Universitat Pompeu Fabra Barcelona

Memoria para la solicitud de acreditación de títulos oficiales

Máster Universitario en Gestión Estratégica de la Comunicación y las Relaciones Públicas / Master of Science in Strategic Communication & Public Relations

Universidad coordinadora:	**Universitat Pompeu Fabra**
Universidad/es participante/s:	**University of Stirling (Reino Unido)**
Curso de inicio de la titulación:	**2013 - 2014**
Versión de la memoria:	**Versión VA1**
Curso de entrada en vigor:	**2016 - 2017**

1. Descripción del título

1.1. Datos básicos:

Nivel: Máster

Denominación corta:
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS / STRATEGIC COMMUNICATION & PUBLIC RELATIONS

Denominación específica:
Máster Universitario en GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS / MASTER OF SCIENCE (MSC) IN STRATEGIC COMMUNICATION & PUBLIC RELATIONS por la Universidad Pompeu Fabra y la UNIVERSITY OF STIRLING (UK STIRLIN01)(Reino Unido)

Título Conjunto: Internacional

Rama: Ciencias sociales y jurídicas

ISCED 1: 342. Marketing y publicidad

ISCED 2: 213. Técnicas audiovisuales y medios de comunicación

Habilita para profesión regulada: No

Condición de acceso para título profesional: No

Especialidades: No

1.2. Distribución de créditos en el Título:

Créditos totales: 90

Número de créditos en Prácticas Externas: 0

Número de créditos optativos:

Número de créditos obligatorios: 60

Número de créditos de Trabajo de Fin de Grado/Máster: 30

Número de créditos de Complementos Formativos: 0

1.3. Universidades y Centros en los que se imparte:

Universidad solicitante: Universitat Pompeu Fabra

Universidades participantes:
Universitat Pompeu Fabra
University of Stirling (Reino Unido)

Centro: Departamento de Comunicación

1.3.1. Datos asociados al Centro:

Tipos de enseñanza que se imparten en el centro: Presencial

Plazas de nuevo ingreso ofertadas:

Primer año de implantación: 30

Segundo año de implantación: 30

ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula:

	Tiempo completo		**Tiempo parcial**	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
Primer curso	90	90	30	45
Resto de	5	60	5	75

cursos				

Normas de permanencia:
Enlace: http://www.stir.ac.uk/media/services/registry/regulations/TPG%20regs%202015-16%20final.pdf
Dado que la presente propuesta es un título conjunto con la Universidad de Stirling, se seguirán las normas de permanencia de la Universidad coordinadora:
Lenguas en las que se imparte: Inglés

Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y periodo lectivo y, en su caso, normas de permanencia:
El alumno debe matricular todos los créditos del Máster (90 ECTS).
Dado que la presente propuesta es un título conjunto con la Universidad de Stirling, se seguirán las normas de matrícula de la Universidad coordinadora.

El alumno debe matricular todos los créditos del Máster (90 ECTS). La duración de los estudios a tiempo completo es de 12 meses. Los estudiantes cursarán el primer cuatrimestre del programa en Stirling (30 ECTS) y el segundo cuatrimestre en la UPF (30ECTS), y elegirán realizar el Trabajo Final de Máster (30 ECTS) ya sea en Stirling o bien en la UPF. Los estudiantes podrán presentar el Trabajo Final de Máster al finalizar el tercer cuatrimestre y dispondrán de un plazo hasta finales de diciembre.

Necesidades educativas especiales: Tanto en el supuesto de dedicación parcial como en el de dedicación a tiempo completo, la Universitat Pompeu Fabra tiene prevista la adaptación curricular de los estudiantes con necesidades educativas especiales, en aquellas situaciones de un grado de discapacidad igual o superior al 33%. Las características de la adaptación son las siguientes:
- La adaptación curricular no superará el 15% del número total de créditos de la titulación.
- Las adaptaciones curriculares mantendrán competencias y contenidos equiparables a las no cursadas.
- El estudiante deberá superar la totalidad del número de créditos previstos para la obtención del título.

Cada adaptación será propuesta por la Comisión responsable de cada estudio atendiendo a las situaciones específicas de los estudiantes. La aprobación corresponderá a un órgano central de la Universidad

1.3. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al Título de acuerdo con la normativa vigente.

Orientación: Investigación

Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias sociales y jurídicas

Naturaleza de la institución que ha conferido el Título: Pública

Naturaleza del centro universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios: Centre Universitario Público.

Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título: El presente título no capacita para ninguna profesión regulada por ley.

Lengua(s) utilizadas a lo largo del proceso formativo: Inglés

2. Justificación

Modificaciones introducidas en la presente versión solicitada a AQU en marzo 2016:

1. En el apartado 4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión:
    - Se elimina la condición de tener una nota equivalente a "notable" en una licenciatura o grado universitario para acceder al máster.
    - Se modifica la redacción del requisito de acreditación de lengua inglesa de modo que se hace referencia a la "RESOLUCIÓ ECO/1134/2015, de 13 de maig, per la qual es dóna publicitat a l'Acord de la Junta del Consell Interuniversitari de Catalunya sobre el reconeixement de certificats i títols acreditatius de la competència en llengües estrangeres" para las establecer las equivalencias.
    - Se elimina los mecanismos de nivelación (que no eran complementos formativos sino una prueba de garantía de nivel para los estudiantes) para aquellos estudiantes que no tengan una titulación del ámbito de la comunicación:

        Asimismo, aquellos estudiantes que no posean un Grado o Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo o Comunicación Audiovisual, deberán acreditar unos conocimientos con el fin de garantizar una nivelación homogénea entre todos los matrículados en el Máster. Estos conocimientos se acreditarán previamente al inicio del segunto cuadrimestre. El director del Máster hará constar la adquisición de dichos conocimientos. Los mecanismos conducentes a la obtención de estos conocimientos de homogeneización se describen el punto 5 de esta memoria.

    Esta razón se debe a que los estudiantes que cursan el segundo trimestre en la Universidad Pompeu Fabra adquieren previamente los conocimientos necesarios en Publicidad en la Universidad de Stirling en particular en el módulo de *Public Relations and Public Communication Theories.*

2. En el apartado 5, Planificación de las enseñanzas, se elimina la referencia a la prueba de nivelación de conocimientos por lo que se acaba de explicar en el párrafo superior.
3. Se actualizan textos institucionales y normativas académicas respecto de la última versión presentada a AQU en 30/03/2015 de cara a la futura acreditación del título en noviembre 2016.

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

El Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación (*MSc in Strategic Public Relations and Communication Management*), impartido conjuntamente por la Universidad Pompeu Fabra y la Universidad de Stirling (Reino Unido), está orientado a la investigación. Ofrece a sus estudiantes las competencias necesarias para investigar o gestionar la dirección de

organizaciones de todos los sectores y tamaños, en especial las relaciones con los grupos de interés, los medios de comunicación y la gestión de la agenda pública, y prepara a los titulados para seguir una carrera profesional o de investigación en el campo de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación, con vistas a una carrera internacional.

La **Universidad coordinadora es la Universidad de Stirling,** de acuerdo con el convenio de colaboración firmado al efecto. Este máster llena un espacio vacante en la actual oferta de postrado de las Universidades catalanas, ya que ofrece estudiar este campo desde una perspectiva internacional e intercultural, a partir de una visión estratégica e interdisciplinaria y, sobre todo, con un currículo internacional. Además, es una oportunidad para avanzar en los objetivos estratégicos del departamento y de la Universidad; está impartido exclusivamente en inglés y es el primero del Departamento de Comunicación de nuestra Universidad producto de un convenio bilateral con una universidad extranjera. La oferta de una doble titulación intereuropea y en inglés responde a la voluntad de internacionalización de la Universidad Pompeu Fabra. La práctica de las relaciones públicas y de la gestión de comunicación en contextos internacionales cobra cada vez más importancia, y este máster se adapta a esta demanda, ya que permite atraer a los mejores estudiantes para seguir una carrera docente e investigadora en la Universidad. El actual progreso de globalización y de revolución mediática ha creado una fuerte demanda por parte de las empresas de profesionales con un perfil internacional. Cabe destacar que, en el actual contexto de recesión económica, este máster permite que los futuros investigadores en la gestión de la comunicación y de las relaciones públicas tengan una movilidad internacional alta. Con ello, podrán optar tanto a buenas ofertas de trabajo tanto aquí como en otros países. Este Máster permite explotar el capital intelectual generado por la actividad investigadora del Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra y del *Department of Film, Media and Jornalism* de la Universidad de Stirling. Así, la gestión de la comunicación y de las relaciones públicas son líneas de investigación prioritarias en la Universidad Pompeu Fabra, en relación con las cuales cabe destacar la línea de investigación *Comunicación y Grupos de Influencia* y *Comunicación e Interculturalidad* y el Grupo de Investigación UNICA. Entre los campos prioritarios para el departamento de la Universidad de Stirling destacan el estudio de los *Medios y las identidades culturales* y la investigación en *Cultura promocional y relaciones públicas.* Por ello, se añade al interés social del título el atractivo académico del máster.

Encaje del Máster en el contexto catalán

La investigación en relaciones públicas tiene en Cataluña un recorrido histórico singular si lo comparamos con el resto de Comunidades Autónomas. De hecho, en 1967 fue creada la Escuela Superior de Relaciones Públicas, adscrita a la Universidad de Barcelona, que se convirtió en el primer centro universitario de Europa en ofrecer estudios oficiales en relaciones públicas. No fue hasta unos años más tarde que se implantaron los estudios —entonces de Licenciatura— en Publicidad, primero, y en Relaciones Públicas, después.

Asimismo, la Universidad de Girona adscribió en el año 2000 la Escola Superior de Relacions Públiques de Girona, antigua delegación de la de Barcelona y que desde 1981, mucho antes de la creación de la Universidad de Girona, ofrecía los estudios universitarios de Técnico en Relaciones Públicas y Graduado Superior en Relaciones Públicas.
También ha sido a partir de la década de 2000 en que se ha producido el desarrollo de la investigación en relaciones públicas y comunicación estratégica. Una investigación liderada por los investigadores catalanes.
Si tomamos como referente los artículos publicados desde 2005 fecha en la que sólo habían publicado dos autores españoles en *Public Relations Review* —que en aquel año era la única revista del campo de las relaciones públicas indexada en el *Social Sciences Report* del ISI— hasta hoy, los datos de la investigación en relaciones públicas que se lleva a cabo en Cataluña son muy significativos. De los 11 investigadores que han publicado artículos, 9 son de universidades catalanas y sólo dos del resto de España. La lista de investigadores de universidades catalanas con la indicación del número de artículos publicados en es la siguiente *Public Relations Review* es la siguiente:

- Dr. Jordi Xifra (Universidad Pompeu Fabra): 14 artículos
- Dra. Assumpció Huertas (Universidad Rovira i Virgili): 3 artículos
- Dr. Ramon Girona (Universidad de Girona): 3 artículos
- Dr. Paul Capriotti (Universidad Rovira i Virgili): 3 artículos
- Dr. José Fernández Cavia (Universidad Pompeu Fabra): 1 artículo
- Dra. Kathy Matilla (Universidad Ramon Llull): 1 artículo
- Sr. Guillem Marca (Universidad de Vic): 1 artículo
- Sr. Enric Ordeix (Universidad Ramon Llull): 1 artículo
- Sr. Francesc Grau (Universidad de Girona): 1 artículo

Asimismo, el Dr. Jordi Xifra, de la UPF, es el único investigador español que ha publicado un artículo en el *Journal of Public Relations Research*, segunda revista indexada en ISI y que actualmente forma parte del segundo cuartil. Además de ser también el único miembro español en el consejo editorial de esta revista, el Dr. Xifra es el investigador con la mayor producció científica de calidad en relaciones públicas a nivel mundial (20 artículos ISI sobre la materia, en 5 publicaciones distintas, desde 2006 hasta ahora). El Dr. Xifra también es co-director de la revsita académica *Public Relations Inquiry*, editada por Sage Publications.
Finalmente, el interés de los investigadores catalanes por la gestión de la comunicación se ha visto reflejada en la Universidad Rovira i Virgili con las investigaciones llevadas a cabo por el Grup d'Investigació en Comunicació (Asterisc), y en especial las relativas a la comunicación de riesgo y crisis (con un Máster al respecto como se indicará más adelante). Asimismo, auspicia y getsiona junto con REPSOL la Cátedra de Excelencia en Comunicación.
Este entorno investigador catalán, el Máster que proponemos viene a cubrir la necesidad de unos estudios universitarios de postgrado sobre un ámbito de conocimiento en el que Cataluña destaca por encima de otras Comunidades Autónomas. A través de este Máster se puede consolidar la formación de investigadores predoctorales en el campo, al tiempo que supone una oportunidad para atraer posibles doctorandos de otros países.

Por otro lado, nos encontramos con una realidad: la escasez de Masters especializados en gestión de las relaciones públicas, cuando todas las universidades catalanas disponen de un grado en Publicidad y Relaciones Públicas o, como es el caso de la Universitat Oberta de Catalunya, un grado en Comunicación con un itinerario en comunicación corporativa y relaciones públicas.

La orientación investigadora del Máster

Este Máster cubrirá una demanda social de conocimiento muy importante. El interés de los estudiantes de grado por realizar el Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación radica no sólo en que da acceso al Doctorado en Comunicación Social, sino también en que los preparará como investigadores en relaciones públicas y comunicación estratégica.
Nadie puede poner en entredicho la importancia de la comunicación estratégica en la sociedad del siglo XXI. Es muy significativo que la sociedad actual haya recibido el nombre de "sociedad de la información". Nuevas realidades sociales, nuevas tecnologías, nuevas formas de comunicación, nuevas pantallas y nuevos modelos comunicativos requieren un análisis y una creación de conocimiento que permita a la sociedad civil y a las instituciones públicas no sólo comprender estas nuevas realidades, sino asimismo la posibilidad de dar respuesta a los retos que plantean. La investigación y la transferencia del conocimiento en comunicación estratégica es cada vez más grande en nuestra sociedad. En el Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación se da respuesta a alguno de los campos de investigación con una mayor demanda. Entre estos podemos destacar todos los relacionados con las relaciones públicas, disciplina relacionada inexcusablemente con los medios de comunicación y con la investigación comunicativa. La sociedad actual es una sociedad mediada, porque en ella desempeñan un rol socialmente crucial (estructurante, diríamos) los medios de comunicación. Si la actividad profesional de las relaciones públicas ha acabado convirtiéndose en la principal fuente de información de los medios de comunicación (lo que ha comportado la crisis del periodismo de investigación), entonces es incuestionable la función social de las relaciones públicas y su idoneidad como objeto de estudio y de investigación en el ámbito universitario. Si hasta ahora las relaciones públicas limitaban su presencia en el ámbito universitario a los Grados, ahora, por primera vez, se plantea la posibilidad de que constituyan un ámbito privilegiado de investigación internacional. Otro ámbito que requiere una investigación permanente es el constituido por los nuevos modelos comunicativos en Internet. En esta línea, la interactividad de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC) puede convertirse en uno de los ámbitos de investigación más importantes del futuro. Otro campo de investigación muy reciente y con una gran demanda son las relaciones institucionales. Las relaciones de la sociedad civil con los poderes públicos plantean un campo de estudio privilegiado y necesario para dar respuestas a los varios problemas comunicativos que se dan en nuestras sociedades. La gestión de las relaciones con los medios es un objeto de estudio que, en la sociedad de la información, tiene una centralidad evidente. Cada día son más

necesarios analistas de este tipo de comunicación, pues, como hemos indicado, es en las relaciones del sector privado y público con los representantes de los medios informativos donde se construye la mayoría de la realidad social que consume la opinión pública.
Las manifestaciones comunicativas de la política han sido uno de los objetos de estudio históricos en la investigación de la comunicación y, ahora más que nunca, en las sociedades democráticas, son un conocimiento con una demanda creciente. Los grandes retos de la investigación en comunicación estratégica son también tenidos en cuenta en el contenido de este Máster. Cómo se podrá ver en su estructura, no se estudian medios de comunicación, sino ámbitos. Para saber interpretar la naturaleza y el alcance de la nueva sociedad de la información se tiene que pasar de la investigación de los medios de comunicación a la investigación de la sociedad de la información. Una visión más holística permitirá analizar con más detalle los cambios en nuestro ecosistema comunicativo. Además, las sinergias comunicativas que se pueden observar en nuestra sociedad hacen necesarias aproximaciones pluridisciplinarias, que constituyen una de las apuestas estratégicas de este Máster. Como no podía ser de otra manera, atendida su naturaleza internacional, el Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación plantea ámbitos con una trascendencia transnacional, lo cual reforzará todavía más su dimensión internacional. En definitiva, la importante demanda de conocimiento en relaciones públicas y comunicación estratégica, de investigación y de transferencia de este conocimiento, en nuestra sociedad, resulta difícilmente discutible.

