodología docente
MD1	Método expositivo o lección magistral
MD2	Estudio de casos
MD3	Resolución de ejercicios y problemas
MD4	Aprendizaje basado en problemas
MD5	Aprendizaje orientado a proyectos

ORMAT

MD6	Aprendizaje cooperativo
MD7	Clases invertidas

5.4. Sistemas de evaluación

Código	Sistema de Evaluación
SE1	Evaluación de proyectos, actividades y ejercicios
SE2	Exposición oral
SE3	Evaluación entre iguales o coevaluación
SE4	Evaluación del Trabajo Final de Máster
SE5	Memoria de colaboración con entidad externa en Trabajo Final de Máster (opcional)

Descripción detallada de los módulos o materias de enseñanzas-aprendizaje de que consta el plan de estudios

5.5. Resumen de Nivel 1 (Módulos)

PAGE * MERGEF ORMAT

5.6. Resumen de Nivel 2 (Materias)

El plan de estudios del Master in Digital Culture and Emerging Media se estructura en las siguientes materias:

MATERIA 1. Theoretical and Methodological Foundations

MATERIA 2. Digital Media, Data and Society

MATERIA 3. Digital Culture, Narratives and Experiences

MATERIA 4. Perspectives on Digital Culture and Emerging Media

MATERIA 5. Workshop: Planning and Developing a Research Project

MATERIA 6. Master's Degree Final Project

Detalle del Nivel 2 (por cada materia y/o asignatura)

Nombre de la materia: 1. Theoretical and Methodological Foundations / Fundamentos Teóricos y Metodológicos

ECTS : 10	Carácter: OB		
Unidad temporal: trimestral			
Secuencia del plan temporal:			
FCTS Trimestral 1: 10	FCTS Trimestral 2:	FCTS Trimestral 3:	

Idioma/s: inglés			
Asigna	ituras que conforman la materia	ECTS	
1.	Theoretical Approaches to the New Media Ecology (OB)	4	
2.	Methodological Approaches to Digital Culture and the Emerging Media	6	
	(OB)		

Contenido

1.—Theoretical Approaches to the New Media Ecology / Aproximaciones Teóricas a la Ecología de los Nuevos Medios

Consecuencias científicas y teóricas del pasaje de una ecología mediática centrada en el broadcasting a otra centrada en el networking. Principales categorías analíticas, modelos y teorías que se aplican en el estudio de los medios interactivos, las plataformas y la cultura digital en general (sociología de las redes y teorías del actor-red, ecología y evolución de los medios, economía política de la comunicación en red y el trabajo digital, mediatizaciones, narratología, teoría de las interfaces, etc.). Análisis de los fenómenos de fragmentación teórica y surgimiento de nuevos enfoques. Creación y puesta a prueba de nuevos conceptos y teorías en el marco de la investigación.

2. Methodological Approaches to Digital Culture and the Emerging Media Aproximaciones Metodológicas a la Cultura Digital y los Medios Emergentes

PAGE * MERGEF ORMAT

Métodos cualitativos adaptados y aplicados al estudio de los nuevos medios y la cultura digita (análisis textual, análisis de contenido cualitativo, recepción), etnografía digital. Métodos cuantitativos orientados al análisis de experiencia de usuario (encuesta, investigación experimental). Fundamentos y tendencias del análisis basado en datos: digital methods, cultural analytics, computational analysis. Software especializado para el análisis cualitativo y cuantitativo. Métodos de investigación aplicada y orientada a la creación, la innovación o la intervención social: practice-based research, design-based research, action-research. Fundamentos generales del diseño de un proyecto de investigación.

Competencias	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG1, CG2
básicas y generales	
Competencias	CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE8, CE9
específicas	
Competencias	CT1, CT2, CT3
transversales	
Resultados de	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA10, RA11, RA12, RA13, RA16, RA17,
aprendizaje	RA21, RA22, RA24, <mark>RA27</mark>
	<u></u>

HORAS	PRESENCIALIDAD
30	100%
10	100%
5	100%
5	100%
120	0%
	30 10 5 5

AF6 – Estudio y trabajo en grupo		80		0%	
SUMA		250			
Metodologías	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5,	MD6	-		
docentes					
SISTEMAS DE EVALUA	ACIÓN		Ponde	eración	Ponderación
SISTEMAS DE EVALUA	ACIÓN			eración nima	Ponderación máxima
	ACIÓN ctos, actividades y ejercicios				

TOTAL

Nombre de la materia: 2. Digital	Media, Data and Society / Med	ios Digitales, Dato	s y Sociedad	
ECTS: 11	Carácter: OB			
Unidad temporal: trimestral				
Secuencia del plan temporal:				
ECTS Trimestral 1: 6	ECTS Trimestral 2: 5	ECTS Trimestra	al 3:	
Idioma/s: inglés				
Asignaturas que conforman la n	nateria		ECTS	
 Digital Society, Politics and 	d Communication (OB)		6	
Data Analysis and Information Visualization on Global Issues (OB) 5				
A 1.1				

Contenido 1. Digital Society, Politics and Communication / Sociedad Digital, Comunicación

MERGEF ORMAT

Parte I. Sociedad Digital: Vida Cotidiana y Perspectivas Críticas. Influencia de las redes digitales las nuevas tecnologías en la vida cotidiana: relaciones humanas, construcción de identidad online vida laboral. Perspectivas críticas: desigualdades y brecha digital; perspectiva de género y feminismo; economía política de los nuevos medios; capitalismo de plataformas y 'digital labor'. Tecnologías emergentes y perspectivas de futuro en la sociedad digital. Parte II. Medios Digitales, Política y Comunicación Social. Tendencias en comunicación mediática (géneros informativos y persuasivos) y medios emergentes. Medios digitales, política, democracia y activismo online.

2. Data Analysis and Information Visualization concerning Global Issues / Análisis de Datos y Visualización de la Información acerca de Problemas Globales

Acceso a conjuntos de datos: fuentes de información y datos; scraping o extracción automática de datos. Procesamiento de datos: limpieza y normalización de datos; análisis de datos.

Visualización de información: principios de percepción visual; tipos de visualizaciones de datos; herramientas para la visualización de datos. Tendencias en análisis de datos y visualización de la información aplicados a la investigación social y el análisis cultural. Los ejemplos, actividades y conjuntos de datos utilizados en la asignatura tendrán como objeto de estudio diferentes problemáticas abordadas por los ODSs (Objetivos de Desarrollo Sostenible) planteados por la ONU.

Competencias	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG1, CG2
básicas y generales	
Competencias	CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE7, CE9
específicas	
Competencias	CT1, CT2, CT3
transversales	
Resultados de	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA8, RA9, RA10, RA11, RA12, RA13,
aprendizaje	RA14, RA15, RA17, RA19, RA20, RA21, RA22, RA24, RA27
ACTIVIDADES FOR	RMATIVAS

PAGE

120

TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Dentro del Aula		
AF1 – Clases teóricas	30	100%
AF2 – Seminarios/Talleres	15	100%
AF3 – Clases prácticas	5	100%
AF4 – Tutorías	5	100%
Fuera del aula		
AF5 – Estudio y trabajo autónomo, individual	100	0%
AF6 – Estudio y trabajo en grupo	120	0%
SUMA	275	
Motodologías MD1 MD2 MD2 MD4 M	IDE MD6	

Metodologías MD1, MD2, MD3, MD4, MD5, MD6 docentes

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1 Evaluación de proyectos, actividades y ejercicios	75	95
S2 Exposición oral	5	25
TOTAL	80	120

Nombre de la materia: 3. Digital Culture, Narratives and Experiences / Cultura Digital, Narrativas y Experiencias

ECTS: 11 Carácter: OB

Unidad temporal: trimestral

Secuencia del plan temporal:

ECTS Trimestral 1: 6 ECTS Trimestral 2: 5 ECTS Trimestral 3:	
--	--

Idioma/s: inglés			
Asignaturas que conforman la materia	ECTS		
Videogames, Transmedia Imaginaries and Contemporary Entertainment (OB)	6		
Digital Arts and Emerging Media (OB) 5			
Contenido			

1. Videogames, Transmedia Imaginaries and Contemporary Entertainment Videojuegos, Imaginarios Transmedia y Entretenimiento Contemporáneo

Parte I. Videojuegos, Ficción Contemporánea y Cultura Lúdica. Game Studies, lenguaje del videojuego y retórica procedural. Estudios culturales y de narrativa comparada sobre videojuegos y ficción contemporánea. Culturas videolúdicas e identidades 'gamer' (indie games, e-sports). Gamificación, tendencias y medios emergentes en la cultura lúdica. Parte II. 'Social Media Entertainment', Nuevos Actores Mediáticos y Culturas Participativas. Teoría e investigación sobre redes sociales y entretenimiento, cultura transmedia y nuevos actores mediáticos (youtubers, instagramers). Culturas participativas, contenido generado por usuarios y cultura viral.

2. Digital Arts and Emerging Media/ Artes digitales y medios emergentes

Perspectivas contemporáneas de las artes digitales. Arte y tecnologías emergentes. Experiencia artística e interacción (nuevas perspectivas en creación de instalaciones, arte performativo, arte lúdico y participativo). Arte, medios inmersivos y realidad virtual. Arte, política y sociedad: activismo e intervención social.