El Máster en el marco del Campus de la Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra

Este Máster se inserta en la dinámica del Campus de la Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra, que otorga a los estudios de comunicación una especificidad muy importante, y que se ubica en el distrito barcelonés 22@ (http://www.22barcelona.com/index.php?lang=es), conocido como el “distrito de la innovación” y sede de la mayoría de las compañías y administraciones dedicadas a la comunicación y a innovación tecnológica (RTVE, Consejo Audiovisual de Cataluña, Mediapro, RBA Ediciones, etc). El Campus de la Comunicación es un proyecto para hacer confluir en un mismo campus los principales ámbitos de docencia y de investigación vinculados a la comunicación, desde la triple perspectiva de la tecnología, los contenidos y el lenguaje. La integración de estos tres ámbitos, que este Máster recoge en su plan de estudios, convierte el Campus de la Comunicación en pionero. El Campus de la Comunicación quiere fortalecer la oferta formativa tanto desde la innovación como de la capacidad de adaptación a las nuevas realidades comunicativas. Desde el punto de la investigación y la transferencia de conocimiento, el nuevo Campus es una oportunidad para potenciar las líneas de investigación y para generar un espacio propio para las líneas de investigación más especializadas y de carácter estratégico, que serán clave en el futuro debido a las políticas científicas y las necesidades sociales de conocimiento. El Campus de la Comunicación tiene como objetivos estratégicos hacer de los estudios de posgrado y de doctorado el eje central de confluencia científica y académica, puesto que es el ámbito más idóneo para

fomentar la transversalidad y extenderla al resto de actividades científicas y académicas. Esta confluencia permitirá una oferta interdisciplinaria que complemente la oferta específica de las diferentes disciplinas, como se hace en el Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación. El Campus de la Comunicación quiere asegurar una oferta de másters de investigación, como es este Máster, plenamente vinculados a las principales líneas de investigación y de innovación presentes en la Universidad Pompeu Fabra, en el campo de la investigación de la comunicación. Desde esta perspectiva, el Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación cubre una laguna importante existente. En efecto, mientras los estudios de Grado de Periodismo y los de Comunicación Audiovisual tienen su correspondiente prolongación formativa en el Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Social y en el Máster de Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos, los estudios de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas carecen de una formación de posgrado que fomente la investigación en este ámbito para aquellos graduados que quieren prolongar sus estudios o iniciar una carrera investigadora en el ámbito de la comunicación estratégica, es decir, de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. En relación con la investigación y la transferencia de conocimiento, el Campus de la Comunicación tiene como objetivos estratégicos impulsar la investigación en aquellos ámbitos de mayor proyección futura y asegurar un adecuado enlace y equilibrio productivo con la investigación aplicada.
El Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación se inscribe en estos objetivos estratégicos. Define ámbitos de especial interés en investigación y transferencia de conocimiento: contextos sociales, económicos y políticos; planificación estratégica; diplomacia pública; relaciones institucionales; políticas, y nuevas tecnologías. Con estos ámbitos se recogen, por un lado, campos de investigación de una larga tradición en la investigación de la comunicación y, por otro lado, nuevos ámbitos con una gran demanda de conocimiento en la sociedad actual. Estos ámbitos de investigación hacen referencia al capital intelectual del Departamento de Comunicación, principalmente, y también de diferentes áreas de la Universidad Pompeu Fabra. Entre ellas están el área de Comunicación Lingüística y mediación Multilingüe, el área de Política y Sociedad, y el área de Tecnologías de la Información, la Comunicación y los Medios audiovisuales. La interdisciplinariedad y la transversalidad del conocimiento es un otra de las características del Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación. Se promueve la sinergia y la permeabilidad entre grupos, que es a la vez uno de los objetivos estratégicos del Campus de la Comunicación, para superar una fragmentación excesiva de la investigación y facilitar la confluencia de culturas, tipos y estructuras de investigación diferentes que conforman el conjunto del Campus. Desde las instituciones públicas hasta la sociedad civil hay una serie de temas relacionados con las relaciones públicas y la gestión de comunicación que, por la carencia de investigaciones precedentes o por la necesidad permanente de nuevas investigaciones, son objeto de demanda de conocimiento. La justificación de este Máster se basa en esta demanda y en el capital intelectual existente en la Universidad Pompeu Fabra, así como en la posibilidad de aprovechar la potencialidad del Campus de la Comunicación y de su entorno.

Oportunidad

La oportunidad del Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación, que es un máster de iniciación a la investigación, se fundamenta en los siguientes principios:
En primer lugar, trata de un campo de investigación, la comunicación estratégica y las relaciones públicas, de una importancia capital en nuestra sociedad y en el resto del mundo. En este contexto histórico hay una necesidad cada vez más grande de investigación sobre la dimensión estratégica de la comunicación. La globalización y el aumento de la complejidad en el mundo de la comunicación hacen necesarios unos estudios de posgrado para poder responder a los retos actuales y futuros.
En segundo lugar, esta complejidad en el análisis de la comunicación estratégica, como parte de la comunicación social y fruto de la nuevas tecnologías de la comunicación y la información y de las nuevas realidades comunicativas, no encuentra respuesta en los estudios de grado en comunicación, ni con otras especialidades, dado que el objetivo de este es la capacitación práctica para ejercer una profesión y no para llevar a cabo investigación compleja. Esta poca preparación para la investigación de los estudios de grado no es una singularidad de nuestro país. A nivel internacional esta carencia es muy patente, en especial en muchos países de Latinoamérica y Europa. El Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación se puede convertir, en este sentido, en un referente internacional para cubrir este vacío de conocimiento. Si bien es cierto que en Europa ya existe este Máster en la Universidad Striling, con la que ahora lo pretendemos ofrecer conjuntamente, en España estos másters no existen, ni de comunicaciones estratégicas ni dirigidas a la investigación. El sello diferencial del Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación es la apuesta internacional, siendo el primero Máster internacional bilateral de la Universidad Pompeu Fabra. Otro hecho diferencial es otra apuesta: la de formar especialistas en investigación básica y aplicada en el campo de la comunicación estratégica.
En tercer lugar, el Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación se dirige también a aquellos estudiantes que quieren dedicarse a la investigación y la docencia universitaria, y que desean, una vez obtenido el grado, iniciar su carrera académica.
El Máster en Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación da paso, una vez el estudiante haya logrado los 330 créditos de grado y posgrado (240+90), al Doctorado en Comunicación social. Pero también otorga la oportunidad a aquellos estudiantes de los grados de comunicación, principalmente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, que se den cuenta de que su vocación no es la de ejercer como periodista, publicitario, relaciones públicas o trabajar en el mundo del marketing, puedan hacer el máster para formarse en la investigación en comunicación y, eventualmente, cursando 90 créditos, acceder al Doctorado en Comunicación Social.

Previsión de la demanda y potencialidad del entorno productivo

Este Máster constituye la prolongación natural a escala de posgrado de los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, ofreciendo la posibilidad, hasta ahora inexistente, a los estudiantes de este Grado de poder tener una formación de posgrado acorde con los contenidos del Grado.

Tampoco afecta su implantación a otros estudios preexistentes, pues es el primero en su especialidad. Los estudios de grado en Publicidad y Relaciones Públicas son unos estudios de alta demanda. En estos últimos años, la demanda de estudios universitarios por parte de los estudiantes se está transformando. Algunas especialidades con larga tradición están bajando en el porcentaje de la demanda, mientras que otras, más conectadas a las necesidades sociales, están incrementando este porcentaje. Éste es el caso de los estudios de Comunicación en general y también, específicamente, de los estudios de Publicidad y de Relaciones Públicas, estudios a los que no afecta el descenso general de las peticiones para cursar estudios universitarios provocados por la nueva realidad demográfica. El alto nivel de expectativas que generan entre los estudiantes los Estudios de Publicidad y Relaciones Públicas queda demostrado por el hecho que la nota de corte obtenida en la preinscripción del curso 2010-2011 fue de 10,72. Esta nota es la tercera más alta en Cataluña de estudios de ciencias sociales. Respecto de los estudiantes que terminan sus estudios y que son un potencial de acceso al Máster que proponemos, en este curso 2010-2011 están matriculados 84 estudiantes en el 3r curso del Grado. Teniendo en cuenta que la tasa de abandono de estos estudios se encuentra en torno al 95% (94,6% para el curso 2009-2010), el potencial de estudiantes que podrían acceder el Máster es de 90, si se tienen en cuenta sólo aquellos procedentes de la Universidad Pompeu Fabra.
El hecho de que el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se ofrezca en todas las universidades públicas y privadas de Cataluña, excepto en la Universidad de Lérida, justifica, como mínimo en términos territoriales, la idoneidad de la oferta. Esta alta demanda universitaria de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas es un reflejo del desarrollo de esta actividad profesional. La Publicidad y las Relaciones Públicas se han convertido en actividades fundamentales en nuestras sociedades desarrolladas. La economía de mercado, el sistema político democrático y los sistemas de comunicación de masas hacen de la comunicación empresarial e institucional, la propaganda política y las relaciones públicas actividades básicas de estas sociedades. Los sistemas sociales, económicos y políticos basados en la competencia provocan, inevitablemente, la circulación de discursos persuasivos, y estos discursos y sus estrategias son generados actualmente dentro del ámbito general de la práctica de la comunicación estratégica y de las relaciones públicas. Por otra parte, se debe tener en cuenta la relevancia de la comunicación estratégica y las relaciones públicas en la creación y difusión de valores culturales y en la construcción de identidades individuales y colectivas. Asimismo, se ha de considerar la importancia creciente de la comunicación estratégica y las relaciones públicas en las economías desarrolladas. De hecho, la producción material de productos, como se demuestra con el fenómeno de la “deslocalización” de esta producción, es cada vez menos un elemento diferencial de las economías más desarrolladas; por el contrario, estas economías se caracterizan, cada vez más, por la capacidad de investigación y innovación y por su potencial en marketing y comunicación estratégica como factores fundamentales en la creación del valor añadido mediante la construcción de marcas y la creación de imágenes de marca, productos, servicios, corporaciones y instituciones. Las relaciones públicas y la comunicación estratégica constituyen un sector económico extraordinariamente importante en Cataluña y en España. De hecho, las empresas del sector –

agencias de comunicación, empresas de marketing directo, empresas de marketing promocional, gabinetes de comunicación y relaciones públicas y empresas de consultoría de marcas suponen un sector con un peso específico de primera magnitud en el marco económico y social del sector de la comunicación en Cataluña. Con todo, esta importancia en Cataluña y España no es sólo cuantitativa, sino también cualitativa. Esta realidad configura un sector económico que, por encima de las coyunturas, está en expansión y es cada vez más estratégico en el marco de las economías más desarrolladas, sector que requiere profesionales con una formación de alto nivel en la que se incorporan conocimientos propios de las áreas psicosociales, económicas, comunicativas, técnicas y estéticas.
Dado que los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas son de reciente creación en la Universidad Pompeu Fabra, no se dispone de datos sobre el nivel de inserción laboral de nuestros estudiantes una vez acabada la carrera. Sin embargo, la inserción laboral de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas dentro del sector profesional es elevada. Como dato de ejemplo, expondremos el único recogido en el *Libro Blanco de títulos de grado en Ciencias de la Comunicación* donde se indica que en el año 2000 "el 82,4% de los licenciados declaró estar trabajando en el sector" (datos facilitados por la Universidad Autónoma de Barcelona). Aunque en estos momentos de crisis global quizás estos datos serán menos positivos, dada la expansión que ha experimentado el sector de la comunicación estratégica y las relaciones públicas en los últimos años, las perspectivas son, una vez que mejore la coyuntura económica, halagüeñas. Independientemente de ello, el auge experimentado convierte al sector en un objeto de estudio de relevancia fundamental en el desarrollo de la investigación en comunicación. Una investigación que en el Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra se articula a través los siguientes grupos de investigación, de los que se detallan a continuación las principales líneas de investigación:

<u>Grupo UNICA (Unidad de Investigación en Comunicación Audiovisual)</u>
- Comunicación y grupos de influencia
- Contenidos de calidad
- Web semántica y sistemas de información documental
- Comunicación y Educación
- Comunicación Política y propaganda política
- Producción audiovisual y los discursos mediáticos
- Periodismo especializado
- Comunicación, identidad e interculturalidad
- Los discursos publicitarios y sus efectos

<u>Grupo GRP (Grupo de Investigación en Periodismo)</u>
- Ética del periodismo
- Diseño periodístico
- Historia del periodismo
- Periodismo científico
- Periodística

<u>Grupo en Documentación Digital (DIGIDOC)</u>

• Sistemas de Recuperación de Información: análisis y situación actual
• Arquitectura de la Información en sitios web dedicados a la enseñanza y a la representación del conocimiento
• Estado de la investigación en comunicación en Cataluña
• Análisis de sitios web audiovisuales

Grupo CINE (Colectivo de Investigación Estética de los Medios Audiovisuales)
• Tendencias estéticas del audiovisual contemporáneo
• Modelos dramatúrgicos y de puesta en escena en la historia del cine
• Hermenéutica de la obra cinematográfica y audiovisual
• Los géneros cinematográficos y audiovisuales
• Nuevos formatos audiovisuales contemporáneos
• Mutaciones tecnológicas del audiovisual contemporáneo
• El paisaje europeo contemporáneo

En el ámbito de las relaciones públicas y la comunicación estratégica, es el grupo UNICA el que incorpora a investigadores en la materia. Desde esta perspectiva, en lo referente a la **transferencia de conocimiento**, las principales publicaciones de los miembros del grupo UNICA en los últimos 5 años son:

1. Wilcox, D. L.; Cameron, G. T., & Xifra, J. (2012). *Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas*. Madrid: Prentice-Hall. 10ª edición.

2. Xifra, J. (2012). Sex, lies, and post-trial publicity: The reputation repair strategies of Dominique Strauss-Kahn. *Public Relations Review*, 38(3), 477-483.

3. Xifra, J. (2012). The influence of democracy in the practice of public relations in Spain. *Anagramas, Rumbos y Sentidos de la Comunicacion*, 19, 69-97.

4. Xifra, J. (2012). The engineering commitment: the role of public relations in managing internal communication. A Gisela Gonçalves (ed.), *The dialogue imperative trends and challenges in strategic and organizational communication* (pp. 7-17). Covilhã (Portugal): LIVROS LabCom.

5. Ponsa, F. & Xifra, J. (2012). *Guia de think tanks a Catalunya*. Barcelona: Sehen.

6. Xifra, J. (2012). New media and public diplomacy in network society: Applying Manuel Castells' sociology to public relations. A Sandra C. Duhé (ed.), *New media and public relations*. Nova York: Peter Lang (2a edició).

7. Xifra, J. & Girona, R. (2012). Frank Capra's Why We Fight and film documentary discourse in public relations. *Public Relations Review*, 38(1), 40-45

8. Bas, J.J.; Segovia, A.I.; Llorens, C.; Almiron, N.; Grau, H.P. & Suárez Candel, R. (2011). Communication Policies and the Protection of

Pluralism in the European Union and the United States. *Comunicación y Sociedad*, vol. 24(2), 41-75.

9. Grau, F. & Xifra, J. (2011). Zyncro: la intranet 2.0. *El profesional de la información*, 20(2), 214-218.

10. Ruiz Collantes, Xavier ; Obradors, Matilde; Pujadas, Eva; Ferrés, Joan; Pérez, Óliver (2011). Qualitative-quantitative analysis of narrative structures: The narrative roles of immigrants in Spanish television series. *Semiotica - Journal of the International Association for Semiotic Studies*, 184, 99-121.

11. Xifra, J. (2011). Subsidios informativos y función documental de las salas de prensa online de los ministerios españoles. *El profesional de la información*, 20(3), 270-276.

12. Xifra, J. (2011). Americanization, Globalization, or Modernization of Electoral Campaigns? Testing the Situation in Spain. American Behavioral Scientist; 55(6), 667-682.

13. Xifra, J. (2011). *Manual de relaciones públicas e institucionales*. Madrid: Tecnos.

14. Girona, R. & Xifra, J. (2010). From the "strategy of truth" to the "weapon of truth": The Government Information Manual for the Motion Picture Industry, 1942. *Public Relations Review*, 36(3), 306-310.

15. Ordeix, E. & Xifra, J. (2010). CSR and reputation management in late modernity: A case study of the role of public relations in times of financial crises. A R.A. Oglesby, P.H. Leblanc & M.G. Adams (eds.), *Global Business Perspectives 2010* (pp. 271-277). Beltsville, MD: International Academy of Business Disciplines.

16. Pastor, L. & Xifra, J. (2010). La dramatización radiofónica de contenidos educativos: una experiencia universitaria. *Comunicar*, 35, 121-129.

17. Terricabras, J. M. & Xifra, J. (2010). *Retòrica, màrqueting d'idees i legitimació política*. Girona: Documenta.

18. Xifra, J. (2010). Relaciones públicas y nacionalismo: Una aproximación a la construcción nacional desde la perspectiva de las relaciones públicas. *Trípodos*, 26, 117-132.

19. Xifra, J. (2010). *Relaciones públicas, empresa y sociedad*. Barcelona: UOC.

20. Xifra, J. & Grau, F. (2010). Nanoblogging PR: The discourse on public relations in Twitter. *Public Relations Review*, 36(2), 170-174.

21. Xifra, J. (2010). Pasado, presente y futuro de la documentación en relaciones públicas: el Institute for Public Relations. *El profesional de la información*, 19(2), 189-193.

22. Xifra, J. (2010). Linkages Between Public Relations Models and Communication Managers' Roles in Spanish Political Parties. *Journal of Political Marketing*, 9: 3, 167-185.

23. Huertas, A. & Xifra, J. (2009). ¿Marcas o genéricos? La comunicación en línea de las marcas farmacéuticas. *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, 14(27), 251-270.

24. Jiménez, M. & San Eugenio, J. (2009). Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio. *Zer*, vol. 14(6), 277-298.

25. Jiménez, M. & de San Eugenio, J. (2009). La organización de eventos como estrategia identitaria y evocadora de imagen turística. Estudio de caso: Girona temps de flors. *Pasos*, vol 7, nº 1, 73-84.

26. Luzón, V.; Ramajo, N.; Figueras, M.; Capdevila, A.; Gómez, L.; Jiménez, M.; Ferrer, I. (2009). La imagen de los y las adolescentes en el prime time televisivo. Transmisión, consumo y recepción. Madrid: Instituto de la Mujer.

27. Matilla, K. & Xifra, J. (2009). Comunicación corporativa y relaciones públicas: un proyecto de aproximación universidad/profesión en Cataluña, en el contexto de integración al espacio europeo de enseñanza superior. *Razón y Palabra*, 70.

28. Ordeix, E. & Xifra, J. (2009).Linguistic analysis pattern for corporate social responsibility reports. A R.A. Oglesby & M.G. Adams (ed), *Business Research Yearbook: Global Business Perspectives*. Beltsville, MD: International Academy of Business Disciplines.

29. Palencia-Lefler, M. & Murillo, I. (2009). Utilización de la Nota de Prensa para comunicar Campañas Institucionales. *Questiones Publicitarias*, Monográfico Publicidad Institucional, 246-267.

30. Palencia-Lefler, M. & Arciniega, M. (2009).Communication Departments in Spanish Organizations.Congruities and Incongruities of a Management Model. *The Romanian Journal of Journalism and Communication*, any 4, nº 4, 67-74.

31. Palencia-Lefler, M., Arciniega, M. & Codina, M. (2009).The Social Responsibility in Spanish Energy Companies. Can altruism be lucrative? A R.A. Oglesby & M.G. Adams (eds.), *Business Research Yearbook 2009* (pp.286 291).BRY-IABD International Academy of Business Disciplines.

32. Palencia-Lefler, M. (2009). *90 Técnicas de Relaciones Públicas*. Barcelona: Editorial Profit.

33. Pont, C., Mauri, M., Obradors, M. & Fernández Cavia, J . (2009). Els partits en campanya: plantejaments, recursos i estratègies. A J. Pericot & A. Capdevila (eds.), L'espectre del tripartit. Girona: Documenta Universitaria.

34. Ruiz, X. Pujadas, E., Ferrés, J., Obradors, M., Pérez, O.; Gómez, L.; Casals, A. (2009). La construcción de la imagen pública de los organismos del Estado y la ciudadanía a través de las narraciones de la publicidad institucional televisiva. *Qüestiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y publicidad*, Monografías 3, 137-206.

35. Xifra, J. (2009). Building Sport Countries' Overseas Identity and Reputation: A Case Study of Public Paradiplomacy. *American Behavioral Scientist*, 53(4), 504-515.

36. Xifra, J. & Collell, M. R. (2009): Media relations in Catalonia: A cocreational approach. *Cuadernos de Información*, 25, 81-90.

37. Xifra, J. (2009). *Comunicación proactiva: la gestión de conflictos potenciales en las organizaciones*. Barcelona: Gedisa.

38. Xifra, J. (2009). *Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa*. Madrid: Pearson Educación.

39. Xifra, J. (2009). Journalists' assessments of public relations subsidies and contact preferences: Exploring the situation in Spain. *Public Relations Review*, 35(4), 426-428.

40. Xifra, J. & Ordeix, E. (2009). Managing reputational risk in an economic downturn: The case of Banco Santander. *Public Relations Review*, 35(4), 353-360.

41. Xifra, J. (2009). Catalan public diplomacy, soft power, and noopolitik: A public relations approach to Catalonia's governance. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 1(1), 67-85.

42. Xifra, J. (2009). *Els lobbies*. Barcelona: Editorial UOC.

43. Palencia-Lefler, M. (2008). Periodisme científic i relacions públiques. *Periodística*, nº 11, 95-110.

44. Palencia-Lefler, M. (2008). La incomunicación interna en la Universidad española. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 63, 277-286.

45. Palencia-Lefler, M. (2008). Comunicación corporativa: Memoria Anual versus Balance Social. *Zer*, vol. 13, nº 24, 363-384.

46. Xifra, J. (2008). *Los think tanks*. Barcelona: Editorial UOC. Traducció catalana: *Els think tanks*. Ed. UOC, colecció "Vull saber", 2008.

47. Xifra, J. (2008). Soccer, civil religion, and public relations: Devotionalpromotional communication and Barcelona Football Club. *Public Relations Review*, 34(2), p. 121-128.

48. Xifra, J., & Huertas, A. (2008). Blogging PR: An exploratory analysis of public relations weblogs. *Public Relations Review*, 34(2), p. 143-150.

49. Xifra, J. (2008). Modelos de las relaciones públicas políticas: Análisis de la situación en Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Socia*l, 63, p. 392 a 399.

50. Jiménez, M. (2007). *Manual d'Organització d'Esdeveniments. El Pla Estratègic de Gestió d'Esdeveniments com a eina d'imatge de marca.* Vic: Eumo Editorial.

51. Palencia-Lefler, M. (2007). Donación, mecenazgo y patrocinio como técnicas de relaciones públicas al servicio de la Responsabilidad Social Corporativa". *Anàlisi, Quaderns de Comunicació i Cultura*, nº 35, 153-170.

52. Palencia-Lefler, M. (2007).Prizes, economic aids and scholarshipsgrants as public relations techniques in the corporate social responsibility's service.A R.A. Oglesby & M.G. Adams (eds.), *Business Research Yearbook 2009* (pp.452-459).BRY-IABD International Academy of Business Disciplines.

53. Xifra, J. (2007). Undergraduate public relations education in Spain: Endangered species? *Public Relations Review*, 33(2), p. 206-213.

54. Xifra, J. (2007). *Relaciones públicas y creación de conocimiento en entornos museísticos virtuales*. Razón y Palabra (agosto/septiembre).

55. Xifra, J. (2007). *Técnicas de las relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC.

56. Xifra, J. (2007).Building relationships through interactivity: A cocreational model for museum public relations. A Sandra C. Duhé (ed.), *New media and public relations*. Nova York: Peter Lang.

57. Xifra, J., & Castillo, A. (2006). Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development. *Public Relations Review*, 32(3), p. 302-308.

58. Xifra, J. (2006). *Lucien Matrat y la consolidacion de las relaciones públicas en Europa.* Historia y Comunicacion Social, 11, p.229-240.

59. Xifra, J. (2006) *¿Es marketing todo lo que reluce? La pluralidad de perspectivas conceptuales de las relaciones publicas.* Analisi, Quaderns de Comunicacio i Cultura, 34, p. 141-161.

60. Xifra, J. (2006). *Relaciones públicas y diferenciación social: Paradigmas comunicativos y responsabilidad social.* Anagramas, Rumbos y Sentidos de la Comunicacion, 9, 101-120.

61. Xifra, J. (2006). *Pioneros e ignorados: La escuela de París y la doctrina europea de las relaciones públicas.* Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación, 15, p. 449-460.

62. Wilcox, D. L.; Cameron, G. T., & Xifra, J. (2006). *Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas*. Madrid: Prentice-Hall.

63. Xifra, J. (2006). *Les relacions públiques*. Barcelona: Editorial UOC, colección "Vull saber". Traducció castellana: *Las relaciones públicas*. Ed. UOC, 2007.

64. Xifra, J. (2005). *La gestión de conflictos potenciales como estrategia de comunicación corporativa: El caso Microsoft.* Zer, Revista de Estudios de Comunicación, 18, p. 67-81.

En cuanto a los **principales proyectos de I+D+I** obtenidos en convocatorias competitivas, destacamos los siguientes:

- Primer proyecto de investigación I+D del grupo, financiado por la DGCYT. Título del proyecto: "El formato y la agenda temática de los noticiarios televisivos en España". Investigador principal: Dr. Josep Gifreu.
-Segundo proyecto de investigación I+D del grupo, financiado por la DGES. Título del proyecto: "La identidad de España a través de los noticiarios televisivos, entre el Estado autonómico y la Unión Europea". Investigador principal: Dr. Enric Saperas.
-Tercer proyecto de investigación I+D del grupo, financiado por el MCYT. Título del proyecto: "La televisión y la construcción de una imagen pública de la inmigración en España". Investigador principal: Dr. Josep Gifreu.
-Cuarto proyecto de investigación I+D del grupo, financiado por el MCYT. Título del proyecto: "Estrategias de la comunicación social de los organismos del Estado a través de la publicidad institucional". Investigador principal: Dr. Xavier Ruiz Collantes.
- Proyecto de investigación: Nuevas estrategias de publicidad y promoción de las marcas turísticas españolas en la web. Financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Investigador principal: José Fernández Cavia.
- Proyecto de investigación: Comunicación online de los destinos turísticos. Desarrollo de un instrumento de evaluación integrada de la eficacia: sitios web, dispositivos móviles y redes. Financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Investigador principal: José Fernández Cavia.
- Proyecto de investigación: La influencia de los think tanks en el discurso hegemónico de la prensa sobre la crisis económica. Financiado por el Ministerio de Economía Y Competitividad (ECO2012-34490). Investigador principal: Dr. Jordi Xifra.
- Proyecto de Investigación: Propuesta de definición de indicadores de la calidad televisiva. Financiado por el Consejo Audiovisual de Cataluña. Investigadora Principal: Dra. Eva Pujadas

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

Aunque la existencia de referentes internacionales del Máster en Gestión de la Comunicación y Relaciones Públicas, orientado a la investigación, es escasa, existen algunos referentes que conviene mencionar, señalando su alcance a la hora de diseñar estos estudios.

Referentes nacionales

En España, el referente más próximo es el Máster Universitario Europeo en Relaciones Públicas. MARPE por la Universidad CEU Cardenal Herrera y el Instituto Superior de Novas Profissoes de Portugal (http://www.uchceu.es/estudios/posgrado/máster_universitario_marpe.aspx).
Se trata de un máster de la red MARPE, en la que también participa la Universidad de Stirling. La red organiza el Máster in European Public Relations. MARPE se estableció con el apoyo de la Comisión Europea a través del Programa Erasmus. MARPE tiene diversas líneas lingüísticas. Cada línea desarrolla el Máster en dos países diferentes, en dos semestres en cada país, en el mismo idioma. De esta forma existe una línea inglesa, tradicionalmente desarrollada por Gran Bretaña y Holanda y ahora desarrollada por Gran Bretaña y Suecia, y una línea francesa.

Este programa ha sido nuestro principal referente.

Existen otros masters referidos directa o indirectamente a la comunicación:

Universitat Ramón Llull: M.A. Strategic Management in Global Communication (incluye Comunicación Estratégica)
http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?idf=4&id=2916&alias=fcc.masters-postgraus.internacional-gestio-estrategica-comunicacio-global&lang=_en

Universitat Rovira i Virgili: M.A Strategic Communication and the Risk Society: http://www.urv.cat/masters_oficials/en_comunicacio_estrategica_12-13.html

Ambos estudios se han tenido en cuenta únicamente a la hora de verificar los contenidos ofrecidos. El de la Universidad Ramon Llull ofrece una aproximación global al fenómeno y se centra en aspectos de comunicación internacional. En cambio, el de la URV es más acorde con la titulación que proponemos, con excepción de su focalización en la comunicación de riesgos y crisis.

Otro referente que no se ha tenido en cuenta es el de la Universidad de Málaga: Máster Universitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación, que se centra mayormente en las estrategias de la publicidad.

Por consiguiente, la aportación de nuesto Máster en relación a los referentes nacionales distintos del MARPE es nuestra mayor focalización al campo de las relaciones públicas.

Estados Unidos y mundo anglosajón

Consideramos que, además del modelo del MAPRE, nuestros modelos están fundamentalmente en las universidades anglosajonas, en concreto, las del Reino Unido y los Estados Unidos de América. De esta manera, nuestros principales referentes externos son los siguientes Masters:

M.A. Science in Strategic Communication de la University of Columbia de Nueva York, School of Journalism (http://ce.columbia.edu/files/ce/Stratcomm_brochure.pdf), en lo que se refiere a los estudios específicos en relaciones públicas. Este Máster ofrece una dimensión estratégica de la cual nos inspiramos, ya que dota de dicha dimensión a aspectos que otros masters contemplan como meras técnicas o tácticas, como ocurre, con la redacción estratégica o la comunicación digital. Asimismo, incluye investigación.

El Master of Professional Studies in Public Relations and Corporate Communication de la Georgetown University, Washington D.C.: (http://scs.georgetown.edu/programs/70/master-of-professional-studies-in-public-relations-and-corporate-communications), que ofrece una amplia visión de las relaciones públicas en sectores especializados, por lo que nos ha interesado esta aproximación aplicada al tiempo que se focaliza en las relaciones públicas como parte fundamental de la comunicación estratégica.

Master of Professional Studies in Public Relations and Corporate Communication de la Georgetown University, Washington D.C.: http://scs.georgetown.edu/programs/70/master-of-professional-studies-in-public-relations-and-corporate-communications

Otros referentes anglosajones:

M.A. in Strategic Communication de la School of Journalism and Mass Communication de la Universidad de MInnesota en St. Paul: http://online.csp.edu/graduate-programs/communication-studies/master-of-arts-in-strategic-communication-management

Sal Lake City (http://www.westminstercollege.edu/msc/)

Oregon (http://journalism.uoregon.edu/graduate/strategic-communication-masters-program)

Otros referentes del mundo anglosajón (excluidos Estados Unidos y Europa):

Camberra (http://www.canberra.edu.au/coursesandunits/course?course_cd=117JA).

Finalmente, la ausencia de competencia en Latinoamérica es muy importante porque, atendiendo a nuestra posición estratégica en relación con esta región, somos un punto de referencia importante en los estudios de comunicación.

Este panorama internacional otorga a este máster una especificidad y singularidad que lo puede convertir en unos estudios de referencia, a nivel internacional, en la formación para la investigación básica y aplicada de la comunicación social. Cabe destacar que este título está refrendado por la excelente trayectoria de la *Division of Communications, Media and Culture* de la Universidad de Stirling (antiguo *Department of Film, Media and Journalism*), que, como ya hemos indicado, ofrece desde hace años este máster en relaciones públicas y gestión de la comunicación (MsC in Strategic Public Relations and Communication Management). Además, la Universidad de Stirling ha sido considerada como la mejor en Escocia en el campo de los estudios en comunicación, cultura y medios. Entre otros indicadores, destaca el hecho de que un 70% de la producción científica del departamento haya obtenido la cualificación de "liderazgo mundial" o "internacionalmente excelente" refrenda esta consideración.

Así pues, la colaboración con Stirling supone no solo una oportunidad de internacionalización, sino asimismo la oportunidad de ofrecer un Máster diferencial en el ámbito de la gestión de la comunicación y las relaciones públicas.

Referente de la *Comission on Public Relations Education* (EE.UU.)

La *Commission on Public Relations Education* (www.commpred.org) está compuesta por académicos y profesionales de las relaciones públicas en representación de 15 sociedades profesionales de relaciones públicas y ámbitos relacionados de la comunicación estratégica de los Estados Unidos de América.

En octubre de 2012, la Comisión publicó el informe Standards for a *Master's Degree in Public Relations: Educating for Complexity*, en el cual se establecen los criterios de acceso, contenidos y competencias que deberían tener los Masters en relaciones públicas, con el ánimo de estandarizarlos.

Desde 1975, la Comisión ha elaborado informes y recomendaciones sobre la enseñanza de las relaciones públicas, que han sido adoptadas por numerosas Universidades del mundo anglosajón a la hora de diseñar las enseñanzas de postgrado.

El Máster que proponemos ha tenido muy en cuenta las recomendaciones del informe *Master's Degree in Public Relations: Educating for Complexity* (http://www.commpred.org/_uploads/report5-full.pdf) en lo referente a competencias, contenidos y criterios de admisión.

Si bien se desarrollará en el apartado 5 de esta memoria los aspectos concretos de esta influencia, el informe *Master's Degree in Public Relations: Educating for Complexity* establece como ´materias básicas de la formación en relaciones públicas a nivel de Máster, los siguientes:

- Gestión estratégica de las relaciones públicas
- Principios y procesos de la gestión empresarial

- Teoría y métodos de investigación en comunicación estratégica y relaciones públicas
- Influencias internacionales de la práctica de las relaciones públicas
- Ética

Todas estas materias y sus contenidos se contemplan en el plan de estudios de este Máster.

Estos contenidos son compatibles con la formación en relaciones públicas a nivel de Grado, bastante extendida en los Estados Unidos, y la propia comisión trató en su informe de 2006 *The Professional Bond* (http://www.commpred.org/theprofessionalbond/).

Asimismo, a la hora de establecer los mecanismo de homogeneización de conocimientos entre los estudiantes matriculados en el Máster procedentes de grados en comunicación y los que no, se han tenido muy en cuenta las recomendaciones relativas a conocimientos que establece la comisión en el informe *Master's Degree in Public Relations: Educating for Complexity*, tal y como se detallará en el apartado 5 de esta memoria.

Conclusión

Este máster enriquece en consecuencia la oferta de estudios de postrado en Comunicación Social de la Universidad Pompeu Fabra, en coherencia con los objetivos de internacionalización, excelencia docente y de investigación que caracterizan a la Universidad Pompeu Fabra y que están establecidos en el documento estratégico de la Universidad Pompeu Fabra. Se trata de una oportunidad que responde en primer lugar a la voluntad de la Universidad Pompeu Fabra de convertirse en una institución "con vocación de excelencia internacional"[1]. Lo hace aunando el conocimiento y las capacidades de la Universidad Pompeu Fabra y de la Universidad de Stirling, líder en Escocia: ofreciendo a los estudiantes un currículo exigente en las dos Universidades y formándolos para que encaren su carrera posterior con una preparación y un rigor académicos de primer nivel.

Por estos motivos, ambas instituciones tienen la potencia suficiente para desarrollar este título orientado a la investigación, lo cual se refrenda en el apartado dedicado a los recursos humanos e infraestructuras necesarias en que se sustenta la propuesta.

1 Estratègia UPF 25 anys (2010), p.16.

3. Competencias básicas y generales

3.1. Competencias básicas y generales

Básicas

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

CB7 - 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 – Ser capaz 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 conocimientos y juicios

CB9 - Comunicar conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Generales

CG1- Idear, documentar y redactar y publicar textos académicos originales y de calidad.

CG2– Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.

3.2. Competencias específicas

E1.– Aplicar las teorías, el método científico y conceptos clave de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación y/o para producir trabajos de investigación académica significativos o para sustentar la toma de decisiones en la práctica profesional.

E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas.

E3.- Relacionarse con diferentes públicos a través de formas y sistemas de comunicación estratégicamente diseñados.

E4.- Elaborar y estructurar historias, relatos y mensajes corporativos a través de técnicas adecuadas, para ser transmitidos a los públicos previamente identificados en la planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas.

E5.- Distinguir la influencia de los distintos contextos étnicos, culturales y organizacionales en la práctica de las relaciones públicas y la gestión en comunicación a partir de la aplicación de teorías relacionadas.

E6.- Ajustar el proceso estratégico de la comunicación a diferentes sectores especializados, adaptando los mensajes y las técnicas de comunicación a cada uno de los públicos propios de esos sectores especializados.

E7.- Presupuestar proyectos de comunicación estratégica a través de la elección de las partidas correctas previa valoración de su idoneidad y aceptabilidad.

4. Acceso y admisión de estudiantes

***NOTA PARA LOS EVALUADORES*:** A petición de la subsanación recibida el 8 de abril de 2016 por parte del MECD, en la que se solicitaba *"En el apartado 4.1 se deben indicar el perfil de ingreso recomendado"*, se repite a continuación la información ya incluída antes de la subsanación **en el apartado "4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión".** Más adelante, se incluyen los contenidos relativos al apartado 4.1. (Sistemas de información previo…).

Requisitos de acceso y criterios de admisión (apartado 4.2):

a) Para los requisitos de acceso, las condiciones de admisión y los procedimientos de admisión en la UPF se seguirán las Normas académicas de los Máster Oficiales, según el Acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo, 14 de noviembre del 2007, 15 de julio del 2009 y Normativa de las Enseñanzas de Máster Universitario, según el Acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de febrero del 2013.

Además de cumplir los requisitos de acceso general establecidos en la normativa vigente, para acceder al Programa oficial de Máster deberán también cumplirse los siguientes **requisitos específicos de admisión**:

- Estar en posesión de una Licenciatura o Grado universitarios.