Competencias	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG1, CG2
básicas y generales	
Competencias	CE1, CE2, CE3, CE4, CE7, CE9
específicas	
Competencias	CT1, CT2, CT3
transversales	
Resultados de	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8, RA9, RA10, RA11, RA12,
aprendizaje	RA13, RA14, RA15, RA17, RA19, RA20, RA27
4 OTIV (ID 4 DEO EOE	

ACTIVIDADES FORMATIVAS		
TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Dentro del Aula		
AF1 – Clases teóricas	25	100%
AF2 – Seminarios/Talleres	15	100%
AF3 – Clases prácticas	10	100%
AF4 – Tutorías	5	100%
Fuera del aula		
AF5 – Estudio y trabajo autónomo, individual	100	0%
AF6 – Estudio y trabajo en grupo	120	0%
SUMA	275	

Metodologías MD1, MD2, MD3, MD4, MD5, MD6 docentes

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1 Evaluación de proyectos, actividades y ejercicios	75	95
S2 Exposición oral	5	25
TOTAL	80	120

PAGE * MERGEF ORMAT

59 bre

ECTS:	ura digital y los medios em	Carácter: OP		
	d temporal: trimestral	Caracter. OF		
	ncia del plan temporal:			
00000	mora dos plan tomporan			
EC	TS Trimestral 1:	ECTS Trimestral 2: 36	ECTS Trimesti	ral 3:
	a/s: inglés			1
Asign	<u>aturas que conforman la</u>	materia		ECTS
1.	Trends in Digital Journal	ism (OP)		4
2.	Digital Storytelling: Mode	els, Trends and Innovation	(OP)	4
3.	New Media Experiences	and Experimental Research	ch (OP)	4
4.	Digital Museography and	d Online Cultural Activities	(OP)	4
5.	New Media Literacies (C	PP)		4
6.	Digital Media, Politics an	d Social Movements (OP)		4
7.	Emerging Media and You	uth Culture (OP)		4
8.	Affective Perspectives or	n Digital Culture (OP)		4

Contenido

1.—Trends in Digital Journalism / Tendencias en Periodismo Digital

Teoría e investigación sobre periodismo digital y sociedad contemporánea. Tendencias y retos del ciberperiodismo; periodismo comparado y nuevos medios. Periodismo digital, política y *framing*. Investigación periodística y gestión de redes y datos. Activismo, redes y periodismo alternativo. Narrativas del periodismo a través de medios digitales y tecnologías emergentes (reportaje y documental transmedia, relato interactivo, periodismo ciudadano y proyectos colaborativos, periodismo de datos, periodismo inmersivo, narrativas geolocalizadas). Audiencia y modelos de negocio en periodismo digital.

2. Digital Storytelling: Models, Trends and Innovation / Narrativa Digital: Modelos, Tendencias e Innovación

Historia, modelos y tendencias contemporáneas en narrativa digital. Historia y claves actuales de la investigación creativa en *digital storytelling*, vinculada a prototipado e innovación. Enfoques formalistas/humanísticos y *machine learning*. Inteligencia artificial, narrativa y drama: narrador, personajes, emoción.

3.—New Media Experiences and Experimental Research / Experiencias con los Nuevos Medios e Investigación Experimental

Teoría e investigación psicológicas acerca de las experiencias con los medios digitales y emergentes: usabilidad, *engagement*, inmersión, aspectos emocionales; preocupaciones sociales y riesgos. Investigación experimental aplicada a los nuevos medios: análisis de experiencias narrativas y de entretenimiento, análisis experiencias de usuario con interfaces digitales.

—Digital Museography and Online Cultural Activities / Museografía Digital y Actividades Culturales Online

Evolución y retos contemporáneos de la museografía digital y los museos online. Estrategias audiovisuales-interactivas en museología contemporánea y divulgación cultural online; medios y tecnologías emergentes (medios inmersivos, realidad aumentada, dispositivos móviles, geolocalización). Investigación y diseño experimental en museografía digital. Análisis de visitantes y experiencias de usuario. Patrimonio cultural y digitalización. Retos de preservación y exposición de la cultura digital.

5. New Media Literacies / Alfabetizaciones en Nuevos Medios

Educación sobre comunicación y medios digitales: teorías y estrategias. New media literacy, transmedia literacy. Experimentación cualitativa (design-based research), etnografía enfocada a entornos educativos. Alfabetización digital vs. alfabetización cultural-critica en medios digitales. Alfabetización formal, no-formal e informal en medios digitales. Estudios etnográficos sobre aprendizaje y culturización informal de los jóvenes a través de las redes. Brecha digital, desigualdad social y formación de los jóvenes. Investigación-acción, investigación participativa y proyectos en colaboración con instituciones educativas.

6. Digital Media, Polítics and Social Movements / Medios Digitales, Comunicación Política y Movimientos Sociales

Investigación sobre comunicación política, democracia y medios digitales. Comunicación institucional y de crisis y nuevos medios. Movimientos sociales, redes digitales y activismo online (primaveras árabes, movimientos post-crash 2008: Occupy Wall Street, 15-M; Me too, Black Lives Matter). Investigación e innovación sobre medios digitales, democracia y participación cudadana.

PAGE * MERGEF ORMAT

7.—Emerging Media and Youth Culture / Medios Emergentes y Cultura Juvenil

Investigación etnográfica sobre el uso de los nuevos medios digitales por los jóvenes. Cultura juvenil, construcción de la identidad y medios emergentes: construcción de la imagen personal en las redes sociales, influencia de nuevos actores mediáticos (youtubers, instagramers), comunidades on-line y sentido de pertenencia. Representaciones y estereotipos mediáticos sobre la relación de los jóvenes con los medios digitales.

8.—Affective Perspectives on Digital Culture / Perspectivas Afectivas sobre la Cultura Digital

Análisis cultural de dinámicas afectivas emergentes en la sociedad contemporánea, en relación con la influencia de las redes digitales y las nuevas tecnologías: amistad en línea, relaciones sentimentales y plataformas de *dating*; discursos de odio y polarización de opiniones en redes sociales; difuminación de la línea entre esfera personal y esfera profesional en el nuevo contexto socio-laboral; humor, memes y cultura viral. Psicología y experiencias de usuario con los medios emergentes (experiencias narrativas, inmersión, interfaces).

9.—Algorithmic Culture, Internet and SEO / Cultura Algoritmica, Internet y SEO

Arquitectura de Internet y lógicas algorítmicas en los entornos digitales. Recuperación de información en Internet; los buscadores: componentes y funcionamiento; posicionamiento online o SEO. Publicidad de pago por clic y monetización digital. Teoría e investigación social acerca de cultura algorítmica y cultura de la conectividad: mutaciones y modelos de negocio de las redes sociales; tensiones entre participación y expresión personal online y mercantilización de datos; identidad digital y privacidad.

Competencias básicas y generales	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG1, CG2
Competencias específicas	CE1, CE2, CE3, CE4, CE7
Competencias transversales	CT1, CT2, CT3
Resultados de aprendizaje	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8, RA9, RA10, RA11, RA12, RA13, RA14, RA15, RA17, RA19, RA20, RA21, RA22, RA24

ACTIVIDADES FORMATIVAS			
TIPOLOGIA ACTIVIDAD		HORAS	PRESENCIALIDAD
Dentro del Aula			
AF1 – Clases teóricas		85	100%
AF2 – Seminarios/Tallere	es	40	100%
AF3 – Clases prácticas		30	100%
AF4 – Tutorías		25	100%
Fuera del aula			
AF5 – Estudio y trabajo a	autónomo, individual	480	0%
AF6 – Estudio y trabajo en grupo		240	0%
SUMA 900			
Metodologías	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5, MD6, MD7		

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1 Evaluación de proyectos, actividades y ejercicios	60	100
S2 Exposición oral	0	40
S3 Evaluación entre iguales o coevaluación	0	30

docentes

TOTAL

PAGE * MERGEF ORMAT

59

170

Nombre de la materia: 5. Workshop: Planning and Developing a Research Project/Taller:

Planificación y desarrollo de un proyecto de investigación

ECTS: 5 Carácter: OB

Unidad temporal: trimestral
Secuencia del plan temporal:

Idioma/s: inglés

Asignaturas que conforman la materia	ECTS
Workshop: Planning and Developing a Research Project (OB)	<u>5</u>

Contenido

Metodologías

docentes

4. Workshop: Planning and Developing a Research Project / Taller: Planificar y Desarrollar un Proyecto de Investigación

Revisión de aspectos clave en la planificación y diseño de un proyecto de investigación, tanto de modalidad de investigación básica como de investigación aplicada o vinculada a la práctica. Claves de carácter práctico y estratégico en el desarrollo de proyectos. Planificación de publicaciones, difusión y proyección de la investigación en las redes. Impacto de la investigación y métricas académicas. Transferencia social. Este taller está orientado al refuerzo y apoyo a la planificación y desarrollo de los Trabajos Finales de Máster, y sus contenidos responderán, en parte, a la propia casuística y necesidades de los proyectos planteados por los estudiantes.

CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG1, CG2
CE1, CE2, CE6, CE7
CT1, CT2, CT3
RA1, RA3, RA4, RA6, RA10, RA11, RA17, R18, RA20, RA21, R23, RA24, RA25

PAGE * MERGEF ORMAT

59

ACTIVIDADES FORMATIVAS		
TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Dentro del Aula		
AF1 – Clases teóricas	<u>5</u>	100%
AF2 – Seminarios/Talleres	10	100%
AF3 – Clases prácticas		
AF4 – Tutorías	10	100%
Fuera del aula		
AF5 – Estudio y trabajo autónomo, individual	<mark>60</mark>	0%
AF6 – Estudio y trabajo en grupo	40	0%
SUMA	125	

0.00011000		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1 Evaluación de proyectos, actividades y ejercicios	20	60
S2 Exposición oral	20	70
S3 Evaluación entre iguales o coevaluación	20	60
TOTAL	60	170

MD1, MD2, MD3, MD4, MD5, MD6. MD7

Nombre de la materia: 6. Trabajo de Fin de Máster				
ECTS Trimestral 1:	ECTS Trimestral 2:			
ECTS: 15				
Unidad temporal: trimestral				
Secuencia del plan temporal:				
Idioma/s: inglés				
Contenido				

Trabajo Final de Máster

El Master in Digital Culture and Emerging Media plantea varias modalidades de Trabajo Final:

- A) Investigación básica
 - A.1. Trabajo individual
 - A.2. Trabajo grupal
- B) Investigación aplicada o vinculada a la práctica
 - **B.1. Trabajo individual**
 - B.2. Trabajo grupal
- C) Trabajo en colaboración con entidades externas

Acerca de la distinción conceptual entre las modalidades: la distinción entre 'básica' y 'aplicada' remite a la tradicional diferenciación entre investigación orientada a genera conocimiento de carácter 'general' vs investigación con finalidades más específicas y orientadas a una utilidad práctica. Añadimos, a la segunda, la orientación 'vinculada a la práctica', en relación al tipo de trabajo que en inglés se denomina practice-based research, y que se refiere a investigación desarrollada 'a través de' la práctica (y no necesariamente orientada a una finalidad práctica). Perspectivas de investigación que se suelen asociar a este concepto son el design-based research y el art-based research, y cabe añadir que la tradición de la investigación-acción es también próxima a este enfoque.