- Nivel de lengua inglesa: Se eximirá de este requisito a los solicitantes que provengan de estados en los el inglés sea lengua oficial. Se solicitará, como mínimo, el nivel B2 del MCER, véase tabla de certificados y diplomas que acreditan los conocimientos de una tercera lengua (inglés, francés, alemán y italiano) de nivel B1 o superior, según el Marco Europeo Común de Referencia para las lenguas MERC del Consejo de Europa, Resolución ECO/1134/2015 de 13 de Mayo.

b) El procedimiento de selección específico del Máster Universitario en Gestión Estratégica de la Comunicación y las Relaciones Públicas será el siguiente:

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

- Adecuación del perfil del candidato a los objetivos y contenidos del programa (hasta 2 puntos). La valoración de la adecuación del perfil del candidato se hará en base a un escrito de presentación de una extensión máxima de dos páginas en las cuales el candidato expondrá su adecuación al perfil del Máster y sus objetivos profesionales.
- Poseer una Licenciatura o Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo o Comunicación Audiovisual, o cualquier otro relacionado con el ámbito de la comunicación (dicha titulación equivaldrá a 5 puntos sobre el total).

- Demostrar haber trabajado en el ámbito de la comunicación estratégica, las relaciones públicas o en gabinetes de prensa durante como mínimo un año (hasta 1 punto).
- Expediente académico (hasta 2 puntos).

Órganos encargados de la admisión, procedimientos de matrícula y normativa aplicable (Universidad de Stirling):

http://www.stir.ac.uk/media/autoimport/documents/pg_application_notes.pdf

http://www.stir.ac.uk/media/autoimport/documents/ug-admissions-policy.pdf

http://www.stir.ac.uk/study-in-the-uk/how-to-apply/

http://www.stir.ac.uk/study-in-the-uk/entry-requirements-and-english-language/

En cuanto a la normativa general de la Universidad de Stirling, es la siguiente
GENERAL REGULATIONS FOR TAUGHT POSTGRADUATE PROGRAMMES
(Ordinance 58 refers)
General provisions
1. A candidate shall be eligible for the award of a higher degree, or a postgraduate diploma or postgraduate certificate when the candidate has successfully completed a prescribed programme of study which has been approved by the Academic Council.
2. Regulations for each programme of study shall prescribe the structure of the programme, the period of study, and any requirements particular to the programme of study.
3. The Academic Council may delegate to committees powers in respect of the admission of students, the modification of the content of existing programmes, and the variation, in exceptional circumstances and in respect of individual applicants or students, of admission qualifications and attendance requirements.

4. The Academic Council may, in exceptional circumstances, waive requirements as embodied in these regulations.
Admission and registration
5. An applicant shall complete the prescribed form of application for the programme and return it to the University.
6. A candidate shall, prior to or at the commencement of the programme of study to which admitted, matriculate as a student of the University and enrol as a candidate for a degree, diploma or certificate. The University reserves the right to decline or defer matriculation where a candidate has not met the conditions of offer or where they cannot provide evidence that they have the appropriate immigration status to enable them to matriculate as a student.
7. A prospective student may apply for the award of general or specific credit in respect of completed study
at other institutions, possession of recognised academic or vocational qualifications or experience considered to be of equivalent status. General credit exemptions allow prospective students to omit a specified number of credits; specific credit exemptions permit prospective students to omit one or more particular modules. A maximum of 30 entry credits may count towards a Postgraduate Certificate, a

maximum of 60 credits towards a Postgraduate Diploma, and a maximum of 90 credits towards a Master.

Attendance and leave of absence

8. Attendance requirements are set on behalf of Academic Council by Schools. A candidate is required to attend such lecture, seminar, tutorial and practical classes and to complete such assignments, tests, and examinations as may be prescribed. A candidate's failure to attend two-thirds of these classes or to complete such assignments, tests and examinations will be reported to the Examination Board concerned.

9. A candidate who has been prevented by illness or other good cause from completing an assignment or from sitting a test or examination must notify Student Administration as soon as possible, and in no case later than one week after return to study, stating the reasons for absence from such classes, tests or examinations, or the failure to complete assignments; in the case of illness a medical certificate must be provided if the absence is for seven days or longer, and in all cases of absence from prescribed tests or examinations.

10. In exceptional circumstances, a student may be granted leave of absence by the Admissions, Progress and Awards Committee for a specified period, such period not to count towards the period of study for the degree, diploma or certificate as prescribed in regulations. Such leave will be granted for no more than twelve months for a full-time student and twenty four months for a part-time student.

11. Requests for extensions to the dissertation submission date should be referred in the first instance to the Programme Director, who shall seek appropriate approval by the Admissions, Progress and Awards Committee.

Mitigating Circumstances

12. Where a student's academic performance has been affected by mitigating circumstances, these should be brought to the attention of the Programme Director as soon as possible. It is not acceptable for students to raise mitigating circumstances after the Examination Board has met and grades have been confirmed.

Assessment, Progression and Awards

13. The examinations in whatever form shall be conducted by such internal and external examiners as may be appointed by the Academic Council, provided that for each programme of study at least one external examiner shall be appointed.

14. Assessment will be undertaken in accordance with the Code of Practice for the Assessment and Examination of Students on Taught Programmes.

http://www.quality.stir.ac.uk/ac-policy/assessment.php

15. The grades used to denote standards of achievement are:

1A, 1B, 1C (Distinction level) 2A, 2B, 2C (Very good) 2D, 2E, 2F (Good) 3A, 3B, 3C (Satisfactory) 4A, 4B, 4C (Marginal fail) 5A, 5B, 5C (Clear fail) X (No grade).

16. A module grade of no higher than 3C may be awarded to a student who satisfies the examiners as a result of reassessment: a second failure will not result in an award of a grade lower than that originally awarded.

17. Examiners have discretion to award credit at a lower level to a student who has not successfully achieved the learning outcomes for a module at SCQF level 11. The minimum level at which credit may be awarded in this manner is SCQF level 10. The maximum amount of credit below level 11 that can count towards the

minimum requirement for a Postgraduate Diploma or Master's degree is 30 SCQF points. Credit at level 10 cannot count towards the minimum requirement for a Postgraduate Certificate.

18. The regulations for each Master programme will specify which modules, if any, are considered to be 'key modules' for that programme.

19. The criteria below will be applied at the end of each semester, and will apply cumulatively (i.e. the student's whole programme to date will be taken into consideration in determining progression at the end of each semester).

Grade 3C or better in all modules with no key modules at level 10	Proceed as a candidate for Postgraduate Diploma or Master
Grade 3C or better in all modules with level 10 passes in key modules	Proceed as a candidate for Postgraduate Diploma only
Grade 3C or better in at least half of the credit taken	Proceed as a candidate for Postgraduate Certificate only
Grade 3C or better in less than half of the credit taken	Unsatisfactory progress; required to withdraw from study

20. The criteria for academic awards are as follows:

Master	Grade 3C or better in 180 credits in total, with not more than 30 credits at level 10, and no key modules at level 10
Postgraduate Diploma	Grade 3C or better in 120 credits in total, with no more than 30 credits at level 10
Postgraduate Certificate	Grade 3C or better in 60 credits at level 11 with no grades of 3, 4, 5 or X.
	Where students have taken modules that are assessed on a Pass/Fail basis as part of the programme, students must achieve grades at the appropriate level in at least 66% of the graded credit for Master (with the required grade in the dissertation, where this exists), and in 50% of the graded credit for Postgraduate Diploma or Postgraduate Certificate.
	In certain circumstances, the Examination Board may exercise discretion in considering awards with Distinction or with Merit at Master level only. A student may be considered 'discussable' if they meet the following criteria:

EITHER
- A grade in the dissertation (where this exists) of at least 2A for Distinction or 2D for Merit) and the requirement for 120 credits at 1C or better (Distinction) or 2C or better (Merit) met in full;

OR

At least 105 credits at 1C or better (Distinction) or at 2C or better (Merit) and the requirement for a grade of 1C or better (Distinction) or at 2C or better (Merit) in the dissertation met in full.

Appeals

22. In relevant circumstances a student has the right to submit an appeal in accordance with procedures approved by Academic Council. http://www.quality.stir.ac.uk/ac-policy/UG-TPG.php

Fees

23. The fees for programmes covered by these regulations shall be as the University Court determines from time to time.

Note

24. The University of Stirling reserves the right to use all means, including electronic, to ensure adherence to its regulations and quality assurance policies and procedures

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.

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 UPF.
- 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.

Para la consecución de los mencionados objetivos se utilizarán los usuales canales de difusión de la Universidad Pompeu Fabra y del Departamento de Ciencias Políticas y Sociales 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.

En el caso de este máster, se ofrecerá una jornada informativa específica con la participación de los responsables del máster, tanto de la Universitat Pompeu Fabra como de la University of Stirling.
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 gràficos y electrònicos de promoción de los màsters

- 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 difunfir 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.
  Portales educativos
  La UPF tiene publicados sus másters en los portales siguientes:
  - Bcn.cat
  - Buscador Colón Master
  - Circulo Formación
  - Educaweb
  - Emagister
  - Fundación Universidad
  - Mastermas.com
  - masterstudies.com
  - Red Vives de Universidades
  - Studentjobsindia
  - Study in Catalonia
  - Study in Spain
  - Studylink
  - Universia
  - Universities Europe Masterportal / Bachelorsportal / PhDportal
  - Unportal

Materiales informativos gráficos, electrónicos y audiovisuales

- **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 e inglés)
  Online: En 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 (BarcelonaGSE,

BSM, IBEI, IDEC, 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 màsters 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) Estudiantes embajadores de la UPF

A los estudiantes de intercambio (Erasmus y convenios bilaterales) de y en la UPF se les propone que actúen como embajadores de la UPF en sus universidades de destino o de origen:

g) Agentes educativos internacionales

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

h) 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:

b) Para los requisitos de acceso, las condiciones de admisión y los procedimientos de admisión en la UPF se seguirán las Normas

académicas de los Máster Oficiales, según el Acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo, 14 de noviembre del 2007, 15 de julio del 2009 y Normativa de las Enseñanzas de Máster Universitario, según el Acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de febrero del 2013.

***NOTA PARA LOS EVALUADORES*:** A petición de la subsanación recibida el 8 de abril de 2016 por parte del MECD, en la que se solicitaba *"En el cuadro de texto (4.2) además de cumplir la normativa general, deberá realizarse una descripción amplia y detallada de los requisitos de acceso y criterios de admisión, hay que reflejar la normativa de la propia universidad, sin enlaces"*, se detalla a continuación la normativa de de la UPF relativa al procedimiento de admisióin a los másters oficiales:

Acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo, de 14 de noviembre de 2007 y de 15 de julio de 2009

(Esta traducción al español tiene carácter informativo. La versión oficial es su original en catalán)

2. Admisión

2.1. Requisitos de acceso

Pueden acceder a los estudios conducentes a los títulos de máster de la UPF aquellos estudiantes que cumplan los requisitos de acceso generales establecidos en la normativa vigente y, en su caso, los requisitos específicos del máster correspondiente.

La aprobación de los requisitos específicos de admisión a cada máster corresponde al Consejo de Gobierno, a propuesta del departamento responsable, con el informe previo de la comisión competente en materia de postgrado oficial.

2.2. Número de plazas de los másteres

La admisión a cada máster está condicionada por el número de plazas que determine el Consejo de Gobierno.

2.3. Órganos competentes

La resolución de la admisión de los aspirantes a los estudios de máster corresponde al director del departamento responsable del máster.

Acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de febrero de 2013

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 de cumplir los requisitos de acceso general establecidos en la normativa vigente, para acceder al Programa oficial de Máster deberán también cumplirse los siguientes **requisitos específicos de admisión**:

- Estar en posesión de una Licenciatura o Grado universitarios.

- Nivel de lengua inglesa: Se eximirá de este requisito a los solicitantes que provengan de estados en los el inglés sea lengua oficial. Se solicitará, como mínimo, el nivel B2 del MCER, véase tabla de certificados y diplomas que acreditan los conocimientos de una tercera lengua (inglés, francés, alemán y italiano) de nivel B1 o superior, según el Marco Europeo Común de Referencia para las lenguas MERC del Consejo de Europa, Resolución ECO/1134/2015 de 13 de Mayo.

b) El procedimiento de selección específico del Máster Universitario en Gestión Estratégica de la Comunicación y las Relaciones Públicas será el siguiente:

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

- Adecuación del perfil del candidato a los objetivos y contenidos del programa (hasta 2 puntos). La valoración de la adecuación del perfil del candidato se hará en base a un escrito de presentación de una extensión máxima de dos páginas en las cuales el candidato expondrá su adecuación al perfil del Máster y sus objetivos profesionales.
- Poseer una Licenciatura o Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo o Comunicación Audiovisual, o cualquier otro relacionado con el ámbito de la comunicación (dicha titulación equivaldrá a 5 puntos sobre el total).
- Demostrar haber trabajado en el ámbito de la comunicación estratégica, las relaciones públicas o en gabinetes de prensa durante como mínimo un año (hasta 1 punto).
- Expediente académico (hasta 2 puntos).

Órganos encargados de la admisión, procedimientos de matrícula y normativa aplicable (Universidad de Stirling):

http://www.stir.ac.uk/media/autoimport/documents/pg_application_notes.pdf

http://www.stir.ac.uk/media/autoimport/documents/ug-admissions-policy.pdf

http://www.stir.ac.uk/study-in-the-uk/how-to-apply/

http://www.stir.ac.uk/study-in-the-uk/entry-requirements-and-english-language/

En cuanto a la normativa general de la Universidad de Stirling, es la siguiente

GENERAL REGULATIONS FOR TAUGHT POSTGRADUATE PROGRAMMES

(Ordinance 58 refers)

General provisions

1. A candidate shall be eligible for the award of a higher degree, or a postgraduate diploma or postgraduate certificate when the candidate has successfully completed a prescribed programme of study which has been approved by the Academic Council.

2. Regulations for each programme of study shall prescribe the structure of the programme, the period of study, and any requirements particular to the programme of study.

3. The Academic Council may delegate to committees powers in respect of the admission of students, the modification of the content of existing programmes, and the variation, in exceptional circumstances and in respect of individual applicants or students, of admission qualifications and attendance requirements.

4. The Academic Council may, in exceptional circumstances, waive requirements as embodied in these regulations.

Admission and registration

5. An applicant shall complete the prescribed form of application for the programme and return it to the University.

6. A candidate shall, prior to or at the commencement of the programme of study to which admitted, matriculate as a student of the University and enrol as a candidate for a degree, diploma or certificate. The University reserves the right to decline or defer matriculation where a candidate has not met the conditions of offer or where they cannot provide evidence that they have the appropriate immigration status to enable them to matriculate as a student.

7. A prospective student may apply for the award of general or specific credit in respect of completed study

at other institutions, possession of recognised academic or vocational qualifications or experience considered to be of equivalent status. General credit exemptions allow prospective students to omit a specified number of credits; specific credit exemptions permit prospective students to omit one or more particular modules. A maximum of 30 entry credits may count towards a Postgraduate Certificate, a maximum of 60 credits towards a Postgraduate Diploma, and a maximum of 90 credits towards a Master.

Attendance and leave of absence

8. Attendance requirements are set on behalf of Academic Council by Schools. A candidate is required to attend such lecture, seminar, tutorial and practical classes and to complete such assignments, tests, and examinations as may be prescribed. A candidate's failure to attend two-thirds of these classes or to complete such assignments, tests and examinations will be reported to the Examination Board concerned.

9. A candidate who has been prevented by illness or other good cause from completing an assignment or from sitting a test or examination must notify Student Administration as soon as possible, and in no case later than one week after return to study, stating the reasons for absence from such classes, tests or examinations, or the failure to complete assignments; in the case of illness a medical certificate must be provided if the absence is for seven days or longer, and in all cases of absence from prescribed tests or examinations.

10. In exceptional circumstances, a student may be granted leave of absence by the Admissions, Progress and Awards Committee for a specified period, such period not to count towards the period of study for the degree, diploma or certificate as prescribed in regulations. Such leave will be granted for no more than twelve months for a full-time student and twenty four months for a part-time student.

11. Requests for extensions to the dissertation submission date should be referred in the first instance to the Programme Director, who shall seek appropriate approval by the Admissions, Progress and Awards Committee.

Mitigating Circumstances

12. Where a student's academic performance has been affected by mitigating circumstances, these should be brought to the attention of the Programme Director as soon as possible. It is not acceptable for students to raise mitigating circumstances after the Examination Board has met and grades have been confirmed.

Assessment, Progression and Awards

13. The examinations in whatever form shall be conducted by such internal and external examiners as may be appointed by the Academic Council, provided that for each programme of study at least one external examiner shall be appointed.

14. Assessment will be undertaken in accordance with the Code of Practice for the Assessment and Examination of Students on Taught Programmes.

http://www.quality.stir.ac.uk/ac-policy/assessment.php

15. The grades used to denote standards of achievement are:

1A, 1B, 1C (Distinction level) 2A, 2B, 2C (Very good) 2D, 2E, 2F (Good) 3A, 3B, 3C (Satisfactory) 4A, 4B, 4C (Marginal fail) 5A, 5B, 5C (Clear fail) X (No grade).

16. A module grade of no higher than 3C may be awarded to a student who satisfies the examiners as a result of reassessment: a second failure will not result in an award of a grade lower than that originally awarded.

17. Examiners have discretion to award credit at a lower level to a student who has not successfully achieved the learning outcomes for a module at SCQF level 11. The minimum level at which credit may be awarded in this manner is SCQF level 10. The maximum amount of credit below level 11 that can count towards the minimum requirement for a Postgraduate Diploma or Master's degree is 30 SCQF points. Credit at level 10 cannot count towards the minimum requirement for a Postgraduate Certificate.

18. The regulations for each Master programme will specify which modules, if any, are considered to be 'key modules' for that programme.

19. The criteria below will be applied at the end of each semester, and will apply cumulatively (i.e. the student's whole programme to date will be taken into consideration in determining progression at the end of each semester).

Grade 3C or better in all modules with no key modules at level 10	Proceed as a candidate for Postgraduate Diploma or Master
Grade 3C or better in all modules with level 10 passes in key modules	Proceed as a candidate for Postgraduate Diploma only

Grade 3C or better in at least half of the credit taken	Proceed as a candidate for Postgraduate Certificate only
Grade 3C or better in less than half of the credit taken	Unsatisfactory progress; required to withdraw from study

20. The criteria for academic awards are as follows:

Master	Grade 3C or better in 180 credits in total, with not more than 30 credits at level 10, and no key modules at level 10
Postgraduate Diploma	Grade 3C or better in 120 credits in total, with no more than 30 credits at level 10
Postgraduate Certificate	Grade 3C or better in 60 credits at level 11 with no grades of 3, 4, 5 or X.