* * *

A) Modalidad de investigación básica:

A.1. Trabajo individual

El TFM de investigación básica de carácter individual podrá tener la orientación y formato de un artículo académico, un informe de investigación o una propuesta de investigación doctoral en forma de proyecto.

A.2. Trabajo grupal

El TFM de carácter grupal parte de la <u>vocación del máster por promover la investigación como trabajo colaborativo, asi como el trabajo multidisciplinar.</u> Junto a propuestas que puedan provenir del alumnado en sí, <u>la dirección del máster planteará cada año al menos una propuesta de TFM de investigación básica de carácter grupal</u>. Se establecerán las bases de esta propuesta a modo de 'briefing', informando al alumnado y definiendo unos criterios claros de funcionamiento: objetivo del proyecto, número (rango) de participantes, roles a desempeñar por cada uno de ellos, estructura del documento entregable. Los alumnos podrán expresar su interés en esta modalidad a través de un registro online. Respecto a la evaluación, los alumnos implicados serán evaluados con una

PAGE * MERGEF ORMAT

calificación que contemplará un <u>50%</u> de nota conjunta (respecto al resultado global del trabajo) y un <u>50%</u> de nota individual (según el rol y aportación específica de cada participante).

B) Modalidad de investigación aplicada o vinculada a la práctica:

B.1. Trabajo individual

Proyecto de investigación aplicada o vinculada a la práctica (investigación-creación, *design-based research*, investigación-acción) de carácter individual. A modo de 'outputs', se contempla un informe de investigación, junto a un documento de diseño y/o prototipo, etc.

B.2. Trabajo grupal

Opción equivalente a la anterior, en modo grupal. Junto a propuestas que puedan provenir del alumnado en sí, <u>la dirección del máster planteará cada año al menos una propuesta de TFM de investigación aplicada o vinculada a la prática de carácter grupal</u>. Se establecerán las bases de esta propuesta a modo de 'briefing', informando al alumnado y definiendo unos criterios claros de funcionamiento: objetivo del proyecto, número (rango) de participantes, roles a desempeñar por cada uno de ellos, estructura del documento entregable. Los alumnos podrán expresar su interés en esta modalidad a través de un registro online. Respecto a la evaluación, los alumnos implicados serán evaluados con una calificación que contemplará un <u>50% de nota conjunta</u> (respecto al resultado global del trabajo) y un <u>50% de nota individual</u> (según el rol y aportación específica de cada participante).

C. Trabajo en colaboración con entidades externas del máster

Esta modalidad de TFM se basa en <u>propuestas planteadas por entidades colaboradoras del máster, y diseñadas conjuntamente con la dirección del mismo,</u> y supone la posibilidad de que el alumno(s desarrolle el TFM en <u>colaboración con la entidad</u> en cuestión. En ningún caso se tratará de prácticas en la entidad/empresa, sino de proyectos de TFM concebidos conjuntamente por la entidad externa y la dirección del máster, apostando así por una perspectiva integral de la investigación, entre los ámbitos académico y profesional/cultural. En función de la naturaleza de cada propuesta, e proyecto podrá tener orientación a la investigación básica, aplicada o vinculada a la práctica, y ofertarse en modo individual o grupal.

Se estima que, en función del número de 'partners' del máster, cada año se oferten entre mínimo 1 y máximo 10 proyectos de TFM de este tipo al alumnado. En el caso de que existan más solicitantes que plazas disponibles, la dirección del máster atenderá los siguientes criterios de actuación: (1) valorar, conjuntamente con la entidad colaboradora, la posibilidad de ampliar el número de participantes, y si procede los objetivos del proyecto; (2) valorar, conjuntamente con la entidad colaboradora, la posibilidad de añadir un proyecto adicional (o más), para cubrir las solicitudes del alumnado; (3) seleccionar aquellos estudiantes que pueden participar en función de los siguientes criterios de priorización: (i) expediente académico en el máster; (ii) adecuación al perfil recomendado por la entidad colaboradora.

La evaluación de esta modalidad de TFM comprende las siguientes particularidades: <u>un representante de la entidad colaboradora formará parte del tribunal de evaluación</u>, junto al resto de integrantes académicos. Asimismo, como documento opcional, el alumno/a podrá adjuntar una 'memoria' de colaboración con la entidad. En caso de tratarse de un proyecto grupal, los alumnos serán evaluados con una calificación que contemplará un <u>50% de nota conjunta</u> (respecto al resultado global del trabajo) y un <u>50% de nota individual</u> (según el rol y aportación específica de cada participante).

Orientación y seguimiento del alumnado:

Desde la dirección del máster se contemplarán diversas medidas y recursos para la orientación y seguimiento de los alumnos, en su proceso de planteamiento y desarrollo del TFM:

- Información en la página web del máster, con guías específicas sobre cada modalidad de TFM, y estructura de los documentos entregables;
- Documentación adicional de recomendaciones y 'buenas prácticas' para el desarrollo del TFM, disponible en la web;

PAGE * MERGEF ORMAT

- Entre diciembre y enero, se recabará información sobre la modalidad de TFM que interesa a cada alumno, así como los objetivos/intenciones preliminares de sus proyectos, incluyendo la voluntad de realizarlo individualmente o en grupo;
- Entre diciembre y febrero se procederá a la validación (con previa petición de modificaciones, si procede) de las propuestas de TFM de los alumnos, y la asignación de <u>tutores (individuales</u> o grupales, según la naturaleza del proyecto);
- En tercer trimestre tendrá lugar la asignatura "Taller de planificación y desarrollo de proyectos de investigación" (con parte de los contenidos 'flexibles', adaptables a las particularidades de los proyectos de TFM en curso).

Defensa del TFM

El máster concluye con la defensa pública del TFM, ante un tribunal nombrado por la comisión responsable del Departamento. El tribunal deberá estar formado por un mínimo de tres miembros del personal docente investigador (un presidente o presidenta, un vocal y un secretario o secretaria) (en el caso de la modalidad B.3, tal como se ha apuntado anteriormente, se añade la posibilidad de incorporar un representante de la entidad colaboradora).

Se contemplan dos posibles plazos de defensa de los TFMs: julio y/o septiembre (*).

Observaciones	Observaciones: (*) Las actas de estudios de máster en la UPF se cierran el 14 de septiembre, fecha que se respetaría como límite, en cualquier caso, para la defensa y evaluación de los trabajos.
Competencias básicas y generales	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10, CG1, CG2
Competencias específicas	CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9
Competencias transversales	CT1, CT2, CT3
Resultados de aprendizaje	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8, RA9, RA10, RA11, RA12 RA13, RA14, RA15, RA16, RA17, RA19, RA20, RA21, RA22, R23 RA24, RA25, RA26, RA27

PAGE * MERGEF ORMAT

ACTIVIDADES FORMATIVAS

TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDA
Dentro del aula		D
Donal o doi adia		
AF4 – Tutorías	30	100%
AF7 – Defensa del Trabajo Final de Máster	10	100%
Fuera del aula		
AF5 – Estudio y trabajo autónomo, individual	160 (80 en caso de TFM grupal)	0%
AF6 – Estudio y trabajo en grupo	0 (80 en caso de TFM grupal)	0%
TOTAL	200	

Metodologías docentes

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S2 Exposición oral	20	40
S4 Evaluación del Trabajo Final de Máster	60	80

S5 Memoria de colaboración con entidad externa en		
Trabajo Final de Máster (opcional)	10	30
TOTAL	90	150

6. Personal académico

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

La siguiente tabla muestra una estimación del profesorado que se prevé podría contribuir a la docencia de este máster. Todo el profesorado incluido en esta tabla es profesorado Doctor de la Universitat Pompeu Fabra.

Universidad	Categoría	Número de profesores de cada categoría	% Total	% Doctores	% Horas
UPF	Catedrático de universidad	4	<mark>20%</mark>	100%	<mark>23%</mark>
UPF	Profesor titular	3	15%	100%	8%
UPF	Profesor agregado	6	30%	100%	28%
UPF	Profesor lector (Ayudante doctor)	4	20%	100%	<mark>27%</mark>
UPF	Profesor asociado doctor (Profesor asociado)	3	15%	100%	14%
TOTAL		<mark>20</mark>	100%	100%	100%

PAGE * MERGEF ORMAT

59

Personal académico disponible:

Considerando los mismos 20 docentes en los cuales se basa la tabla anterior, la siguiente tabla despliega una lista con algunos datos específicos. La columna de la derecha plantea una estimación orientativa de la adscipción del profesor/a a las materias del máster.

ID*	<mark>Titulación</mark> académica	Categoría dentro de la institució n	Acreditació n académica	Área de conocimient o / Materia	Experienci a docente	Tramos de investigació n	Materi a
Besalú, Reinald	Doctor en Comunicación Públical	Lector	Lector	Comunicación Audiovisual			1, 2, 5
Codina Bonilla, Lluís	Doctor en Ciencias de la Información	Titular	Titular de universidad	Comunicación Audiovisual	5 estatales y 5 autonómico s	3 estatales y 3 autonómicos	2, 5
Colàs, Joaquim	Doctor en Tecnologías de la Información y la Comunicación	Asociado		Tecnologías de la Información y la Comunicación			3, 4, 5

Catedráticos:

SCOLARI, Carlos. Profesor Catedrático en el Departamento de Comunicación de la UPF. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad de Rosario (Argentina) y Doctor en "Linguistica Applicata e Linguaggi della Comunicazione" por la Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (Italia, 2004). Principales publicaciones: Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva (2008), El fin de los medios masivos (con M. Carlón, 2009/14), Ecología de los medios (2015), Las leyes de la interfaz (2018), Media Evolution (2019) y Cultura Snack (2020). Ha publicado artículos en las revistes científicas Communication Theory, New Media & Society, International Journal of Communication, Semiotica, Information, Communication & Society, Convergence, etc. Entre sus líneas de investigación destacan semiótica de los medios y las interfaces, ecología/evolución de los medios y teorías de la comunicación digital interactiva. Ha sido Investigador Principal de proyectos estatales e internacionales, entre ellos "Transliteracy" (H2020, 2015.18), "Transalfabetismos" (Mineco, 2015-18) y "Platcom" (2020-23). Desde 2018 es coordinador del programa de Doctorado en Comunicación de la UPF.