Where students have taken modules that are assessed on a Pass/Fail basis as part of the programme, students must achieve grades at the appropriate level in at least 66% of the graded credit for Master (with the required grade in the dissertation, where this exists), and in 50% of the graded credit for Postgraduate Diploma or Postgraduate Certificate.

In certain circumstances, the Examination Board may exercise discretion in considering awards with Distinction or with Merit at Master level only. A student may be considered 'discussable' if they meet the following criteria:

EITHER

- A grade in the dissertation (where this exists) of at least 2A for Distinction or 2D for Merit) and the requirement for 120 credits at 1C or better (Distinction) or 2C or better (Merit) met in full;

OR

At least 105 credits at 1C or better (Distinction) or at 2C or better (Merit) and the requirement for a grade of 1C or better (Distinction) or at 2C or better (Merit) in the dissertation met in full.

Appeals

22. In relevant circumstances a student has the right to submit an appeal in accordance with procedures approved by Academic Council. http://www.quality.stir.ac.uk/ac-policy/UG-TPG.php

Fees

23. The fees for programmes covered by these regulations shall be as the University Court determines from time to time.

Note

24. The University of Stirling reserves the right to use all means, including electronic, to ensure adherence to its regulations and quality assurance policies and procedures

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

Una vez matriculados, se fijara un sistema de selección de un Delegado 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 y de 20 de marzo de 2013.*

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 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 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 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.

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 Professionales

Con mayor orientación a prestar servicio a los estudiantes de los últimos cursos del Grado que al master, el objetivo de la oficina es ofrecer una serie de programas que favorecen la conexión de la etapa de formación académica con la vida profesional.

Destacan los servicios siguientes:

- Prácticas en empresas.

- Formación y asesoramiento en herramientas de introducción al mercado laboral.
- Orientación profesional.
- Presentaciones de empresas.
- Bolsa de trabajo.
- Recursos de información (ayudas, emprendedores, orientación profesional...).

a) 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 <u>no Universitarias</u>:
Mínimo: 0 **Máximo: 0**

Reconocimiento de créditos cursados de <u>Títulos Propios</u>:
Mínimo: 0 **Máximo: 0**
Adjuntar título propio: *No procede*

Reconocimiento de créditos cursados por <u>acreditación de Experiencia Laboral y Profesional</u>:

Mínimo: 0 **Máximo: 0**

Para este máster no reconocen créditos cursados en Enseñanzas Superiores no Universitarias, créditos cursados de títulos propios ni por acreditación de experiencia laboral.
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 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 el artículo 7 de las *Normas académicas de los Másteres Oficiales* (Acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo, 14 de noviembre del 2007 y 15 de julio de 2009) así como en los artículos 6 y 7 de la *Normativa académica de Máster Universitario* (Acuerdo de Consejo de Gobierno de 6 de febrero de 2013), 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 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

No se contemplan

5. Planificación de las enseñanzas

5.1. Descripción del plan de estudios

Este plan de estudios recoge la enseñanza de postgrado que, desde hace 23 años, se realiza en Europa en el ámbito de la comunicación estratégica y de las relaciones públicas. En efecto, a través de la colaboración entre las universidades de Stirling y Pompeu Fabra, se ofrece a los estudiantes españoles la posibilidad de obtener el Máster universitario oficial que hasta ahora estaba reservado a quienes tenían acceso a la Universidad de Stirling, que es quien lo ofrece desde hace 23 años y que ha sido y es referente internacional en la materia y único en Europa con estos contenidos.
Con este propósito, Las dos universidades ponen a disposición de sus alumnos todos los recursos para realizar este máster. La Universidad de Stirling, donde se cursará el primer cuadrimestre del título, permite a los estudiantes formarse en un campus que aúna investigación y docencia del máximo nivel en unas instalaciones excelentes. En el segundo cuadrimestre, el Máster se cursará en el Campus de la Comunicación de Ca l'Aranyó, inaugurado el curso 2008-2009. Como hemos apuntado, este Campus ofrece una infraestructura óptima para la investigación y la docencia en comunicación, y está integrado en el 22@, que reúne el polo de empresas e instituciones relacionadas con la comunicación y las TIC.
La distribución de materias es la siguiente:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias	60
Optativas	
Prácticas profesionales (externas)	
Trabajo de fin de màster*	30
TOTAL	90

Coordinación docente:
La coordinación docente del Máster corresponde al coordinador general y al Consejo Académico del programa (CAM). El primero desempeña la función básica de la gestión e impulso de las actividades docentes, proponiendo profesores para las distintas ediciones potenciales del Máster y ocupándose de la coordinación de los distintos programas impartidos. El Consejo Académico, formado por profesores del Departamento, es el órgano que decidirá sobre las propuestas presentadas por el coordinador, y sobre las decisiones que afectan al contenido y enfoque general del programa.
Asimismo, de acuerdo con el convenio entre la Universidad de Stirling y la Universidad Pompeu Fabra, se constituirá un Comité Académico (*Programme Committee*) del Máster, con representación de ambas universidades. Las funciones de este comité se detallan en el anexo del convenio de colaboración entre ambas universidades.

Nivel de máster de las materias del plan de estudios

El contenido del plan de estudios tiene una doble dimensión: la de profundizar en aquellos contenidos que ya se enseñan en los Grados del ámbito de la

comunicación y las relaciones públicas, por un lado, y, por otro, incorporar nuevos contenidos.

La siguiente tabla muestra los contenidos de aquellas asignaturas del Máster y la indicación de si existen asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la UPF su comparación con los contenidos de las materias de las que son un desarrollo y profundización.

Contenidos	**Asignaturas Grado (descriptor)**	**Materias Máster***	**Valor añadido**
Planificación estratégica de las relaciones públicas	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Estudio de los procesos de análisis, diagnóstico y planificación de la comunicación de una marca comercial. Aplicación a la actividad publicitaria. ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS Estudio del proceso estratégico de la comunicación corporativa y las relaciones públicas.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	El Grado se ofrece una visión general del proceso de planificación estratégica. El Máster no sólo ofrece la formación en cuestiones de dirección estratégica y de ética de la planificación, sino que ahonda en las peculiaridades y dinámicas de diferentes programas (comunicación financiera, comunicación turística, relaciones públicas internacionales, comunicación de marketing, gestión de la responsabilidad social corporativa), además de estudiar el proceso estratégico proactivo de las relaciones públicas.
Teoría de las relaciones públicas	INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS Estudio de la historia, estructura profesional, ética y función social de las relaciones públicas.	TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN	La teoría que se estudia en el Grado es la de las principales teorías de la comunicación (agenda setting, doble flujo comunicativo,…) y su utilidad para el profesional de las RR.PP:; mientras que en el Máster se analizan, además de las teorías propias del campo de las RR.PP., las aportaciones de las principales doctrinas sociológicas para la construcción de una teoría de las RR.PP.
Gabinetes de prensa	GABINETES DE PRENSA Estudio del periodismo de gabinetes como una herramienta básica de la actividad de relaciones públicas. Conocimiento de los agentes y roles principales en la labor de relación de empresas e instituciones con los	RELACIONES CON LOS MEDIOS: PRENSA ESPECIALIZADA Y FORMACIÓN DE PORTAVOCES	Mientras que el enfoque del Grado es más técnico y general (elaboración de notas de prensa y otros productos con la prensa), el contenido del Máster se centra en las estrategias con medios especializados (por lo que complementa el módulo de "Planificación estratégica de las RR.PP." en los sectores especializados que ese módulo analiza) y en la

	medios de comunicación.		formación de portavoces, dos ámbitos que no es forman parte del grado.
Relaciones institucionales	COMUNICACIÓN Y GRUPOS DE INFLUENCIA (Optativa) Estudio y análisis de las herramientas de gestión de las relaciones entre la organización y los poderes públicos. En especial, el análisis de las técnicas de lobbismo en distintos escenarios.	ASUNTOS PÚBLICOS E INCIDENCIA POLÍTICA	En el Master se abarca las estrategias de “public affairs” y las de incidencia política llevadas a cabo por grupos activistas, sin incidir en el lobbismo ni en las relaciones de las organizaciones con dichos activistas o grupos de influencia.
Investigación cualitativa aplicada	ESTADÍSTICA Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO Estudio de los métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, atendiendo al tipo de investigación que requiere cada proyecto empresarial. Identificación de las fuentes de información para tomar decisiones de concepto de producto, posicionamiento, packaging, precios o publicidad. SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL EN COMUNICACIÓN Estudio de los métodos de investigación social. Relación del saber científico con otros tipos de saber. Conocimiento y dominio de la metodología de las ciencias sociales para abordar las bases epistemológicas de la Comunicación. MÉTODOS	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA APLICADA	Mientras que en el Grado la investigación cualitativa versa sobre la comunicación en general y, en lo referente a las RR.PP, sólo se abarca la investigación de los públicos; el Máster trata de la investigación cualitativa aplicada exclusivamente a los procesos de relaciones públicas y de todos sus elementos: cliente, organización, problemas y oprotunidades, mensajes, efectos y evalución.

	CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN DE CONSUMIDORES Y PÚBLICOS Esta asignatura plantea una descripción de los principales métodos cualitativos de investigación de los distintos públicos de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas; es decir, identifica como objetivo fundamental no el análisis de los mensajes o las técnicas de la comunicación empleadas sino que se centra en la investigación de los consumidores y los públicos de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, sean éstos individuos, empresas o instituciones.		
Investigación cuantitativa aplicada	MERCADO Estudio de los métodos cualitativos y cuantitativos de investigación, atendiendo al tipo de investigación que requiere cada proyecto empresarial. Identificación de las fuentes de información para tomar decisiones de concepto de producto, posicionamiento, packaging, precios o publicidad. SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL EN COMUNICACIÓN Estudio de los métodos de investigación social. Relación del	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA APLICADA	Mientras que en el Grado la investigación cualitativa versa sobre la comunicación en general y; el Máster trata de la investigación cualitativa aplicada exclusivamente a los procesos de relaciones públicas y de todos sus elementos: cliente, organización, públicos, problemas y oprotunidades, mensajes, efectos y evalución.

	saber científico con otros tipos de saber. Conocimiento y dominio de la metodología de las ciencias sociales para abordar las bases epistemológicas de la Comunicación. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE MENSAJES Introducción a los principales métodos de análisis del contenido – visual y escrito— de los mensajes de la publicidad y las relaciones públicas. De forma específica, esta asignatura aborda los distintos métodos de análisis cualitativo tanto textuales como desde el punto de vista de la recepción y de sus públicos.		

***** En la ficha de cada materia de esta memoria se indica el descriptor y el contenido de cada materia.

Las materias que no tienen antecedentes en el Grado son:

- Contextos de relaciones públicas
- Comunicación digita
- Diplomacia Pública y Comunicación estratégica

Por otro lado, ya hemos indicado, al tratar de los referentes internacionales, el informe *Master's Degree in Public Relations: Educating for Complexity* (http://www.commpred.org/_uploads/report5-full.pdf) de la *Commission on Public Relations Education* (www.commpred.org), indica algunos de los contenidos básicos que debería tener la formación de postgrado en relaciones públicas como prolongación de los estudios de grado.

En la siguiente tabla se relacionan estos contenidos y se indica en qué materia del Máster se incorporan.

Contenidos recomendados por la *Commission on Public Relations Education*	**Materia en la que se ubican en el Máster**
Gestión estratégica de las relaciones públicas	Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas
Principios y procesos de la administración y	Contextos de las Relaciones Públicas

dirección de empresas	
Teoría y métodos de investigación de la comunicación y las relaciones públicas	1.- Teoría de las Relaciones Públicas y de la Gestión de la Comunicación 2.- Investigación cualitativa aplicada 3.- Investigación cuantitativa aplicada
Influencias internacionales de la práctica de las relaciones públicas	Contextos de las Relaciones Públicas
Ética	Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas

Homogeneización de conocimientos entre los estudiantes del Máster

En octubre de 2012 la *Commission on Public Relations Education* (www.commpred.org) *Standards for a Master's Degree in Public Relations: Educating for Complexity* (http://www.commpred.org/_uploads/report5-full.pdf), en el cual se establecen los criterios de acceso, contenidos y competencias que deberían tener los Masters en relaciones públicas.

Las recomendaciones de esta comisión han influido en el diseño de los planes de estudios de grado y postgrado en relaciones públicas. Sus miembros son una mezcla de académicos y profesionales no solo de EE.UU., sino de todo el mundo (http://www.commpred.org/about/).

Además de establecer las competencias, materias y contenidos de los Masters en relaciones públicas, la Comisión ha abordado una problemática que comparte nuestro Máster: el de la procedencia de sus estudiantes, en función de si proceden de unos estudios de grado en comunicación o no. En concreto, la comisión establece:

"*Students entering a master's degree program without an undergraduate degree in public relations or in a related communication area could demonstrate their knowledge through several years of experience working in public relations. Additional evidence could include a credential such as those awarded by a number of professional associations in the public relations field, e.g., Accredited in Public Relations (APR) and Accredited Business Communicator (ABC).*

Students without an undergraduate degree in public relations and without demonstrated professional experience should complete a set of basic undergraduate public relations courses that would include: Introduction to public relations (including theory, origin and principles), Public relations research, measurement and evaluation, Public relations law and ethics, Public relations writing and production, Public relations planning, management and case studies, Public relations campaigns."

Por consiguiente, nuestro sistema de homogeneización de conocimientos entre los estudiantes matriculados en el Máster procedentes de grados en comunicación y los que no, se ha basado, en líneas generales, en este referente internacional de legitimidad contrastada.

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

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 2015, UPF25 Años: "La UPF debe pasar a ser una de las universidades europeas pioneras, que desarrolle un modelo de identidad propia tejido con una docencia de calidad, la proximidad a los estudiantes, una máxima internacionalización y una rotunda orientación hacia la investigación y la innovación. Los tres ámbitos que le son propios -las ciencias sociales y humanas, las ciencias biomédicas y las ciencias y tecnologías de la información y la comunicación- sitúan a la persona y a su relación con la polis en el mismo centro del proyecto de la Universidad". En el marco de esta política, la movilidad de estudiantes recibe especial atención.

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 (enero-febrero) 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 5.1.1. 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 + complemento nacional (MEC) y autonómico (AGAUR)	Sí
ERASMUS PRÁCTICAS	28 Estados miembros de la UE, países del AELC y del EEE, Turquía Y Macedonia	Financiación comunitaria + complemento nacional (MEC)	Sí
SICUE	Universidades españolas	Actualmente sin financiación del MEC	Sí
Convenios bilaterales	Universidades de Europa (no UE), y de fuera de Europa (EEUU, Canadá, América Latina, Asia-Pacífico y África-Oriente Medio)	Programa de becas "Aurora Bertrana" para USA patrocinado por el Banco Santander, "Becas Iberoamérica. Estudiantes de Grado. Santander Universidades" y Becas del programa "Passaport al mon" (para otros países), en el marco del CEI UPF.	Sí
Escuela de Verano Internacional	Programa combinado con UCLA (Universidad de California, Los Ángeles)	Programa del Campus de Excelencia Internacional que recibe el patrocinio del Banco Santander.	Sí
Estudios para Extranjeros	Universidades de Estados Unidos	Sin ayuda económica y pago de tasas, excepto si existe convenio bilateral	Sí. Sólo acogida
Visitantes	Estudiantes individuales, sin convenio institucional	Sin ayuda económica y pago de tasas	Sí, Sólo acogida

	mediante		

A modo indicativo, en la última convocatoria de movilidad para el curso 2013-14 se han ofrecido un total de 1049 plazas en universidades repartidas en 45 países de los cinco continentes.

La participación en estos programas resulta en unos excelentes indicadores de movilidad, tanto de estudiantes propios (30% de los titulados en el curso 2011-12 han realizado estancias en el extranjero), como de estudiantes internacionales recibidos (16,42% de estudiantes en movilidad en la UPF durante el curso 2012-13); 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. Atención personalizada e integral a través de la Oficina de Movilidad y Acogida, descentralizada por campus en Ciutadella y Comunicación-Poblenou.

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 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 vista personal; pero también proporciona un valor añadido al currículum del estudiante que le posiciona mejor en el mercado laboral.

Tabla 5.1.2. Movilidad por Estudios (curso 2012-2013)

ESTUDIOS	Acogida UPF	Propios UPF
Administración y Dirección de Empresas/Economía	178	213
Ciencias de la Salud y de la Vida	24	27
Ciencias Políticas y de la Administración	41	57
Comunicación	50	90
Derecho	81	80
Humanidades	39	40
Escuela Superior Politécnica	6	15
Traducción e Interpretación	140	187
Másteres universitarios	22	17
TOTAL	581	726
Programa de Estudios Hispánicos y Europeos	771	
Cursos a medida del Programa de Estudios para Extranjeros	79	
Escuela de Verano Internacional	98	15
TOTAL	1529	741

5.2. Actividades formativas

AF1: Clase magistral (Lecture):

El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias.
AF2: Seminario/Workshop:
El profesor dirige sesiones prácticas. Las sesiones incluyen actividades y/o debates diseñados específicamente para que los estudiantes adquieran y apliquen las competencias predefinidas.
AF3: Sesiones en el aula de informática, con profesor. Las sesiones implican la realización de actividades en ordenador (uso de software específico, consulta de bases de datos, etc.)
AF4: Tutorías grupales.
El profesor tutoriza a los distintos grupos mientras éstos trabajan en el proyecto en clase.
AF5: Tutorías individuales.
El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando.
AF6: Preparación de presentaciones orales
Los estudiantes diseñan y preparan una presentación oral dirigida al profesor y a sus compañeros.
AF7: Preparación de trabajos.
Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

5.3. Metodología docente

M11: Aprendizaje basado en la solución de problemas [individual]:
Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura.
M12: Aprendizaje basado en la solución de problemas [en grupo]:
Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura.
M21: Realización de proyectos [individual]:
El estudiante lleva a cabo un proyecto, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior.
M22: Realización de proyectos [en grupo]:
En un grupo, los estudiantes llevan a cabo un proceso, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior.
M31: Estudio de caso [individual]:
Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones.
M32: Estudio de caso [en grupo]:
Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones.
M4: Aprendizaje cooperativo [en grupo]:
Realización de un proyecto cooperativo en el que cada estudiante deba llevar a cabo individualmente una serie de tareas imprescindibles para el correcto desarrollo del proyecto global.