DÍAZ NOCI, Javier: Catedrático de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Acreditado en investigación avanzada por la AQU. Dispone de tres sexenios de investigación, el último concedido en junio de 2012. Licenciado en Ciencias de la Información, Doctor en Historia, DEA en Derecho por la Universidad del País Vasco. Profesor visitante de las universidades de Oxford (1998-1999), Federal de Bahía (Brasil, 2005 y 2008) y Nevada en Reno (EE.UU., 1997). Ha coordinado diversos grupos de investigación y proyectos competitivos nacionales, entre ellos un acuerdo de cooperación España-Brasil sobre estudio comparativo de cibermedios. Sus líneas de investigación preferentes son: periodismo en internet (*online news*), historia del periodismo antiguo y derecho de autor de la obra periodística. Dispone de diversos artículos indexados en el JCR, entre ellos uno en la *Harvard International Journal of Press/Politics* (2011). Es director del grupo de investigación DIGIDOC de la Universitat Pompeu Fabra.

RODERO ANTON, Emma: Catedrática de Universidad del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Especialista en Media Psychology e investigación experimental sobre prácticas y experiencias de público/usuarios en sus relaciones con los medios de comunicación Ha participado, entre otros proyectos, en Corpus de habla anotado para estudios prosódicos del castellano y el catalán, Ministerio de Educación y Ciencia (I+D). FFI2008-04982-C03-01/FILO, 2008-2010. Es autora de los libros *Idear, producir y realizar en radio* (2011) y de *Ficción radiofónica* (IORTVE, 2010), y de varios artículos, entre los que destaca "Intonation and Emotion. Influence of pitch levels and contour pitch on creating emotions", *Journal of Voice*, 2010, y de "See it in a radio story. Sound Effects and Shots to evoked Imagery and Attention on Audio Fiction", *Communication Research*, 2011.

FEIXA PAMPOLS, Carles: catedrático de antropología social en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). Doctor per la UB i honoris causa por la Universidad de Manizales (Colombia). Especializado en el estudio de las culturas juveniles, ha llevado a cabo investigaciones sobre el terreno en Cataluña y México. Entre sus libros podemos destacar De jovenes, bandas y tribus (Barcelona, Ariel, 1998, 5ª ed. 2012), Global Youth? (London & New York, Routledge, 2006) y Youth, Space and Time (Boston & Leiden, Brill, 2016).

Profesorado titular, agregado y lector:

BESALÚ, **Reinald**. Doctor en Comunicación Pública por la UPF (2015). Licenciado en Comunicación Audiovisual por la UPF (2005) y licenciado en Sociología por la UB (2010). Técnico de audiencias en TV3 (2005) y, desde 2007, profesor e investigador en el Departamento de Comunicación de la UPF. Líneas de investigación: análisis cualitativo de la recepción; audiencias de televisión; estructura del sistema audiovisual; sociología de la comunicación; análisis semiótico de textos audiovisuales.

CODINA BONILLA, Lluís. Profesor titular de Universidad. Dispone de dos sexenios de investigación de la CNEAI. Especialista en documentación digital, su último libro es Web semántica (Gijón, Trea, 2012). Dirige el grupo de investigación DIGIDOC (http://www.upf.edu/digidoc) de la Universitat Pompeu Fabra. Ha participado y dirigido numerosos proyectos de investigación, el último de ellos "La evolución de los cibermedios en el marco de la convergencia digital", CSO2009-13713-C05-04, 2010-2012.

FIGUERAS MAZ, Mònica: Doctora en Periodismo y licenciada en Cinecias de la Comunicacón y en Ciencia Política y Sociología. Profesora titular de Universidad. Dispone de un sexenio de investigación de la CNEAI. Especializada en juventud y comunicación, dirige el Máster Interuniversitario en Juventud y Comunicación. Miembro de los grupos de investigación GRP, UNICA y CAS. Participa o ha participado en 6 investigaciones competitivas del Plan Nacional I+D+I sobre temas de juventud, género, ética o educación mediática. Dispone de varias publiaciones indexadas, la más recientas en Young (Sage) y El Profesional de la Información.

FREIXA, Pere: Licenciado en Bellas Artes (UB), Posgraduado en Sistemas Interactivos y Multimedia (UPC) y Doctor en Bellas Artes (UB). Profesor e investigador del Departamento de Comunicación de la UPF, miembro del grupo de investigación DigiDoc, en la especialidad de imagen y comunicación interactiva. Ha participado, coordinado y dirigido numerosos cursos de postgrado y máster en imagen digital, fotografía y comunicación interactiva. Líneas de investigación: comunicación interactiva y fotografía e imagen digital.

GARIN, Manuel. Doctor en Teoría, Análisis y Documentación Cinematográficas por la UPF. Ha realizado estancias de investigación en la Tokyo University of The Arts y la University of Southern California. Es autor del libro *El gag visual* (Cátedra, 2014) y ha escrito en diversas revistas de impacto y libros colectivos. Músico de formación, completó sus estudios de composición y análisis de bandas sonoras en la Escuela Superior de Música de Cataluña. Líneas de investigación: música y sonido en el audiovisual; narración serial literaria y televisiva; comparative media studies; cine mudo, comedia y slapstick.

GÓMEZ PUERTAS, Lorena: Profesora lectora de universidad. a sido profesora del Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Social. Tesis con mención europea. Participa en el proyecto CSO2008-02627 - Nuevas estrategias de publicidad y promoción de las marcas turísticas españolas en la web. Y en el proyecto CSO200 -025 9 - Televisión y deliberación política. La construcción del espacio público a través de los géneros televisivos de la realidad en España Miembro del grupo MEDIUM.

GUERRERO SOLÉ, Frederic: Doctor en Comunicación Social per la UPF (2008); Profesor Agregado del Departamento de Comunicación de la UPF, miembro del grupo POLCOM (Grupo de Investigación en Comunicación Política, Medios y Democracia). Es especialista en estudios

de comunicación política y redes sociales, y actualmente lidera el proyecto de investigación 'Polarización, duplicación de audiencias activas y populismo en Twitter'. También ha investigado e impartido docencia sobre sociología de la comunicación, efectos de los medios y metodologías cuantitativas.

GUERRERO PICO, Mar: Doctora en Comunicación Social por la UPF (2015); Profesora Lectora del Departamento de Comunicación de la UPF y miembro del grupo de investigación MEDIUM. Es especialista en estudios de narrativas transmedia, estudios de cultura fan y 'social media entertainment'. Ha publicado artículos en revistas académicas como *New Media & Society, Convergence: the international journal of research into new media technologies*, e *International Journal of Communication*.

OLIVA ROTA, Mercè: Licenciada en Comunicación Audiovisual (2002) por la Universitat Pompeu Fabra y doctora en Comunicación Social por la UPF con la tesis "Disciplinar la realitat: narratives, models i valors dels realities de transformació" (Disciplinar la realidad: narrativas, modelos y valores de los realities de transformación), presentada en septiembre de 2010. Desde el año 2006 es profesora del Departamento de Comunicación de la UPF y es coordinadora del grado en Comunicación Audiovisual y coordinadora del grupo MEDIUM.

PEDRAZA JIMÉNEZ, Rafael: Doctor en Información y Documentación en la Sociedad del Conocimiento por la Universidad de Barcelona (2008). Profesor Agregado Serra Hunter del Departamento de Comunicación de la UPF, miembro del grupo de investigación DigiDoc y del Grup de Recerca en Periodisme. Es especialista en anàlisis de datos y visualización de la información, anàlisis de calidad web, recuperación de información y periodismo digital. Ha liderado y colaborado en diversos proyectos de investigación, tanto con instituciones públicas como privadas, y ha impartido docencia en grados y postgrados de diferentes universidades, como la Universitat de Barcelona, la Universitat Politècnica de Valencia o la Universitat Oberta de Catalunya.

PÉREZ LATORRE, Óliver: Licenciado en Comunicación Audiovisual (UPF, 2002) y Doctor en Comunicación Social por la UPF (2010). Profesor de los Estudios de Comunicación Audiovisual y Publicidad y RR. PP. de la UPF desde el 2006. Su trabajo se centra en la teoría y análisis del videojuego, el estudio del lenguaje visual y la narrativa audiovisual y las nuevas tendencias de la cultura popular en los medios audiovisuales. Es autor del libro "El Lenguaje Videolúdico. Análisis de la significación del videojuego" (Laertes, 2012).

PÉREZ ALTABLE, Laura: Doctora en Comunicación Social por la UPF (2016). Profesora Lectora del Departamento de Comunicación de la UPF, especialista en investigación sobre activismo social y político en las redes, y periodismo digital. Miembro del Grupo DigiDoc del Departamento de Comunicación de la UPF. Ha publicado artículos en revistas académicas como Global Media Journal, Periodística y El Profesional de la Información.

ROVIRA FONTANALS, Cristòfol: Profesor titular de Universidad. Licenciado en Ciencias de la Educación, ingeniero técnico en informática de gestión, diploma en Biblioteconomía y Documentación, Doctor en Ciencias de la Educación. Miembro de los grupos DIGIDOC y GRP de investigación del departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Ha participado en numerosos proyectos de investigación. Autor de numerosos artículos, como "Web semántica y ontologías en el procesamiento de la información documental", *El Profesional de la información*, 6(16), 2007, o «Sistemas de navegación con menús desplegables: componentes y edición en línea», *Revista española de documentación científica*, 1(29), 2006.

Profesorado asociado doctor:

PARÉS, Roc. Artista e investigador en comunicación interactiva. Doctor en Comunicación Audiovisual (UPF, 2001) y licenciado en Bellas Artes (UB, 1992). Es profesor investigador del Grupo en Comunicación Interactiva de DigiDoc, UPF. Codirigió el Máster Universitario en Artes

Digitales (MUAD), Idec/UPF. Líneas de investigación: artes digitales; arte y comunicación social con dispositivos móviles inteligentes; producción artística y realidad virtual.

COLÀS, Joaquim. Doctor en Ingeniería Informática (UPF, 2017). Master in Cognitive Systems and Interactive Media. Docente de la Escuela de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la UPF. Especializado en investigación y experimentación en narrativas digitales interactivas, y en diseño de interacción y UX.

TAPSCOTT, Alan. Doctor en Ingeniería Informática (UPF, 2017). Master in Cognitive Systems and Interactive Media. Docente de la Escuela de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la UPF. Investigador postdoctoral en la Universidad Complutense de Madrid (2018-2019). Especializado en investigación y experimentación en narrativas digitales interactivas.

6.2. Otros recursos humanos disponibles:

- Secretaria del departamento especializada en gestión de Máster
- Coordinador de Máster para gestiones globales de dinámica de docencia (relaciones con profesorado y con estudiantes).
- En el seno los Servicios Centrales de Administración de la UPF, disponemos de varios servicios de orientación que cubren los diversos aspectos y dimensiones del Máster como:
 - o Servicio de Gestión Académica (SGA)
 - o Oficina de Programación y Planificación de Estudios (OPPE)
 - o Centro para la Innovación en Aprendizaje y Conocimiento (CLIK)
 - o Servicio de Relaciones Internacionales
 - Sección de Convenios e Intercambios
 - Oficina de Admisiones
 - Oficina de Movilidad y Acogida

En cuanto al total de efectivos disponibles en el ámbito de las secretarías adscritas al Máster en Comunicación:

En la Secretaria del Departamento de Comunicación prestan servicio 16 funcionarios; 1 del grupo A2 nivel 24 como responsable de la secretaría, 3 del grupo A2 nivel 18 como coordinadores de procesos, 2 del Grupo C1 nivel 20 como administrativos calificados, 8 del grupo C1 nivel 16 y 2 del grupo C2 nivel 14 que dan soporte tanto al profesorado como a los alumnos. Este personal se encarga de todas aquellas acciones que implementa el Departamento en relación con sus planes de estudio u otras acciones impulsadas por el centro que sirven para facilitar el aprendizaje de los estudiantes, como por ejemplo el soporte al programa de acción tutorial, gestión del Campus Global, planificación de horarios, grupos, etc.

El personal de esta secretaría ha participado en la formación necesaria para desarrollar correctamente sus tareas, así como en diversos proyectos de mejora, algunos de ellos merecedores de premios a la calidad. La gran mayoría domina el inglés para poder dar una atención adecuada a toda la comunidad universitaria.

En la siguiente tabla se muestran las categorías profesionales, los grupos de adscripción y el cargo desempeñado del personal que presta servicio en la Secretaria del Departamento de Comunicación:

Descripció Lloc Treball	R.J.	Subgr.	Nivell	Subn.
UGA de Comunicació				
CAP D'UNITAT	F	A2	24	3
COORDINADOR/A DE PROCESSOS - ÀMBIT DOCÈNCIA	F	A2	18	
COORDINADOR/A DE PROCESSOS - ÀMBIT GEST. ECONÒMICA Y RECERCA	F	A2	18	
COORDINADOR/A DE PROCESSOS - ÀMBIT PROFESSORAT	F	A2	18	
ADMINISTRATIU/VA	F	C1	20	
ADMINISTRATIU/VA	F	C1	20	
ADMINISTRATIU/IVA (a)	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA (a)	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA (a)	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA	F	C1	16	1
ADMINISTRATIU/IVA (POOL)	F	C1/C2	16	1
ADMINISTRATIU/IVA (POOL)	F	C1/C2	16	1

El total de efectivos disponibles es el adecuado y necesario para el desarrollo de las funciones asignadas.

Previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios:

La estimación de profesorado planteada en la sección anterior se ha realizado contando con un margen de maniobra relativamente amplio, por si hubiera que asumir posibles imprevistos. En cualquier caso, además el Departamento de Comunicación tiene previsto convocar en los próximos años algunas plazas de profesorado 'tenure-track', que vendrían a reforzar la plantilla. En particular, una de estas plazas, actualmente en proceso de concurso púbico, es una plaza específicamente relacionada con el ámbito de este máster: "UPF-La Caixa post-doctoral tenure-track position in Interactive Communication" (https://euraxess.ec.europa.eu/jobs/641602). Asimismo, en caso de requerir la colaboración de un/a especialista en determinada materia del máster que, debido a eventualidades, quede sin estar cubierta determinado momento, el Departamento de Comunicación tendría capacidad de contratar a docentes especializados de fuera de la UPF, si fuera necesario. La incorporación de personal procedente de fuera de la UPF significará, siguiendo el principio de subsidiaridad, que la UPF no dispone de especialista sobre la materia que puede acreditarse según los criterios de experiencia docente e investigadora y adecuación al ámbito académico establecidos.

Para determinar la adecuación del profesorado a invitar, tanto de ámbito estatal como internacional, será el Equipo Académico quien tome la decisión.

Mecanismos de que se dispone para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad:

El compromiso de la Universidad Pompeu Fabra con las políticas de igualdad de género cuenta con una década de trayectoria, desde el momento en que se aprobó el Primer Plan de Igualdad (2008-2010, cuya vigencia se ha prorrogado en dos ocasiones). Recientemente, se ha aprobado el <u>Segundo Plan de Igualdad (2018-2022)</u> que se fundamenta en los principios de transversalidad de la perspectiva de género, equidad de género y paridad y, al mismo tiempo, incorpora la perspectiva LGBTI.

La UPF cuenta con una Unidad de Igualdad, como servicio universitario especializado, bajo la coordinación general del Vicerrectorado para la Dirección de Proyectos para el Compromiso Social y la Igualdad. La Unidad de Igualdad realiza las siguientes funciones: (i) Asesora a los órganos de gobierno de la Universidad, impulsa las políticas de igualdad de género en la UPF y coordina las acciones específicas que puedan ejercer en este ámbito los diferentes órganos, servicios y unidades académicas y administrativas; (ii) Organiza actividades de sensibilización en materia de igualdad efectiva de mujeres y hombres, y de diversidad sexual y expresión de género; y (iii) Atiende las consultas y denuncias en materia de violencia machista i LGBTIfobia que afecten a cualquier miembro de la comunidad universitaria, a través de la activación del Protocolo para prevenir y solucionar conflictos en materia de violencia machista, homofobia, bifobia y transfobia, y proporciona diferentes servicios de acompañamiento a las personas afectadas. Además de ofrecer un servicio de asistencia psicológica gratuita, gestiona el Fondo de Igualdad, que dota de recursos para ayudar económicamente a estudiantes en situación de violencia machista o de LGBTIfobia.

De manera complementaria, la <u>Comisión de Políticas de Igualdad de Género</u>, como órgano de representación de la comunidad universitaria en la materia, asesora sobre la elaboración y el despliegue del Plan de Igualdad, así como sobre la promoción de la transversalidad de género en el conjunto de la política universitaria y las actividades de sensibilización en materia de igualdad entre mujeres y hombres. Dicha Comisión está compuesta por representantes de Personal Docente e Investigador (PDI), de Personal de Administración y Servicios (PAS), estudiantes de grado y de postgrado, un miembro del Consejo Social, y por las personas designadas como referentes de igualdad en los centros de enseñanza superior adscritos a la UPF. De esta manera, los centros integrados y los centros adscritos de la UPF coordinan sus propias políticas de igualdad de género.

La Universidad Pompeu Fabra dispone, además, de un <u>Procedimiento de cambio de nombre</u> que tiene por objetivo garantizar el derecho de las personas transexuales, transgénero e intersexuales a ser llamadas, en la propia Universidad, por el nombre correspondiente al género con el que se identifiquen.

Con el objetivo de promover la incorporación de la perspectiva de género en los estudios para avanzar en la igualdad de género, la Unidad de Igualdad ha creado un

Premio para Trabajos de Fin de Grado cuya área de investigación esté relacionada con el género. El premio es financiado por el Instituto Catalán de las Mujeres (ICD) de la Generalitat de Catalunya y en el curso 2017-18 ha tenido lugar la Convocatoria de la IV Edición.

Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

El conjunto de las instalaciones de la Universitat Pompeu Fabra se desglosa de acuerdo al siguiente cuadro. De todas las instalaciones, las más novedosas y las equipadas con los sistemas más avanzados son precisamente las del Campus de la Comunicación, en Roc Boronat 138, donde se ubican los estudios de Comunicación y donde tienen lugar las clases del Master in Digital Culture and Emerging Media.

En enero de 2008 el Departamento de Comunicación y todos los estudios del área se trasladaron al nuevo Campus de la Comunicació-Poblenou, situado en el nuevo distrito tecnológico del 22@Barcelona. Este nuevo campus está formado por dos edificios antiguos y tres edificios de nueva planta. La UPF ha concentrado en este entorno todo aquello relacionado con la formación, la investigación y la producción en el ámbito de la comunicación y la tecnología de la información y las comunicaciones. Se trata de 24.902 m2 de superficie construida que agrupan un número muy importante de aulas y de espacios técnicos.

El aulario tradicional, aulas de teoría y salas de seminario (espacios que han resultado de imprescindible utilización en el escenario pedagógico que ha promovido la implantación del modelo Bolonia), se encuentra ubicado en el edificio Roc Boronat, con una superficie total de trabajo de 1.947,63 m2.

Los espacios técnicos ubicados en el edificio Tallers cuentan con una superficie de trabajo de 2.893,85 m2.