5.4. Sistemas de evaluación

S1. Trabajo individual
S2. Trabajo en grupo
S3. Participación en discusiones y seminarios
S4. Exposición oral

5.5. Resumen de Nivel 1 (Módulos)

Nivel 1: No

5.6. Resumen de Nivel 2 (Materias)

- Teoría de las Relaciones Públicas y de la Gestión de la Comunicación- Public Relations and Public Communications: Theories and Contexts
- Relaciones con los medios: prensa especializada y formación de portavoces- Media Relations and production
- Investigación cualitativa aplicada - ~~Research for Dissertation~~Research Methods
- Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas - Strategic Public Relations Planning
- Comunicación Digital - Public Relations and Digital Media
- Asuntos públicos e incidencia política - Public affairs and advocacy
- Investigación cuantitativa aplicada - Research and Evaluation for Practice
- Diplomacia pública y Comunicación Estratégica - Public Diplomacy and Strategic Communication
- Trabajo final de máster

Nombre de la materia: Teoría de las Relaciones Públicas y de la Gestión de la Comunicación- Public Relations and Public Communications: Theories and Contexts	
ECTS: 10 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organización temporal:	Cuadrimestre 1
Idioma/s	Inglés

Estudio de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación desde la perspectiva teórica, es decir, aproximándose al fenómeno desde la teoría social, la teoría crítica y las teorías de las relaciones humanas a partir de las corrientes teóricas desarrolladas en desde principios del siglo XX.

Detalle del contenido

1.- INTRODUCCIÓN. Teorías, conceptos, marcos y meta-teorías. Teoría aplicada, conceptos, marcos teóricos y meta-teoría. Pensamiento crítico y relaciones públicas.
2.- HISTORIA DE LAS TEORÍAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. Lucien Matrat y la escuela de París. El paradigma dominante de las relaciones públicas. La gestión de conflictos potenciales como paradigma de la comunicación estratégica. Críticas al paradigma dominante. Teorías de las relaciones humanas y comunicación estratégica. La teoría de los públicos: públicos vs. *stakeholders*.
3.- TEORÍA SOCIAL, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN

ESTRATÉGICA (I). La sociología de las relaciones públicas y la comunicación estratégica. La aportación de la sociología a las relaciones públicas. 4.- TEORÍA SOCIAL, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA (II). Principales autores y su contribución a la teoría de las relaciones públicas y la comunicación estratégica: Weber, Elias, Bourdieu, Goffman, Luhman, Honneth, Foucault, Deleuze, Giddens, Bauman y Castells. 5.- TEORÍA SOCIAL, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA (III). Nuevas temáticas. Relaciones públicas y memoria histórica. Relaciones públicas y movilización social. Relaciones públicas y terrorismo. Relaciones públicas y democracia. Relaciones públicas y deporte. 6.- TENDENCIAS Y PERPECTIVAS DE FUTURO. Diplomacia y relaciones públicas. Retórica y comunicación estratégica. Antropología de las relaciones públicas.	
Competencias generales	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación CB7 - 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 – Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG1 - Idear, documentar y redactar y publicar textos académicos originales y de calidad. CG2 –Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.
Competencias especificas	E1.– Aplicar las teorías, el método científico y conceptos clave de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación para producir trabajos de investigación académica significativos y para sustentar la toma de decisiones en la práctica profesional. E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas.

Resultados de aprendizaje	(1) Mostrar conocimiento de las recientes investigaciones a nivel nacional e internacional sobre comunicación estratégica y relaciones públicas. (2) Aplicar teorías sociales, críticas y retóricas para analizar las organizaciones e identificar las implicaciones sociales y globales de su comportamiento (3) Aplicar los métodos y técnicas cuantitativos, cualitativos, experimentales, historiográficos y de análisis de discurso y contenido al estudio de las relaciones públicas y a cada uno de los temas escogidas. (4) Recoger datos sistemáticos para su posterior tratamiento de análisis científico. (5) Analizar científicamente los datos recogidos de manera sistemática. (6) Diseñar e implementar una memoria sistemática de investigación en cada uno de los temas escogidos.
Actividades formativas	AF1: Clase magistral (Lecture): El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias. AF2: Seminario/Workshop: El profesor dirige sesiones prácticas. Las sesiones incluyen actividades y/o debates diseñados específicamente para que los estudiantes adquieran y apliquen las competencias predefinidas. AF5: Tutorías individuales. El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando. AF7: Preparación de trabajos. Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

TOPOLOGÍA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral	80	100%
Seminario	45	100%
Tutorías individuales	15	100%
Preparación de trabajos	120	0%

Metodologia docente	M31: Estudio de caso [individual]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisión, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones. M32: Estudio de caso [en grupo]:

	Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisión, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones. M4: Aprendizaje cooperativo [en grupo]: Realización de un proyecto cooperativo en el que cada estudiante deba llevar a cabo individualmente una serie de tareas imprescindibles para el correcto desarrollo del proyecto global.
Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S3. Participación en discusiones y seminarios

Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1	50%	100%
S3	50%	100%

Nombre de la materia: Relaciones con los medios: prensa especializada y formación de portavoces- Media Relations and production	
ECTS: 10 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organitzación temporal:	Cuadrimestre 1
Idioma/s	Inglés

Este módulo complementa el de “Planificación estratégica de las relaciones públicas” en el sentido que estudia, además de otros medios especializados, las estrategias de prensa en los mismos sectores que se tratan en aquel módulo. Asimismo, se forma prácticamente al estudiante en la portavocía.

Detalle del contenido
1.- LAS RELACIONES CON LA PRENSA ECONÓMICA Y FINANCIERA. La estructura de la prensa financiera. Géneros y fuentes principales del periodismo financiero. Los *gatekeepers* financieros. Las relaciones con líderes de opinión y analistas financieros. Evaluación de las relaciones con la prensa financiera.
2.- LAS RELACIONES CON LA PRENSA TURÍSTICA. Estructura de los medios especializados en turismo. Rutinas y géneros del periodismo turístico. Técnicas específicas. Especificidades del dossier de prensa. Evaluación de las relaciones con la prensa turística.
3.- LAS RELACIONES CON LA PRENSA DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y LOS ESPECTÁCULOS. Estructura de la prensa cultural: Prensa cultural y grupos de poder. Relaciones con los medios culturales y la crítica cultural: ética y posibles conflictos deontológicos. Los materiales de prensa para los medios culturales.
4.- LAS RELACIONES CON LA PRENSA INTERANCIONAL. Relaciones con la prensa internacional destacada en el país: técnicas específicas. Relaciones con la prensa internacional nativa del país de destino: investigación de la

estructura mediática, técnicas específicas, diseño de los mensajes. 5.- RELACIONES CON OTRA PRENSA ESPECIALIZADA. Prensa automovilística. Prensa femenina. Prensa de decoración. Prensa del sector del lujo. Prensa sectorial y gremial. 6.- FORMACIÓN DE PORTAVOCES. Periodistas, fuentes y portavoces. Planificación vs. improvisación. Puesta en escena y comunicación kinésica. Estudio de casos y ejercicios prácticos.	
Competencias generales	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación CB7 - 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 – Ser capaz 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 - Comunicar conclusiones —y los conocimientos y razones últimas que las sustentan— a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG2 – Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.
Competencias específicas	E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas. E3.- Relacionarse con diferentes públicos a través de formas y sistemas de comunicación estratégicamente diseñados. E4.- Elaborar y estructurar historias, relatos y mensajes corporativos a través de técnicas adecuadas, para ser transmitidos a los públicos previamente identificados en la planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas. E6.- Ajustar el proceso estratégico de la comunicación a diferentes sectores especializados, adaptando los mensajes y las técnicas de comunicación a cada uno de

	los públicos propios de esos sectores especializados. E7.- Presupuestar proyectos de comunicación estratégica a través de la elección de las partidas correctas previa valoración de su idoneidad y aceptabilidad.
Resultados de aprendizaje	(1) Mostrar conocimiento de las estructuras de los medios de comunicación. (2) Investigar, segmentar y priorizar, los medios de comunicación en las diferentes estrategias de medios. (3) Fijar objetivos de relaciones con la prensa que sean realistas, alcanzables, mensurables y programables en el tiempo. (4) Articular mensajes y elaborare materiales de prensa estratégicos. (5) Evaluar el cumplimiento o no de los objetos a través de las técnicas de investigación adecuadas. (6) Aplicar los recursos de la comunicación verbal y kinésica en el ejercicio de la función de portavoz ante los medios de comunicación
Actividades formativas	AF1: Clase magistral (Lecture): El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias. AF2: Seminario/Workshop: El profesor dirige sesiones prácticas. Las sesiones incluyen actividades y/o debates diseñados específicamente para que los estudiantes adquieran y apliquen las competencias predefinidas. AF5: Tutorías individuales. El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando. AF6: Preparación de presentaciones orales Los estudiantes diseñan y preparan una presentación oral dirigida al profesor y a sus compañeros. AF7: Preparación de trabajos. Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral	85	100%
Seminarios	40	100%
Tutorías individuales	10	100%
Preparación de presentacions orales	30	0%
Preparación de trabajos	100	0%

Metodologia docente	M11: Aprendizaje basado en la solución de problemas [individual]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M12: Aprendizaje basado en la solución de problemas [en grupo]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M22: Realización de proyectos [en grupo]: En un grupo, los estudiantes llevan a cabo un proceso, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior. M32: Estudio de caso [en grupo]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones. M4: Aprendizaje cooperativo [en grupo]: Realización de un proyecto cooperativo en el que cada estudiante deba llevar a cabo individualmente una serie de tareas imprescindibles para el correcto desarrollo del proyecto global.
Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S3. Participación en discusiones y seminarios S4. Exposición oral

Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1	50%	100%
S3	50%	100%
S4	50%	100%

Nombre de la materia: Investigación cualitativa aplicada - ~~Research for Dissertation~~ Research Methods	
ECTS: 10 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organitzación temporal:	Cuadrimestre 1
Idioma/s	Inglés

Los métodos y técnicas de investigación cualitativa necesarios para llevar a cabo la investigación académica en el ámbito de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación. Detalle del contenido 1.- La naturaleza y la utilidad de la investigación cualitativa para la comunicación estratégica y las relaciones públicas 2.- Selección de un tema de investigación 3.- Revisión de la literatura y redacción de la propuesta de investigación 4.- Las cuestiones éticas y el acceso a los participantes 5.- Garantía de calidad de la investigación 6.- La elección entre diferentes tipos de investigación 7.- Los estudios de casos 8.- La etnografía: etnografía tradicional y nuevas formas (etnografía visual y etnografía digital) 9.- El análisis del discurso y el análisis crítico del discurso 10.- Otros enfoques: la fenomenología y la investigación histórica 11.- La recogida de datos: Muestreo, entrevistas, grupos de discusión, observación, materiales escritos, visuales, audiovisuales y multimedia. 12.- Análisis, interpretación y redacción de datos. 13.- Métodos mixtos de investigación en relaciones públicas.	
Competencias generales	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 CB9 - Comunicar conclusiones —y los conocimientos y razones últimas que las sustentan — a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG1 - Idear, documentar y redactar y publicar textos académicos originales y de calidad. CG2 – Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.

Competencias especificas	E1.– Aplicar las teorías, el método científico y conceptos clave de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación para producir trabajos de investigación académica significativos y para sustentar la toma de decisiones en la práctica profesional. E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas.
Resultados de aprendizaje	(1) Aplicar los métodos y técnicas cualitativos al estudio de la gestión de la comunicación y las relaciones públicas. (2) Elaborar un marco teórico y conceptual para el diseño de una investigación científica en gestión de la comunicación y las relaciones públicas. (3) Recoger datos sistemáticos para su posterior tratamiento de análisis científico. (4) Analizar científicamente los datos recogidos de manera sistemática.
Actividades formativas	AF1: Clase magistral (Lecture): El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias. AF2: Seminario/Workshop: El profesor dirige sesiones prácticas. Las sesiones incluyen actividades y/o debates diseñados específicamente para que los estudiantes adquieran y apliquen las competencias predefinidas. AF4: Tutorías grupales. El profesor tutoriza a los distintos grupos mientras éstos trabajan en el proyecto en clase. AF5: Tutorías individuales. El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando. AF7: Preparación de trabajos. Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral	80	100%
Seminarios	45	100%
Tutorías grupales	20	100%

	Tutorías individuales	15	100%
	Preparación de trabajos	100	0%
Metodologia docente	M11: Aprendizaje basado en la solución de problemas [individual]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M21: Realización de proyectos [individual]: El estudiante lleva a cabo un proyecto, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior. M31: Estudio de caso [individual]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones.		
Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S2. Trabajo en grupo S3. Participación en discusiones y seminarios		
	Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
	S1	50%	100%
	S2	50%	100%
	S3	50%	100%

Nombre de la materia: Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas - Strategic Public Relations Planning	
ECTS: 7’5 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organitzación temporal:	Cuadrimestre 2
Idioma/s	Inglés
3.- GESTIÓN DE RELACIONES. Las relaciones públicas y el *relationship management.* Los públicos y sus características. Públicos, audiencias y *stakeholders*: diferencias y tipologías estratégicas. El proceso de formación de los públicos. Líderes de opinión y públicos. 4.- LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN FINANCIERA. Los públicos financieros y sus características. Los medios financieros y los líderes de opinión. Principios de la comunicación financiera eficaz. Limitaciones legales de la comunicación financiera. 5.- LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA. Los destinos turísticos, sus marcas y su imagen. Peculiaridades de los proyectos de comunicación turística. Los públicos turísticos y su identificación. Técnicas y tácticas de comunicación turística. Gestión de eventos y comunicación	

turística. 6.- LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN CULTURAL. La industria cultural y la comunicación. Selección y priorización de públicos. Las técnicas y tácticas de la comunicación cultural. El marketing de productos culturales. La cultura y la imagen de las ciudades. 7.- PROYECTO DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES. Las relaciones públicas de empresas multinacionales. Los públicos extranjeros: identificación y priorización. Los públicos multiculturales. La elaboración estratégica de mensajes dirigidos a públicos internacionales. Estrategias de comunicación multiculturales. La evaluación de los proyectos de relaciones públicas internacionales. 8.- GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC). Las dimensiones de la RSC. Modelos de gestión de la RSC. Transparencia corporativa y RSC. La memoria de RSC. 9.- LOS PROYECTOS DE RELACIONES PÚBLICAS PROACTIVAS (*ISSUES MANAGEMENT*). Las RR.PP. proactivas. Identificación de temas y públicos potencialmente conflictivos: técnicas de investigación. Priorización: el gabinete de temas potencialmente conflictivos. Posicionamiento de la organización. Implantación de la estrategia. Seguimiento y control.	
Competencias generales	CB7 - 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 – Ser capaz 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- Comunicar conclusiones —y los conocimientos y razones últimas que las sustentan— a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
Competencias especificas	E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas. E3.- Relacionarse con diferentes públicos a través de formas y sistemas de comunicación estratégicamente diseñados.

	E4.- Elaborar y estructurar historias, relatos y mensajes corporativos a través de técnicas adecuadas, para ser transmitidos a los públicos previamente identificados en la planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas. E6.- Ajustar el proceso estratégico de la comunicación a diferentes sectores especializados, adaptando los mensajes y las técnicas de comunicación a cada uno de los públicos propios de esos sectores especializados. E7.- Presupuestar proyectos de comunicación estratégica a través de la elección de las partidas correctas previa valoración de su idoneidad y aceptabilidad.
Resultados de aprendizaje	(1) Diseñar proyectos de relaciones públicas adaptados a las características del sector especializado en el que se quieran ejecutar, respetando los estándares de la ética profesional. (2) Diseñar un proyecto responsabilidad social corporativa. (3) Diseñar proyectos de relaciones públicas proactivas. (4) Investigar, segmentar y priorizar, en función de su relevancia estratégica, los diferentes públicos del entorno de las organizaciones. (5) Fijar objetivos de comunicación que sean realistas, alcanzables, mensurables y programables en el tiempo. (6) Evaluar el cumplimiento o no de los objetos a través de las técnicas de investigación adecuadas. (7) Aplicar estratégicamente las técnicas de ideación para investigar la creatividad de los mensajes y relatos del proyecto de comunicación y relaciones públicas. (8) Redactar mensajes y discursos específicos para cada público del proyecto de comunicación y relaciones públicas. (9) Elaborar presupuestos de proyectos de comunicación estratégica y relaciones públicas en sectores especializados de acuerdo con los objetivos fijados. (10) Diseñar un proyecto responsabilidad social corporativa.

Actividades formativas	AF1: Clase magistral (Lecture): El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias. AF2: Seminario/Workshop: El profesor dirige sesiones prácticas. Las sesiones incluyen actividades y/o debates diseñados específicamente para que los estudiantes adquieran y apliquen las competencias predefinidas. AF5: Tutorías individuales. El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando. AF7: Preparación de trabajos. Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

TOPOLOGÍA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral	40	100%
Seminarios	10	100%
Tutorías individuales	15	100%
Preparación de trabajos	125	0%

Metodologia docente	M11: Aprendizaje basado en la solución de problemas [individual]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M12: Aprendizaje basado en la solución de problemas [en grupo]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M21: Realización de proyectos [individual]: El estudiante lleva a cabo un proyecto, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior.
Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S3. Participación en discusiones y seminarios

Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1	50%	100%

	S3	50%	100%

Nombre de la materia: Comunicación Digital - Public Relations and Digital Media	
ECTS: 7'5 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organización temporal:	Cuadrimestre 2
Idioma/s	Inglés

La materia se propone trabajar la reconfiguración de las relaciones públicas a partir de la emergencia de las nuevas formas de comunicación digital interactiva en red. Por un lado se analizarán las mutaciones producidas en el ecosistema de medios desde la llegada de la web, prestando particular atención a las transformaciones más recientes (redes sociales, comunicación móvil, etc.) desde una perspectiva teórica y analítica; por otra parte, los estudiantes se especializarán en aspectos estratégicos y productivos de las relaciones públicas en línea (gestión de un gabinete de comunicación virtual; estrategia, diseño y producción de la comunicación en línea; etc.) y en el nuevo papel de los usuarios como consumidores y generadores de contenido.

Detalle del contenido:

1.- EL NUEVO ECOSISTEMA MEDIOS
Introducción a la ecología y evolución de los medios
Un nuevo paradigma de comunicación: del *broadcasting* a las redes sociales
Nuevos medios, nuevos métodos de investigación: usabilidad, web analytics, semiótica de las interfaces, etnografía virtual.
2.-LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN DIGITAL INTERACTIVA
Relaciones públicas 2.0: situación y tendencias de las redes sociales
Gestión de comunidades en línea (*community management*)
Gabinete de comunicación virtual: contenidos y funciones
Publicidad *online.* Nuevos formatos y estrategias
La construcción de la marca en entornos interactivos
3.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ENTORNO DIGITAL
Old Newsroom y New media: Desafíos conceptuales y económicos
Parámetros de evaluación de la adaptación de los medios al entorno virtual
Nuevas tendencias y parámetros de evaluación de los medios de comunicación en el entorno de la web móvil.
4.- EL PAPEL DE LOS USUARIOS
Nuevas formas de acceso a la información en el entorno virtual
El papel del usuario en el entorno virtual: interacción y contenido generado por los usuarios

Competencias generales	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación CB7 - 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 – Ser capaz 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 - Comunicar conclusiones —y los conocimientos y razones últimas que las sustentan— a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG2 – Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.
Competencias especificas	E3.- Relacionarse con diferentes públicos a través de formas y sistemas de comunicación estratégicamente diseñados. E4.- Elaborar y estructurar historias, relatos y mensajes corporativos a través de técnicas adecuadas, para ser transmitidos a los públicos previamente identificados en la planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas. E6.- Ajustar el proceso estratégico de la comunicación a diferentes sectores especializados, adaptando los mensajes y las técnicas de comunicación a cada uno de los públicos propios de esos sectores especializados. E7.- Presupuestar proyectos de comunicación estratégica a través de la elección de las partidas correctas previa valoración de su idoneidad y aceptabilidad.
Resultados de aprendizaje	(1) Planificar y ejecutar una estrategia de medios sociales. (2) Argumentar el porqué del uso, en solitario o combinado con los medios de comunicación tradicionales, de los medios digitales y sociales. (3) Adaptar las líneas argumentales del proyecto de comunicación y relaciones públicas a los formatos digitales y las comunicaciones en redes sociales. (4) Planificar y ejecutar un proyecto de comunicación estratégica en medios digitales al servicio de las organizaciones y sus marcas.

<table>
<tr><td rowspan="6">Actividades formativas</td><td colspan="3">AF1: Clase magistral (Lecture):
El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias.
AF3: Sesiones en el aula de informática, con profesor. Las sesiones implican la realización de actividades en ordenador (uso de software específico, consulta de bases de datos, etc.)
AF4: Tutorías grupales.
El profesor tutoriza a los distintos grupos mientras éstos trabajan en el proyecto en clase.
AF5: Tutorías individuales.
El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando.
AF6: Preparación de presentaciones orales
Los estudiantes diseñan y preparan una presentación oral dirigida al profesor y a sus compañeros.
AF7: Preparación de trabajos.
Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.</td></tr>
<tr><td>TIPOLOGIA ACTIVIDAD</td><td>HORAS</td><td>PRESENCIALIDAD</td></tr>
<tr><td>Clase magistarl</td><td>20</td><td>100%</td></tr>
<tr><td>Sesiones en el aula informática</td><td>10</td><td>100%</td></tr>
<tr><td rowspan="4"></td><td>Tutorías grupales</td><td>17,5</td><td>100%</td></tr>
<tr><td>Tutorias individuales</td><td>15</td><td>100%</td></tr>
<tr><td>Preparación de presentaciones orales</td><td>25</td><td>0%</td></tr>
<tr><td>Preparación de trabajos</td><td>100</td><td>0%</td></tr>
</table>

Metodologia docente	M11: Aprendizaje basado en la solución de problemas [individual]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M12: Aprendizaje basado en la solución de problemas [en grupo]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M21: Realización de proyectos [individual]: El estudiante lleva a cabo un proyecto, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior. M22: Realización de proyectos [en grupo]: En un grupo, los estudiantes llevan a cabo un proceso, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior. M31: Estudio de caso [individual]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones. M32: Estudio de caso [en grupo]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones.
Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S2. Trabajo en grupo S4. Exposición oral

Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1	50%	100%
S2	50%	100%
S4	50%	100%

Nombre de la materia: Asuntos públicos e incidencia política - Public affairs and advocacy	
ECTS: 5 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organitzación temporal:	Cuadrimestre 2
Idioma/s	Inglés

El objetivo principal de esta materia es mostrar el proceso de los asuntos públicos (“public affairs”) y de las estrategias de incidencia política de grupos activistas y de elaboración del discurso público de defensa de una casusa o problemática pública (“advocacy"). Los asuntos públicos han alcanzado ya un considerable estatus académico considerando el número de investigadores, artículos académicos y bibliografía académica, aunque su propia especificidad y objeto siguen siendo el centro de los debates académicos. Por lo tanto, las “public affairs” se consideran desde una perspectiva sociológica para establecer un terreno común con otros campos de las ciencias sociales. En este sentido, la materia se centra en dar respuestas teórico-prácticas a cuestiones como: "¿Qué asuntos públicos se consideran realmente “asuntos públicos"? ¿Cuál es el proceso que hace que un tema específico se convierta en una problemática o tema público? ¿Cómo son estos "asuntos públicos" percibidos por los gobiernos, públicos estratégicos y las propias empresas privadas? ¿Cómo se gestionan los asuntos públicos? y ¿Qué tipo de relatos de defensa pública de una causa o tema se crean en torno a estos asuntos públicos por parte de grupos activistas? ¿Cuál es la relación entre estos relatos y una empresa privada, un gobierno o una reputación institucional? Descripción del contenido 1.- LOS ASUNTOS PÚBLICOS DESDE LA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA. La conversión de una problemática pública como “asunto público”? ¿Son todos los asuntos públicos realmente “públicos”? ¿Qué tipos de asuntos públicos se incluyen y excluyen generalmente de la perspectiva de las “public affairs”? ¿Por qué? 2.- TENDENCIAS Y TRADICIONES DE LAS “PUBLIC AFFAIRS”. 3.- EL PROCESO DE LOS ASUNTOS PÚBLICOS Y SUS PERCEPCIONES: de la “public perception” a las “public affairs·; de los asuntos públicos a la gestión pública; de la gestión pública a las narrativas públicas; de las narrativas públicas a la percepción social de los asuntos públicos. 4.- EL ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN SOCIAL DE LAS "PUBLIC AFFAIRS". Conceptos, teorías y enfoques prácticos. 5.- ESTUDIOS DE CASO: política; publicidad institucional y comercial; ecología y medio ambiente advocaciones: ONG y otros grupos de la sociedad civil; reputación financiera.	
Competencias generales	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación CB7 - 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 CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de

	ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG1 - Idear, documentar y redactar y publicar textos académicos originales y de calidad. CG2 – Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.
Competencias especificas	E1.– Aplicar las teorías, el método científico y conceptos clave de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación para producir trabajos de investigación académica significativos y para sustentar la toma de decisiones en la práctica profesional. E3.- Relacionarse con diferentes públicos a través de formas y sistemas de comunicación estratégicamente diseñados. E4.- Elaborar y estructurar historias, relatos y mensajes corporativos a través de técnicas adecuadas, para ser transmitidos a los públicos previamente identificados en la planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas. E6.- Ajustar el proceso estratégico de la comunicación a diferentes sectores especializados, adaptando los mensajes y las técnicas de comunicación a cada uno de los públicos propios de esos sectores especializados.
Resultados de aprendizaje	(1) Mostrar conocimiento del proceso de conversión en público de un asunto dado. (2) Investigar, segmentar y priorizar, en función de su relevancia estratégica, aquellos asuntos de relevancia pública. (3) Analizar la percepción social de los asuntos públicos. (4) Analizar el discurso utilizado en las campañas de incidencia política. (5) Planificar una estrategia de asuntos públicos.
Actividades formativas	AF1: Clase magistral (Lecture): El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias. AF2: Seminario/Workshop: El profesor dirige sesiones prácticas. Las sesiones incluyen actividades y/o debates diseñados específicamente para que los estudiantes adquieran y apliquen las competencias predefinidas. AF4: Tutorías grupales. El profesor tutoriza a los distintos grupos mientras éstos trabajan en el proyecto en clase. AF5: Tutorías individuales. El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando.

	AF7: Preparación de trabajos. Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral	10	100%
Seminarios	5	100%
Tutorías grupales	5	100%
Tutorías individuales	15	100%
Preparación de trabajos	90	0%

Metodologia docente	M12: Aprendizaje basado en la solución de problemas [en grupo]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M21: Realización de proyectos [individual]: El estudiante lleva a cabo un proyecto, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior. M22: Realización de proyectos [en grupo]: En un grupo, los estudiantes llevan a cabo un proceso, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior. M31: Estudio de caso [individual]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisión, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones. M32: Estudio de caso [en grupo]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisión, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones. M4: Aprendizaje cooperativo [en grupo]: Realización de un proyecto cooperativo en el que cada estudiante deba llevar a cabo individualmente una serie de tareas imprescindibles para el correcto desarrollo del proyecto global.

Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S2. Trabajo en grupo S3. Participación en discusiones y seminarios		
	Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
	S1	50%	100%
	S2	50%	100%
	S3	50%	100%

Nombre de la materia: Investigación cuantitativa aplicada - Research and Evaluation for Practice	
ECTS: 5 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organitzación temporal:	Cuadrimestre 2
Idioma/s	Inglés
Los métodos y técnicas de investigación cuantitativos necesarios para llevar a cabo la investigación en el ámbito de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación. Descripción del contenido 1.- FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA APLICADA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y RELACIONES PÚBLICAS. Metodología de la investigación académica en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas. Investigación académica en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas. Investigación cuantitativa en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas. La medición de los resultados en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas. 2.- PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y RELACIONES PÚBLICAS: FASES Y CONCEPTOS. Concepción de la idea. Planteamiento del problema de investigación. Elaboración y construcción del marco teórico. Elaboración de conceptos. La conversión de conceptos en variables: la operacionalización. Sistema de hipótesis y su formulación. Diseño de la investigación. Delimitación y diseño de la muestra. 3.- METODOLOGÍA Y TÉCNICAS CUANTITATIVAS. La encuesta en comunicación estratégica y relaciones públicas. El análisis del contenido en comunicación estratégica y relaciones públicas: el análisis de contenido de los medios de comunicación. El método experimental en las relaciones públicas. 4.- LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN: ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y ASPECTOS A CONSIDERAR. 5.- ANÁLISIS ESTADÍSTICO. Métodos estadísticos: análisis univariable, análisis bivariable: correlaciones, tablas contingencia y análisis de varianza; análisis multivariable; estudios experimentales. Software estadístico: SPSS. 6.- PRESENTACIÓN DE RESULTADOS. Criterios formales. Difusión académica y profesional.	
Competencias generales	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/

	o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación CB7 - Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio CB9 - Comunicar conclusiones —y los conocimientos y razones últimas que las sustentan— a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG1 - Idear, documentar y redactar y publicar textos académicos originales y de calidad. CG2 – Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.
Competencias especificas	E1.– Aplicar las teorías, el método científico y conceptos clave de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación para producir trabajos de investigación académica significativos y para sustentar la toma de decisiones en la práctica profesional. E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas.
Resultados de aprendizaje	(1) Aplicar los métodos y técnicas cuantitativos al estudio de la teoría y práctica de la gestión de la comunicación y las relaciones públicas. (2) Elaborar un marco teórico y conceptual para el diseño de una investigación científica en gestión de la comunicación y las relaciones públicas. (3) Recoger datos sistemáticos para su posterior tratamiento de análisis científico. (4) Analizar científicamente los datos recogidos de manera sistemática.
Actividades formativas	AF1: Clase magistral (Lecture): El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias. AF3: Sesiones en el aula de informática, con profesor. Las sesiones implican la realización de actividades en ordenador (uso de software específico, consulta de bases

de datos, etc.)
AF4: Tutorías grupales.
El profesor tutoriza a los distintos grupos mientras éstos trabajan en el proyecto en clase.
AF5: Tutorías individuales.
El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando.
AF7: Preparación de trabajos.
Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistarl	16	100%
Sesiones aula informática	4	100%
Tutorías grupales	10	100%
Tutorías individuales	15	100%
Preparación de trabajos	80	0%

Metodologia docente

M11: Aprendizaje basado en la solución de problemas [individual]:
Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura.
M21: Realización de proyectos [individual]:
El estudiante lleva a cabo un proyecto, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior.
M31: Estudio de caso [individual]:
Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones.

Métodos de evaluación

S1. Trabajo individual
S2. Trabajo en grupo

Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
S1	50%	100%
S2	50%	100%

Nombre de la materia: Diplomacia pública y Comunicación Estratégica - Public Diplomacy and Strategic Communication	
ECTS: 5 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organización temporal:	Cuadrimestre 2
Idioma/s	Inglés

El objetivo principal de esta materia es introducir al alumnado en las principales teorías y los conceptos básicos de la diplomacia pública, entendida desde la perspectiva de la comunicación y las relaciones públicas. Desde este punto de vista, se abordará la diplomacia pública como comunicación estratégica cuyo sujeto promotor son los países y sus diversas administraciones públicas.
Asimismo, se explorarán las relaciones entre diplomacia pública, *place branding* y comunicación turística, y los diversos componentes que forman la imagen internacional de un país.
También se analizarán diversos casos de estudio, tanto de grandes potencias internacionales como de países con menor presencia mediática o de naciones sin estado.
La materia pretende capacitar al alumnado para comprender de manera global el fenómeno de la diplomacia pública y para analizar las estrategias y herramientas de comunicación que se utilizan en este ámbito.

Descripción del contenido

1.- INTRODUCCIÓN. Antecedentes e historia de la diplomacia pública. Definición y teorías. Conceptos relacionados: “Soft power”, reputación, propaganda, relaciones públicas.
2.- LA IMAGEN Y REPUTACIÓN DE UN PAÍS. La marca país. Relación entre diplomacia pública, *place branding* y comunicación turística.
3.- LOS SUJETOS PROMOTORES DE LA COMUNICACIÓN EN LA DIPLOMACIA PÚBLICA. Organismos internacionales, países, regiones, ciudades. El papel de las administraciones públicas y de los organismos privados y empresas.
4.- HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN DIPLOMACIA PÚBLICA. Relación con los medios, eventos, productos culturales, programas de intercambio, personajes públicos, marcas comerciales, medios sociales y herramientas 2.0.
5.- ANÁLISIS DE CASOS RELEVANTES. Potencias internacionales (Estados Unidos, Reino Unido, China), países emergentes (Brasil, Corea del Sur), naciones sin estado (Cataluña, Escocia).

Competencias generales	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación CB7 - 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 CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG1 - Idear, documentar y redactar y publicar textos académicos originales y de calidad. CG2 – Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.
Competencias especificas	E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas. E3.- Relacionarse con diferentes públicos a través de formas y sistemas de comunicación estratégicamente diseñados. E4.- Elaborar y estructurar historias, relatos y mensajes corporativos a través de técnicas adecuadas, para ser transmitidos a los públicos previamente identificados en la planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas. E5.- Distinguir la influencia de los distintos contextos étnicos, culturales y organizacionales en la práctica de las relaciones públicas y la gestión en comunicación a partir de la aplicación de teorías relacionadas. E6.- Ajustar el proceso estratégico de la comunicación a diferentes sectores especializados, adaptando los mensajes y las técnicas de comunicación a cada uno de los públicos propios de esos sectores especializados.

<table>
<tr><td>Resultados de aprendizaje</td><td>(1) Mostrar conocimiento de los vínculos entre la comunicación estratégica, las relaciones públicas y la diplomacia pública.
(2) Evaluar si las estrategias de comunicación de territorios, ciudades, naciones y países son de diplomacia pública, de place branding o de comunicación turística.
(3) Sacar conclusiones desde el punto de vista de la comunicación estratégica del análisis de casos relevantes de diplomacia pública.
(4) Diseñar, planificar e implantar estrategias de creación de reputación de territorios, ciudades, naciones y países en públicos internacionales.</td></tr>
<tr><td>Actividades formativas</td><td>AF1: Clase magistral (Lecture):
El profesor expone conceptos de la asignatura a los estudiantes, en sesiones plenarias.
AF2: Seminario/Workshop:
El profesor dirige sesiones prácticas. Las sesiones incluyen actividades y/o debates diseñados específicamente para que los estudiantes adquieran y apliquen las competencias predefinidas.
AF5: Tutorías individuales.
El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando.
AF7: Preparación de trabajos.
Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.
<table>
<tr><td>TIPOLOGIA ACTIVIDAD</td><td>HORAS</td><td>PRESENCIALIDAD</td></tr>
<tr><td>Clase magistral</td><td>15</td><td>100%</td></tr>
<tr><td>Seminarios</td><td>5</td><td>100%</td></tr>
<tr><td>Tutorías individuales</td><td>15</td><td>100%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td></td><td>Prepración de trabajos | 90 | 0%</td></tr>
</table>

Metodologia docente	M11: Aprendizaje basado en la solución de problemas [individual]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M12: Aprendizaje basado en la solución de problemas [en grupo]: Los estudiantes deben encontrar una respuesta a una pegunta o problema aplicando los conceptos aprendidos en la asignatura. M22: Realización de proyectos [en grupo]: En un grupo, los estudiantes llevan a cabo un proceso, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior. M32: Estudio de caso [en grupo]: Los estudiantes trabajarán una situación real relacionada con una decisió, oportunidad o problema que debe afrontar una organización en un contexto específico. Para ello, los estudiantes deberán analizar la información, definir su posición, experimentar y tomar decisiones. M4: Aprendizaje cooperativo [en grupo]: Realización de un proyecto cooperativo en el que cada estudiante deba llevar a cabo individualmente una serie de tareas imprescindibles para el correcto desarrollo del proyecto global.		
Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S3. Participación en discusiones y seminarios		
	Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
	S1	50%	100%
	S3	50%	100%

Nombre de la materia: Trabajo Final de Máster	
ECTS: 30 ECTS	Caracter: Obligatoria
Organitzación temporal:	Cuadrimestre 3
Idioma/s	Inglés

El Trabajo Final de Máster (TFM) comporta la realización, por parte del estudiante, de un proyecto en el que se apliquen, se integren y se desarrollen los conocimientos, las capacidades, las competencias y las habilidades adquiridos en los estudios universitarios del Máster. El TFM podrá constituir una aportación novedosa al desarrollo de la teoría de las relaciones públicas y de la comunicación estratégica. En el caso de que esta aportación se fundamente en la práctica de la profesión, requerirá investigación empírica y etnográfica.
Por consiguiente, la temática será libre si cumple con el requerimiento anterior. A ser posible, se espera que el alumno tenga un tema de investigación concreto que, con la ayuda de su adscripción a un grupo de investigación del Departamento de Comunicación y de las diferentes materias, vaya cristalizando en un proyecto concreto de investigación y en el trabajo final de investigación, naturalmente obligatorio, que normalmente se elabora bajo la supervisión de un tutor durante los últimos nueve meses del Máster (entre los meses de abril y diciembre), y que se defiende en sesión pública ante un Tribunal formado al efecto. El estudiante intensifica su dedicación al TFM en el tercer trimestre, aunque puede empezarse antes, si así se determina de acuerdo con los directores y tutores académicos. El Máster concluye con la evaluación y calificación del TFM.