CAMPUS DE LA COMUNICACIÓ	unitats		m2 útils	m2
	unitats		ıı∠ utiis	IIIZ
construïts				
La Fàbrica				2 200
La Fàbrica				3.300
Biblioteca			1.945	
Sales d'estudiants y de treball en grup		8	180	
I - N				1 070
La Nau				1.870
Recerca			870	
Roc Boronat -52				10.830
Aula fins a 60 places	5	290		
Aula fins a 100 places		8	620	
Aula més de 100 places		3	315	
Sala de seminaris		19	850	
Sala polivalent y de tutories		3	60	
Sala de reunions		9	190	
Sala de profesors		1	14	
Auditori		1	230	
Despatxos de profesors		55	915	
Administració y Gestió				
(Deganats/secretaries)			310	

PAGE * MERGEF ORMAT

Roc Boronat -53				4.080
Sala d'estudi y de treball en grup	1	20		
Sala polivalent y de tutories		1	15	
Sala de reunions	1	15		
Despatxos de profesors	67	1.265		
Administració y Gestió				
(Deganats/secretaries)		185		
Tallers				5.017
Aula d'informàtica	7	986		
Sala de seminaris	3	145		
Laboratori y aula tècnica	8	475		
Sala tècnica (control, edició,)	17	198		
Aula d'interpretació amb cabines	3	166		
Plató amb control	3	434		
Camerinos y sala d'assaig	2	125		
Unitat d'Informàtica	1	162		
Espais de cotreball y pluja d'idees	10	466		
Espais de residents	3	87		
Tànger				8.880
Laboratori	3	360		
Sala de seminaris	1	50		
Sala de reunions	4	130		
Sala de graus		1	70	
Sala de demostracions	1	40		
Espai polivalent	3	590		
Despatxos	69	2.010		
Administració y Gestió (Deganats/secretaries)		100		

BIBLIOTECA/CRAI DE LA UPF

La Universitat Pompeu Fabra constituye un referente en el panorama universitario español en la implantación del modelo CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación) para la organización y el funcionamiento de su biblioteca universitaria.

El modelo CRAI significa la integración, en un espacio común, de todos los servicios y recursos relacionados con las tecnologías y los recursos de la información que los estudiantes y el personal docente necesitan en el desarrollo de su actividad en la universidad. Esta concentración comporta una mayor facilidad de uso y un mayor aprovechamiento de ellos.

La Biblioteca/CRAI es una unidad fundamental de apoyo a la docencia y al aprendizaje en la Universitat Pompeu Fabra. En la Biblioteca/CRAI se concentran todos los servicios de apoyo al aprendizaje, la docencia y la investigación que, en el ámbito de las tecnologías y los recursos de información, la Universidad pone a disposición de los estudiantes y los profesores. Nuevos espacios con nuevos y mejores equipamientos y una visión integradora de los servicios y los profesionales que los prestan.

Los rasgos más característicos y definitorios de los servicios que la Biblioteca/CRAI presta a sus usuarios, personal docente y estudiantes para materializar su misión son los siguientes:

a) Amplitud de horarios

La Biblioteca/CRAI abre 360 días al año, con un horario de apertura de 17 horas y media de lunes a viernes y de 11 o 15 horas los sábados y días festivos.

Horario de apertura:

- De lunes a viernes, de 08.00 h. a 01.30 h. de la madrugada.
- Sábados y festivos, de 10.00 h. a 21.00h. (a 01.00 h. durante el período de las cuatro convocatorias de exámenes de cada curso académico).

b) Recursos de información

La Biblioteca cuenta con un fondo bibliográfico y de recursos de acceso remoto muy completo y en constante crecimiento. Es muy importante señalar que la colección bibliográfica, como la Biblioteca y como la propia Universidad, es fruto de una trayectoria cronológica corta: en tan sólo 21 años se ha puesto a disposición de la comunidad universitaria un conjunto de información, tanto en soporte papel como de acceso electrónico, muy relevante y que da respuesta a la práctica totalidad de las necesidades de docencia y aprendizaje de la comunidad universitaria.

El incremento del número de volúmenes de monografías se sitúa en una media anual de entre 30.000 y 40.000 volúmenes por año. Esto supone un crecimiento sostenido y continuado de la colección. En los últimos años, la Biblioteca de la UPF ha figurado entre las diez primeras posiciones del *Anuario estadístico* de REBIUN, tanto en el indicador *Incremento de monografías por usuario* como en el indicador *Gasto en adquisiciones por usuario*. Estos indicadores muestran el esfuerzo constante de la UPF para crear y mantener una colección que dé respuesta a las necesidades informativas de la comunidad universitaria.

Los fondos están a disposición de todos los usuarios, cualquiera que sea su sede. El catálogo es único y los documentos pueden trasladarse de una sede a otra a petición de los usuarios que así lo necesitan.

Por lo que respecta a la información electrónica, cabe señalar su accesibilidad completa, ya que, además de su disponibilidad desde las instalaciones de la Biblioteca y de toda la Universidad, todos los miembros de la comunidad universitaria tienen acceso a los recursos de información electrónicos desde cualquier ordenador externo mediante un sistema (VPN-SSL) que permite un acceso fácil y seguro.

b.1.) Monografías

Número total de volúmenes de	
monografías en papel u otros soportes	571.504
físicos	

Distribución por localizaciones	Número de volúmenes de monografías
Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	340.238
Biblioteca/CRAI del Poblenou	99.090
Biblioteca del Campus Universitari Mar	11.966
Otras localizaciones (depósitos de la UPF o depósitos consorciados (GEPA delCBUC)	109.210

Es importante señalar, también, la presencia creciente de monografías electrónicas como recursos de información a disposición de los usuarios. La cifra actual se sitúa en 18.043 monografías electrónicas disponibles.

b.2.) Publicaciones en serie

En papel

Número total de títulos	de publicaciones en	13.230
serie en papel		13.230

De acceso remoto

Número total de títulos de publicaciones en serie	13.074
de acceso remoto	15.074

b.3.) Bases de datos

Número total de bases de datos en línea	362

c) Puestos de lectura

La Biblioteca cuenta con una ratio de 6,55 estudiantes por puesto de lectura. Esta ratio sitúa a la UPF entre las veinte primeras posiciones en el *Anuario estadístico* de REBIUN.

Biblioteca/CRAI del
Poblenou
444

d) Distribución de los espacios

La distribución de la superficie útil de los espacios es la siguiente:

Biblioteca/CRAI del Poblenou 2.142 m2

Cabe señalar que las instalaciones de la Biblioteca/CRAI son accesibles a personas con discapacidades de movilidad.

e) Amplia oferta de servicios

La oferta de servicios para los usuarios es muy amplia. La relación de los servicios a los que todos los estudiantes tienen acceso es la siguiente:

e.1. Punto de Información al Estudiante (PIE)

El PIE es el servicio que la Universidad pone a disposición de todos los estudiantes con el fin de proporcionar información, orientación y formación sobre la organización, el funcionamiento y las actividades de la UPF y también para realizar los trámites y las gestiones de los procedimientos académicos y de extensión universitaria. El PIE facilita la información y la realización de trámites necesarios para la vida académica de los estudiantes en la UPF.

e.2. Información bibliográfica

El servicio de información bibliográfica ofrece:

- Información sobre la Biblioteca/CRAI y sus servicios
- Asesoramiento sobre dónde y cómo encontrar información
- Asistencia para utilizar los ordenadores de uso público
- Ayuda para buscar y obtener los documentos que se necesita

El servicio de información bibliográfica es atendido de forma permanente por personal bibliotecario.

e.3. Bibliografía recomendada

La bibliografía recomendada es el conjunto de documentos que los profesores recomiendan en cada una de las asignaturas durante el curso académico; incluye libros, documentos audiovisuales, números de revistas, dossiers, etc.

Se puede acceder a la información sobre esta bibliografía desde el catálogo en línea y también desde la plataforma de enseñanza virtual (Aula Global). Esta información se mantiene con la colaboración del profesorado.

e.4. Equipos informáticos y audiovisuales

La Biblioteca/CRAI pone a disposición de los estudiantes a lo largo de todo el horario de apertura equipos informáticos (aulas informáticas dentro de las instalaciones de la

Biblioteca/CRAI) y audiovisuales (que permiten la consulta de los documentos audio y video en diferentes formatos que forman parte del fondo bibliográfico, además de la sintonización de un gran número de canales de TV) para la realización de sus actividades académicas.

e.5. Formación en competencias informacionales e informáticas

El personal del Servicio de Informática y de la Biblioteca ofrecen conjuntamente formación en competencias informacionales e informáticas a todos los miembros de la comunidad universitaria de la UPF para profundizar en el conocimiento de los servicios y de los recursos bibliotecarios e informáticos y para contribuir a la mejora del nuevo modelo docentes de la UPF. Esta formación se ofrece integrada en los planes de estudio de grado y postgrado. También se ofrece un amplio abanico de oferta formativa extracurricular a medida de asignaturas concretas (a petición de docentes), formaciones temáticas programadas y a la 'carta' (sobre un tema no previsto anticipadamente).

e.6. Préstamo

El servicio de préstamo ofrece la posibilidad de sacar documentos por un periodo determinado de tiempo. El servicio es único: se pueden solicitar los documentos independientemente de la sede en la que se encuentren y, además, se pueden recoger y devolver en cualquiera de las sedes.

Para llevarse documentos en préstamo, sólo es necesario presentar el carnet de la UPF o cualquier otro documento identificativo que acredite como usuario de la Biblioteca.

Este servicio destaca muy favorablemente por su uso intensivo. Año tras año, el indicador Préstamos por estudiante está en las tres primeras posiciones del *Anuario* estadístico de REBIUN.

e.7. Préstamo interbibliotecario

A través de este servicio todos los miembros de la comunidad universitaria, pueden pedir aquellos documentos que no se encuentran en la Biblioteca de la UPF. Cabe señalar que existe un acuerdo entre todas las bibliotecas universitarias miembros del *Consorci de Biblioteques Universitàries de Catalunya* (CBUC) por el cual no se aplican tarifas de pago cuando se trata de préstamo de documentos originales entre las bibliotecas miembros.

e.8. Préstamo de ordenadores portátiles

La Biblioteca y el Servicio de Informática ofrecen el servicio de préstamo de ordenadores portátiles dentro del campus de la Universidad para el trabajo individual o colectivo, con conexión a los recursos de información electrónicos y con disponibilidad del mismo software que el que se puede encontrar en las aulas informáticas. Pueden utilizar el servicio de préstamo de ordenadores portátiles todos los estudiantes de los estudios oficiales que imparte la UPF en sus centros integrados.

e.9. Préstamo de equipamientos audiovisuales

El préstamo de equipos audiovisuales es un servicio de apoyo a la docencia que se dirige principalmente a los estudiantes de grado y de postgrado que necesitan utilizar estos equipos. Este servicio se ofrece desde la Biblioteca/CRAI del Poblenou.

Los equipos consisten en:

- Cámaras de video y de fotografía
- Microfonía y registro sonoro
- Iluminación
- Todos los accesorios relacionados

e.10. Acceso a recursos electrónicos desde fuera de la Universidad

Como ya se ha comentado anteriormente, existe la posibilidad de conectarse a los recursos electrónicos contratados por la Biblioteca desde cualquier ordenador de la red de la UPF y también desde fuera (acceso remoto). Cualquier miembro de la comunidad universitaria puede acceder desde su domicilio o desde cualquier lugar en cualquier momento (24x7) a todos los recursos electrónicos disponibles, mediante un sistema sencillo, fácil y seguro (VPN-SSL).

e.11. Apoyo a la resolución de incidencias de la plataforma de enseñanza virtual (e-learning): La Factoría

Mediante este servicio, todos los profesores y los estudiantes tienen a su disposición asistencia y asesoramiento para resolver incidencias, dudas, etc. relacionadas con la utilización de la plataforma de enseñanza virtual implantada en la UPF Aula Global (gestionada con la aplicación *Moodle*) y su soporte informático, ya sea de manera presencial, telefónicamente o a través de formulario electrónico.

e.12. Ayuda en la elaboración de trabajos académicos y de materiales docentes: La Factoría

Mediante este servicio, los estudiantes tienen el apoyo y el asesoramiento de profesionales para la elaboración de sus trabajos académicos (presentaciones, informes, memorias, etc.), formación en aspectos específicos, acceso a TIC (hardware y software), etc. También los profesores encuentran ayuda y asesoramiento para la creación de sus materiales docentes.

e.13. Gestor de bibliografías (RefWorks)

RefWorks es una herramienta para gestionar referencias bibliográficas en entorno web que permite:

 Crear una base de datos personal para almacenar referencias importadas de bases de datos (como ScienceDirect o PubMed) o añadidas manualmente.

- Gestionar las referencias creando carpetas por materias, asignaturas, proyectos, etc.
- Generar automáticamente bibliografías en diversos formatos (MLA, Vancouver, etc.) de las referencias guardadas y exportarlas de manera fácil a un documento de texto.

e.14. Impresiones y reprografía

Todas las sedes disponen de una sala equipada con fotocopiadoras. Las fotocopiadoras funcionan en régimen de autoservicio. Funcionan con una tarjeta magnética que se puede adquirir y recargar en los expendedores automáticos situados en la sala de reprografía de la Biblioteca/CRAI y en diferentes puntos del campus de la Universidad.

Además, desde todos los ordenadores de la Biblioteca/CRAI pueden utilizarse impresoras de autoservicio que funcionan con las mismas tarjetas magnéticas.

e.15. Asesoría en propiedad intelectual y en derechos de autor

Los usuarios pueden disponer de un servicio de asesoría sobre los aspectos de propiedad intelectual que deben tener en cuenta tanto en la utilización de imágenes y otros contenidos de terceros para la realización de trabajos académicos o la creación de documentos audiovisuales.

e.16. Punto de atención TIC

Es un servicio dirigido especialmente a los estudiantes (pero que puede ser utilizado por toda la comunidad universitaria) para resolver las incidencias informáticas más habituales como, por ejemplo:

- El acceso a la red, a Wi-Fi y Eduroam
- La configuración del ordenador

e.17. Acceso a recursos electrónicos desde fuera de la Universidad

Como ya se ha comentado anteriormente, existe la posibilidad de conectarse a los recursos electrónicos contratados por la Biblioteca desde cualquier ordenador de la red de la UPF y también desde fuera (acceso remoto). Cualquier miembro de la comunidad universitaria puede acceder desde su domicilio o desde cualquier lugar en cualquier momento (24x7) a todos los recursos electrónicos disponibles, mediante un sistema sencillo, fácil y seguro (SARE).

e.18. Publicación de trabajos TFG y TFM

El repositorio institucional, *e-Repositori*, recoge, difunde y preserva la producción intelectual desarrollada en la UPF. Incluye *working papers*, TFG y TFM, materiales docentes, artículos, presentaciones en jornadas, seminarios y congresos.

PAGE * MERGEF ORMAT

Los mejores TFM y TFG de cada curso son incorporados al *e-Repositori*.

e.19. Espacios de usos específicos

La Biblioteca/CRAI pone a disposición de los estudiantes espacios de usos específicos: salas de visionado, salas de trabajo en grupo, espacios HackLab, etc.

Algunos de estos espacios pueden, además, reservarse con antelación.

Toda la información relativa a estos servicios puede consultarse en la página web de Biblioteca e Informática https://www.upf.edu/web/biblioteca-informatica

f) Mención de calidad de la Biblioteca: Atlas digital de la España universitaria

En enero del 2007, la Biblioteca de la UPF se situó en el primer puesto del ranquin en la comparación de las bibliotecas universitarias, según el estudio *Atlas digital de la España universitaria: bases para la planificación estratégica de la enseñanza superior*, elaborado por especialistas de la Universidad de Cantabria, con el apoyo del Consejo de Coordinación Universitaria (CCU), la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) y la Fundación Botín.

ESTRUCTURA DE REDES DE COMUNICACIONES, NUEVAS TECNOLOGÍAS, AULAS DE INFORMÁTICA

a) Aulas de Informática y Talleres

- Número de aulas y talleres: 35
- Número de ordenadores disponibles: 1205
- Sistema operativo: arrangue dual Windows / Linux

b) Software

- Software de ofimática: Word, Excel, Access, etc.
- Software libre.
- Acceso a Internet.
- Cliente de correo electrónico.
- Software específico para la docencia.
- Acceso a herramientas de e-learning.

c) Ordenadores de la Biblioteca

- Puntos de consulta rápida del catálogo (OPAC). Los OPAC son puntos de consulta rápida del catálogo de la Biblioteca y del CCUC.
- Estaciones de Información (HdI). Las Hedí ofrecen acceso a todos los recursos de información electrónicos de la Biblioteca.

• Estaciones de Ofimática (EdO). Los EdO son ordenadores destinados al trabajo personal que disponen de la misma configuración y de las mismas prestaciones que cualquier otro ordenador ubicado en un aula informática.

Distribución de las aulas de Informática y Biblioteca por edificios

Campus de la Comunicació-Poblenou:

Edifici	Aula	PCs
La Fabrica	Biblioteca	74
Talleres	54.003 54.004 54.005 54.006 54.007 54.008 54.009 54.022 54.023 54.024 54.026 Laboratorio multimedia y gestión de redes	42 42 42 42 42 30 24 20 30 24 25
Talleres	54.028 Laboratorio de electrónica y radiocomunicaciones 54.030 54.031	12 25 25
	54.041 Aula postproducción	25
	de so 54.082 Aula multimedia 1 54.086	28
	Aula multimedia 2	24

d) Aulas de docencia

Todas las aulas de docencia están equipadas con ordenador con acceso a la red y cañón de proyección.

e) Red

Todos los ordenadores de la Universidad disponen de conexión a la red. Todos los Campus disponen de prácticamente el 100% de cobertura de red sin hilos, con acceso a EDUROAM.

f) Accesibilidad universal de las personas con discapacidad y diseño para

Las instalaciones de la Universidad cumplen con el "Codi d'accessibilitat" establecido por la Generalitat de Catalunya. El conjunto de edificios que conforman el Campus de Ciutadella y el edificio Rambla han sido objeto de adaptaciones para asegurar la accesibilidad. En el Campus Mar, el edificio del PRBB, de reciente construcción, cumple exhaustivamente con la normativa. El edificio Dr. Aiguader ha sido adaptado y actualmente cumple también la normativa, y actualmente es objeto de un proceso de ampliación y modificación cuyo proyecto, obviamente, se ajusta estrictamente a la normativa de accesibilidad. En cuanto al nuevo Campus de la Comunicación, en avanzado proceso de construcción y que desde el pasado diciembre se está poniendo en servicio por fases, también cumple con la normativa vigente, como no podría ser de otra forma.

Previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios.

La previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios se realiza coincidiendo con la elaboración del presupuesto anual. Se efectúa una reflexión sobre las necesidades de instalaciones y equipamientos para el curso siguiente y con una visión plurianual y se consignan las dotaciones presupuestarias oportunas. Por otra parte, la Universidad dispone unos protocolos de mantenimiento de construcciones, instalaciones y equipos, con descripción, calendario y presupuesto de las tareas preventivas, así como de una previsión del mantenimiento correctivo basada en la experiencia de ejercicios anteriores. La mayor parte de las tareas de mantenimiento está externalizada, mediante contratos plurianuales con varias empresas especializadas, bajo el seguimiento y control del equipo técnico de la Universidad.

La planificación de los recursos se realiza teniendo en cuenta la perspectiva de género y las personas con necesidades educativas especiales. Por ello, en los casos en los que es necesario, se realizan las correspondientes consultas a la Unidad de Igualdad (https://www.upf.edu/web/igualtat) que coordina y asesora a los órganos de gobierno de la universidad, servicios y unidades académicas y administrativas en políticas de igualdad género través Pla d'Iqualtat de del (https://www.upf.edu/web/igualtat/pla-d-igualtat-isabel-de-villena) y al Servei d'Atenció a la Comunitat Universitària (SACU) que coordina el Pla d'inclusió 2017-2021 (https://www.upf.edu/web/upfinclusio/pla-inclusio-upf) que reconoce el derecho a la igualdad de oportunidades para todas las personas, especialmente aquellas con necesidades especiales para que gozen de una participación social plena a todos los niveles.

8. Resultados previstos

8.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación:

Estimación de valores cuantitativos:

Tasa de graduación %	85%
Tasa de abandono %	10%
Tasa de eficiencia %	98%

Justificación de los indicadores propuestos:

Tasa de graduación:

La tasa de graduación indica el porcentaje de estudiantes graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año más respecto a la cohorte de alumnos que iniciaron los estudios en un mismo año.

La tasa de graduación que se estima para el Master in Digital Culture and Emerging Media es de alrededor del 85%.

Las razones que llevan a esta estimación son las siguientes:

- La tasa de graduación global de los másters que se imparten en el Departamento de Comunicación en los últimos cursos se ha situado por encima del 83 %.
- La tasa de graduación del conjunto de los másteres de la Universitat Pompeu Fabra estos últimos cursos ha oscilado entre el 86% y el 89%.

Tasa de abandono:

La tasa de abandono indica el porcentaje de estudiantes que han abandonado los estudios a lo largo del tiempo previsto al plan de estudios o en un año más, respecto a la cohorte de alumnos que iniciaron los estudios en un mismo año.

La tasa de abandono que se estima para el máster universitario en Comunicación se sitúa alrededor del 10%.

Las razones que llevan a esta estimación son las siguientes:

- La tasa de abandono global de los másters que se imparten en el Departamento de Comunicación en los últimos cursos ha oscilado entre el 6.82% y el 14.29%.
- La tasa de abandono media del conjunto de los másters de la Universidad en los últimos cursos ha oscilado entre el 8.9 % y el 10.3 %.

Tasa de eficiencia:

La tasa de eficiencia indica el grado de eficiencia de los estudiantes por terminar los estudios habiendo consumido únicamente los créditos previstos en el plan de estudios. Se calcula dividiendo los créditos previstos en el plan de estudios entre la media de créditos matriculados por los estudiantes que han finalizado los estudios, y multiplicar el resultado por cien. La tasa de eficiencia máxima es del 100%.

PAGE * MERGEF ORMAT

La tasa de eficiencia que se estima para el Master in Digital Culture and Emerging Media se sitúa alrededor del 98%.

Las razones que llevan a esta estimación son las siguientes:

- La tasa de eficiencia de los másters que se imparten en el Departamento de Comunicación en los últimos cursos se sitúa alrededor del 97.5%.
- La tasa de eficiencia media de la Universidad se sitúa alrededor del 97%.

En resumen, los resultados previstos en para el Máster en Comunicación son las siguientes:

Tasa de graduación: 85% Tasa de abandono: 10% Tasa de eficiencia: 98%

8.2. Procedimiento general para evaluar el progreso y resultados de aprendizaje

Evaluación del progreso y los resultados al nivel de cada asignatura:

a) Métodos y criterios

La verificación de los conocimientos de los estudiantes se puede realizar mediante un examen final o bien siguiendo un proceso de evaluación continua. Los profesores responsables de cada asignatura y actividad formativa han de hacer públicos, al inicio del periodo de docencia correspondiente, los métodos y los criterios de evaluación que aplicarán. Los resultados de la evaluación tienen que facilitar la información periódica a estudiantes y profesores sobre la evolución y progreso en el logro de los contenidos y de las competencias expresadas como objetivos de aprendizaje.

b) Plan Docente de la Asignatura (PDA)

El PDA es el instrumento por el cual se define el modelo de organización docente de la asignatura. El PDA tiene alcance público y se puede consultar desde los espacios de difusión académica previstos por la Universidad.

c) Régimen de la evaluación continua

Concepto:

Se entiende por evaluación continua el conjunto de procesos, instrumentos y estrategias didácticas definidas en las PDA aplicables de manera progresiva e integrada a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje de ésta. Las evidencias recogidas deben facilitar a los estudiantes y a los docentes indicadores relevantes y periódicos acerca de la evolución y el progreso en el logro de las competencias que se hayan expresado como objetivos de aprendizaje de la asignatura.

Ámbito:

La evaluación continua comprende las asignaturas que así lo prevean en el PDA.

Contenido:

Las asignaturas que integren sistemas de evaluación continua especificarán un mínimo de tres fuentes de evaluación, así como los mecanismos e indicadores del progreso y del logro de los aprendizajes, la temporalidad prevista, los criterios para evaluar cada una de las actividades y su peso en el cómputo global de la calificación de la asignatura.

Evaluación:

Los mecanismos de evaluación continua utilizados en el periodo lectivo de clases pueden comprender un peso, a efectos de evaluación final, entre el 50 y el 100% del total de la evaluación. El estudiante recibirá periódicamente información de los resultados obtenidos en las actividades que configuren el itinerario de evaluación continua. A tal efecto, se utilizará para difundir la información los mecanismos previstos en el PDA.

Calificación:

Las asignaturas con evaluación continua seguirán el sistema general de calificaciones fijado por la Universidad.

d) Régimen de los exámenes finales

Periodo:

Los exámenes, tanto orales como escritos, se deben realizar, al finalizar la docencia, dentro del periodo fijado para esta finalidad en el calendario académico. Se realizará una única convocatoria de examen por curso académico por asignatura o actividad formativa. Para aquellas actividades formativas de más de un trimestre, la evaluación se hará dentro del período fijado para esta finalidad en el calendario académico, dentro del último trimestre que comprenda la actividad.

Convocatoria:

El Consejo Social es el órgano competente para regular el número de convocatorias por asignatura, así como el régimen de permanencia.

En el caso de que el Consejo Social prevea una convocatoria extraordinaria, el estudiante tiene que presentar la solicitud al rector o rectora, y adjuntarle la justificación documental de los motivos en los que fundamente la solicitud, en el plazo de quince días desde la publicación de las calificaciones definitivas.

Corresponde al rector o a la rectora, a propuesta del Consejo Social, la resolución de las solicitudes, y se pueden establecer en la misma resolución, en el caso en el que sea favorable, las condiciones académicas con las que se autoriza la matrícula del estudiante. Hay una única convocatoria por asignatura y curso académico.

Calificaciones:

Los resultados obtenidos por los estudiantes se expresan en calificaciones numéricas de acuerdo con la escala establecida en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Por lo que respecta a la consideración de las asignaturas convalidadas y adaptadas, la valoración de los expedientes académicos y la certificación de las calificaciones en el expediente académico, es de aplicación lo previsto en la normativa de calificaciones aprobada por el Consejo de Gobierno.

PAGE * MERGEF ORMAT

El estudiante tiene derecho a la revisión de la calificación ante el personal docente responsable de la asignatura. Esta revisión se realizará en el día y la hora indicados por el profesor o profesora responsable de la asignatura al entregar las calificaciones provisionales. El resultado se comunicará a los estudiantes mediante la incorporación a su expediente una vez cerrada el acta.

Contra la calificación definitiva, haya ejercido o no el derecho expresado en los anteriores apartados, el estudiante puede presentar una reclamación dirigida al director del departamento responsable del máster universitario, en el plazo de cinco días naturales, a contar desde la fecha de publicación de las actas definitivas.

Dentro del plazo de los cinco días naturales siguientes a la finalización del plazo de presentación de la reclamación, una comisión, previamente nombrada por el director o directora del departamento del máster universitario, resolverá la reclamación.

Antes de emitir esta resolución, la Comisión debe escuchar al profesor o profesora responsable de la asignatura. La resolución de la reclamación agotará la vía administrativa.

Conservación:

A fin de asegurar la posibilidad de revisar las calificaciones, los profesores están obligados a guardar los exámenes, o documentos base de la calificación (incluidas las grabaciones), durante el período que haya establecido el secretario general de la Universidad, como órgano competente para fijar las condiciones y calendario para la conservación de las pruebas de evaluación.

e) Evaluación del trabajo de fin de máster

El máster concluye con la elaboración y defensa pública de un trabajo de fin de máster. La evaluación de este trabajo corresponde a un tribunal, nombrado por la comisión responsable del departamento al que pertenezca el máster, que debe estar formado por un mínimo de tres miembros del personal docente investigador (un presidente o presidenta, un vocal y un secretario o secretaria).

Evaluación del progreso y los resultados al nivel de la titulación

La Universidad pone a disposición de los responsables académicos de las titulaciones una serie de información que les ha de permitir evaluar el progreso y los resultados de la titulación.

Esta información hace referencia básicamente a los siguientes aspectos:

Demanda y matrícula de nuevo acceso a la titulación. A partir de una serie de indicadores se conoce el grado de atracción de la titulación y el perfil de los estudiantes de nuevo acceso. Algunos de estos indicadores son:

o Ratio demanda / oferta

Resultados globales de la titulación. Para conocer cómo se desarrolla la titulación nos fijamos sobretodo en los siguientes indicadores:

PAGE * MERGEF ORMAT

- o Tasa de rendimiento de los estudiantes matriculados, que es la ratio entre los créditos superados y los créditos matriculados en un curso.
- o Tasa de eficiencia de los graduados
- o Duración media para terminar la titulación
- o Tasa de graduación
- o Tasa de abandono

Satisfacción de los diferentes actores involucrados con la docencia que se imparte en la Universidad. Desde la Universidad se hacen encuestas a los estudiantes y a los graduados para conocer su satisfacción con la docencia recibida y los resultados obtenidos; así como a los profesores para conocer su satisfacción con la organización de la docencia. Las principales encuestas son las siguientes:

- o A los estudiantes:
 - AVALDO (trimestral) para valorar la satisfacción con las asignaturas y los profesores que las han impartido.
 - EVSOE, Encuesta de valoración del sistema y la organización de la enseñanza (trianual).
- o A los graduados:
 - Encuesta de satisfacción de los graduados (anual, a los dos meses de la graduación), para conocer su satisfacción global con la titulación y la Universidad.
 - Encuesta de inserción laboral (trianual), para conocer su situación laboral.
- o A los profesores:
 - Encuesta a los profesores para conocer su satisfacción en relación a la organización y desarrollo de la docencia en la titulación o titulaciones dónde la imparte.

Toda esta información, junto con otra información relevante para la titulación como son las memorias de Verificación y Modificación, los informes de Seguimiento y Acreditación, los diferentes procesos de gestión de la docencia, etc., está integrada en el Sistema de Garantía Interna de la Calidad de cada Centro.

PAGE * MERGEF ORMAT

9. Sistema de garantía de la calidad

https://www.upf.edu/web/comunicacio/sistema-de-garantia-interna-de-qualitat

10. Calendario de implantación

10.1. Cronograma de implantación del título

Curso de Inicio: 2022

Cronograma:

La primera edición del Máster Universitario en Cultura Digital y Medios Emergentes está prevista para el curso 2022-23. En septiembre/octubre de 2023, por lo tanto, se graduarán los primeros titulados.

CRONOGRAMA		Cursos académicos				
	2020-21 2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	2025-26	
Proceso de Verificación del título						
Primera edición						
Segunda edición						
Tercera edición						
Cuarta edición						
Proceso de Acreditación						

PAGE * MERGEF ORMAT

59

10.2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

No procede; se trata de un màster de nueva creación.

10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto

No procede; se trata de un màster de nueva creación.