En cuanto a su estructura, tendrá que incluir, como mínimo:

- Una presentación del tema específico escogido y justificación de su importancia, novedad y relevancia académica.
- Estado de la cuestión.
- Problema de investigación, pregunta de investigación y/o hipótesis, objetivos.
- Metodología, especificando las técnicas concretas a aplicar en la investigación.
- Estructura y contenidos de la investigación a desarrollar, definición de los concpetos principales sobre los que se construirá la investigación.
- Bibliografía, documentación y materiales necesarios para los objetivos de la investigación.
- Cronograma.

La calificación final del TFM se obtendrá a partir de tres evaluaciones:

- Evaluación del tutor o tutora (30% de la nota final)
- Evaluación del Tribunal Final (70% de la nota final)

Para el cálculo de la nota final, ninguno de las calificaciones descritas en los apartados anteriores podrá ser inferior a 4

Evaluación del tutor o tutora

Deberá tener en cuenta los siguientes elementos:

- Participación en las sesiones de tutoría (presenciales o virtuales).
- Cumplimiento del plan de trabajo y temporalización
- Memoria escrita: Justificación, Forma (Índice, paginación, redacción,

fuentes de investigación y bibliografía), Hipótesis formuladas, Fundamentos teóricos, Creatividad e innovación, Metodología y Trabajo de campo, Bases documentales.

b) Evaluación del Tribunal Final.

La evaluación final del TFM se realizará mediante la entrega y defensa oral del mismo.

El Tribunal Final estará formado por tress académicos del Departamento de Comunicación de la UPF i/o de la *Division of Communications, Media and Culture* de la Universidad de Stirling. En caso de defenderse en la sede de la University of Stirling, la proporción será de dos académicos de esta universidad y uno de la UPF. En caso de defenderse ne la Universitat Pompeu Fabra, dos miembros del tribunal seran de la UPF y uno de la University of Stirling.

El Tribunal Final emitirá una calificación que tendrá que tener en cuenta los siguientes elementos:

- Calidad del proyecto (75% de la nota final del Tribunal).
- Exposición oral (25% de la nota final del Tribunal)

Competencias generales	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación CB7 - 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 – Ser capaz 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 - Comunicar conclusiones —y los conocimientos y razones últimas que las sustentan— a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. CB10 - Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. CG1 - Idear, documentar y redactar y publicar textos académicos originales y de calidad. CG2 – Conocer y manejar adecuadamente los documentos académicos relevantes, y las bases de datos que permiten el acceso a dichos documentos, para la redacción de trabajos académicos.
Competencias especificas	E1.– Aplicar las teorías, el método científico y conceptos clave de las relaciones públicas y la gestión de la comunicación para producir trabajos de investigación académica significativos y para sustentar la toma de decisiones en la práctica profesional. E.2.- Diseñar y ejecutar un proyecto investigador sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, a través de las metodologías adecuadas y encuadrando el proyecto en el marco de las recientes teorías científicas. E3.- Relacionarse con diferentes públicos a través de formas y sistemas de comunicación estratégicamente diseñados. E4.- Elaborar y estructurar historias, relatos y mensajes corporativos a través de técnicas

	adecuadas, para ser transmitidos a los públicos previamente identificados en la planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas. E5.- Distinguir la influencia de los distintos contextos étnicos, culturales y organizacionales en la práctica de las relaciones públicas y la gestión en comunicación a partir de la aplicación de teorías relacionadas. E6.- Ajustar el proceso estratégico de la comunicación a diferentes sectores especializados, adaptando los mensajes y las técnicas de comunicación a cada uno de los públicos propios de esos sectores especializados. E7.- Presupuestar proyectos de comunicación estratégica a través de la elección de las partidas correctas previa valoración de su idoneidad y aceptabilidad.
Resultados de aprendizaje	Al finalizar el Trabajo Final de Máster los alumnos serán capaces de: *(1)* Diseñar e implementar una memoria sistemática de investigación para el tema escogido para d*esarrollar la investigación propia del estudiante.* *(2) Estructurar con claridad y sentido crítico los métodos y teorías a aplicar en la investigación.* *(3) Evaluar las fuentes científicas y los datos recogidos de forma sistemática para la investigación.* (4) Argumentar el propio trabajo en función de las fuentes científicas evaluadas.
Actividades formativas	AF5: Tutorías individuales. El profesor tutoriza al estudiante/grupo de estudiantes en relación con el proyecto que estén realizando. AF6: Preparación de presentaciones orales Los estudiantes diseñan y preparan una presentación oral dirigida al profesor y a sus compañeros. AF7: Preparación de trabajos. Los estudiantes elaboran los trabajos, individuales o grupales, que deberán presentar en clase o al finalizar la asignatura.

TIPOLOGIA ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD

	Tutorías individuales	50	100%
	Preparación de presentaciones orales	120	0%
	Preparación de trabajos	580	0%
Metodologia docente	M21: Realización de proyectos [individual]: El estudiante lleva a cabo un proyecto, estructurado como una secuencia con diferentes etapas. Los contenidos referentes a cada etapa se dan a los estudiantes una vez hayan superado la etapa anterior.		
Métodos de evaluación	S1. Trabajo individual S4. Exposición oral		
	Método de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
	S1	25%	75%
	S4	0%	25%

6. Personal académico

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

Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
University of Stirling	**Profesor titular**	**100%**	**100%**	**50%**
UPF	**Profesor titular de universidad**	**50%**	**100%**	**38,3%**
UPF	**Profesor agregado**	**25%**	**100%**	**7,1%**
UPF	**Ayudante doctor**	**12%**	**100%**	**2,5%**
UPF	**Ayudante**	**12%**	**100%**	**2,1%**

Previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios:

El diseño del máster prevé la presencia de profesorado especialista en comunicación estratégica y relaciones públicas.

Durante el primer cuadrimestre, el profesorado encargado de la docencia en la Universidad de Stirling son todos doctores y con dedicación a tiempo completo.

Las enseñanzas que se impartirán en el segundo cuadrimestre en Barcelona estarán a cargo de profesores doctores con dedicación a tiempo completo.

Por consiguientes, el 100% del profesorado tendrán acreditada la suficiencia investigadora necesaria para poder impartir la docencia y dirigir los trabajos finales del máster con absoluta competencia.

Tanto la Division of Communications, Media & Culture de la Universidad de Stirling, como el departamento de Comunicación de la UPF disponen del Personal de Administración y Servicios necesario para la gestión del máster.

PROFESORADO DE LA UNIVERSIDAD DE STIRLING

JULIA JAHANSOOZI

Personal record:

Surname:	**Jahansoozi**
First name:	**Julia**
Address:	49 Allanvale Road, Bridge of Allan, Stirling, FK9 4PA, Scotland, UK
Telephone:	+44 (0) 7568322671
E-mail address:	Julia.Jahansoozi@stir.ac.uk
Nationality:	British / Canadian
Gender:	Female

Educational background:

University:

Name and place	Date	Degree
University of Stirling, Scotland, UK	2008	PhD in Public Relations – Thesis title: "When Interests Collide: The Story of an Industry-Community Relationship"
University of Stirling, Scotland, UK	2000	MSc in Public Relations
The Robert Gordon University, UK	1998	PgC Publishing Studies
University of Victoria, Canada	1993	BSc Psychology (major) and Political Science (minor)

Employment record (starting with most recent post):

Employer:	University of Stirling
Current position:	Lecturer Division of Communications, Media & Culture
From:	September 2008
To:	Present

Description of University:
The University of Stirling is a teaching and research-led higher education institution in the UK. Public Relations is mainly taught at the postgraduate level, with an option module at the undergraduate level.

Description of current work:

- Acting Head of Division (01 July 2012 – 01 March 2013 sabbatical cover) – responsible for a leading and managing the Division of Communications, Media & Culture (18 academic staff).
- Programme Director for the MSc Strategic Public Relations (Double Degree with Lund University); MSc Public Communications Management (Online); MSc Strategic Communication and Public Relations (Joint Degree with Pompeu Fabra University, Barcelona – starts Sept 2013); and covering as Programme Director for a colleague on sabbatical for the MSc Media & Communications Management (Vietnam programme – delivered in HCM, Danang, and Hanoi).
- Teach and lead modules/courses on the MSc Public Communications Management (Online), MSc Strategic Public Relations, and MSc Strategic Public Relations programmes as well as on the programmes we offer in Vietnam (MSc Media & Communications Management).
- Module leader/co-ordinator for public affairs and advocacy, social influence, conflict resolution and negotiation skills, marketing communications, international communication, foundations of communication. I also contribute to modules on organizational communication and communicatio management, media relations, strategic public relations and communication management theory, public diplomacy and strategic communication, and public relations in context.
- Curriculum development and the development of new programmes (MSc Public Communications Management; MSc Strategic Public Relations (Joint programme with Lund University, Sweden); MSc Strategic Public Relations (Joint programme with Pompe Fabra University, Barcelona, Spain); BA(Hons) Film & Media and Communications Practice.

- Contribute to research activities – current research is focused on public private partnerships, NGOs, corporates, and farmers within the cocoa sector based in West Africa; lobbying in Nigeria; petroleum industry community relations; industry-community relationships.
- PhD supervision – currently supervising four PhD students as primary supervisor and three PhD students as secondary/specialist supervisor.
- PhD Internal Examiner: I have recently examined four PhD candidates: Aida Mokhtar (2011); Suttanipa Srisai (2011); Zeti Ahmad (2012); Thomas Beke (2012)
- Contribute to the further development of links with the public relations and corporate communication industry

Employer: **University of Central Lancashire**
Position: **Principal Lecturer & Division Leader**
From: August 2005
To: September 2008
Position: **Senior Lecturer**
From: September 2001
To: August 2005

Description of University:
The University of Central Lancashire is a post-1992 higher education institution. The Division of Public Relations & Communication Management is located within the Lancashire Business School, Faculty of Management. The division offers a range of undergraduate and postgraduate courses underpinned by the latest research and scholarship and embody key skills and competencies.

Description of work:
- Led the Division of Public Relations & Communication Management and managed team of lecturers, course planning and development.
- Supervised academics within the team and was responsible for appraisals, work plans, and research budgets.
- Led and developed research in the areas of public relations and strategic communication.
- Oversaw and managed the MSc International Applied Communication programme and its franchised provision at the Hogeschool Utrecht University of Professional Education (HU) in the Netherlands and at the University of Ljubljana.
- Developed curriculum and new programmes: MSc International Applied Communication – this programme was accredited in both the UK and the Netherlands and students received a double award from UCLAN and HU; BA (Hons) Business Communication – students on this programme spent the first two years of the degree at the Shanghai Institute of Foreign Trade, Shanghai, and then completed the final year at UCLAN in Preston.
- Oversaw and managed the BA (Hons) Business Communication programme and its franchised provision at the SIFT in Shanghai, China.
- Taught and led public relations modules at undergraduate level (social influence in context, public relations theory and practice, public relations management, dissertation supervision) and postgraduate level (applied communication: theoretical concepts and principals, and applied communication management) as well as dissertation supervision. Also involved in research degree / PhD supervision.
- Contributed to research activities / RAE rating for the division and department and develop research in the area of organisation-public relationships.
- Organised the 2006 Euprera Congress on Strategic Communication in a Multi-Cultural Context.
- Contributed to the further development of links with the public relations and communication industry, to the enhancement of the Department's reputation in that industry and to the benefit of its students.

Employer: **Citigate Dewe Rogerson**
Position: **Consultant**
From: September 2000
To: August 2001

Description of employer:
Citigate Dewe Rogerson is a leading international consultancy specialising in financial and corporate communications. Its work for clients, ranging from Fortune 500 companies to start-ups,

centres on developing and building corporate brands and actively managing corporate reputations, notably with international capital markets but also with all other stakeholder groups.

Description of work:

- Led and managed public relations accounts for clients in the B2B corporate IT and telecommunications sector.
- Key tasks included devising and implementing communication strategies for FTSE 100 companies, public affairs, media relations, analyst relations, employee communication and issues management.
- Devised and implemented long-term strategies for pre-IPO companies wishing to list on the LSE.
- Coordinated, prepared and implemented public relations campaigns.
- Participated in new business proposal writing and pitching.

Employer: **Munro's Books, Victoria, British Columbia, Canada**
Position: **Literary Events Co-ordinator and Trade Book Buyer**
From: September 1993
To: August 1999

Description of employer:
Munro's Books is a large independent bookshop which carries over 100,000 titles and hosts the annual Victoria Literary Arts festival as well as regular international literary events and book launches.

Description of work:

- Co-ordinated international literary events, book launches and author signings.
- Responsible for media relations connected to events (author interviews, reviews, etc).
- Wrote book reviews, interviewed award-winning authors (Pulitzer Prize and Man Booker Prize winners, etc) and co-produced quarterly newsletters.
- Responsible for buying / selecting new hardcover and remainder titles (30% of $4 million turnover) as well as attending international trade shows / book fairs.
- Oversaw training for new staff.
- Initiated IT projects / upgrades.

Employer: **YM-YWCA of Greater Victoria, Canada**
Position: **Freelance Writer**
From: October 1998
To: May 1999
Project: 1999 Women of Distinction Awards

Description of project and position:
The YM – YWCA of Greater Victoria annually hosts the Women of Distinction Awards. The Awards acknowledge outstanding leadership in different business sectors by women and are part of the on-going fundraising campaign, which supports programmes for women and children.

Description of work:

- Responsible of producing all written materials and copy for speeches, press packs, biographies, news releases, video releases, public service announcements, and newsletters.
- Provided media training for Board Members.
- Responsible for media relations connected to the Awards.

Employer: **Rotary Clubs of Greater Victoria**
Position: **Freelance Media Relations**
From: May 1998
To: July 1998
Project: 1998 Victoria International Air Show

Description of project:
The Rotary Clubs of Greater Victoria hosted the 1998 Victoria International Air Show as a charity fundraising activity. As part of a team of four I led the media relations activities and organised a

media events day as well as organised film crews, interviews, and rides for members of the media on the day of the Air Show. Over 40,000 people attended the Air Show.

Description of work:

- Produced press kits (news releases, backgrounders on pilots and planes, organised photo calls, and interviews with journalists etc).
- Wrote feature articles and supplements for local and national newspapers in order to promote the Air Show.
- Liaised with municipal and provincial governments as well as with the Canadian and US Air Forces.
- Liaised with international media and hosted 70 accredited journalists.
- Hired staff (photographers) and managed 50 volunteers.

Employer:	**HMCS Malahat / Department of National Defence Canada**
Position:	**UNTD Junior Officer**
From:	1990
To:	1994

Description of work:

- Trained as a MARS (Maritime Surface and Subsurface) Officer specialising in Navigation.
- Undertook significant leadership development and training and was responsible for crew whilst on duty ashore and at sea.
- Secondary duties included the position of Information and Historical Officer and responsibility for producing the annual (historical) report.

Evidence of External Academic Esteem and Awards

- Current External Examiner roles:
    - BSc (Hons) Public Relations at University of Ulster
    - MA Public Affairs & Political Communication at Dublin Institute of Technology
    - MA International Communications at Leeds Metropolitan University

- Previous External Examiner roles:
    - Chief Examiner for the Chartered Institute of Public Relations for the Diploma programme (April 2009- December 2010)
    - BA(Hons) Media and Communication at Glasgow Caledonia University (2008-2012)
    - MA Public Relations at Dublin Institute of Technology (2008-2012);

- Member of Editorial boards: *Public Relations Inquiry* – Books Editor (2011 – present); *Journal of Communication Management* 2005 – present) ; *Journal of Public Relations Research* (2011 – present).

- Member of the following associations: Higher Education Academy; British Academy of Management; Euprera (European Public Relations and Education and Research Association) – Executive Director from 2002-2011

- Board Member November 2011 - present: NIDOS (Network of International Development Organizations in Scotland)

- Awards

- 2013 – 2015 UKIERI project examining media training and education and capacity building in India, £50,000 – Co-Investigator

- 2010 (August 08-12) IITA travel and subsistence grant to attend HumidTropics World Café in Accra, Ghana
- 2009 Günter Thiele PhD Award for Best Thesis in Public Relations and Communication Management within Europe – €2,500
- 2008 IITA travel and subsistence grant for field work linked to the Nigerian Presidential Initiative on Cassava
- 2008 UCLAN Research Funding / Livesey Award £10,000 - competitive research funding
- 2005 UCLAN Research Funding £2,500 – competitive research funding
- 2000 Countrywide Porter Novelli Award for highest achievement in the International Media and Communication module on the MSc in Public Relations programme at the University of Stirling.
- 1999 University of Stirling Overseas Scholarship Award.
- 1993 HMCS Malahat: Best Junior Officer Award.
- 1987 University of British Columbia, Canada, Scholarship Award – for achieving an academic standing within the top 5%.
- 1987 British Columbia Provincial Government Scholarship Award – for achieving an academic standing within the top 1%.

Publications:

As part of my work and freelance activities I have authored numerous reports, communication plans, speeches, by-lined articles, feature articles and public information materials for radio, TV as well as for press. The following are some of my most recent publications:

Forthcoming / Work in Progress:

Articles in Progress

Jahansoozi, J. (NYP). 'Lobbying in Nigeria: The Presidential Initiative on Cassava'.

Jahansoozi, J. (NYP). 'Exploring the Boom and Bust Experience of Bookshop Author Events'

Koper, E., & Jahansoozi, J. (NYP). 'An internal communication approach to support change management: the case of changing project management at IITA'.

Jahansoozi, J., & Jelen, A. (eds.) (forthcoming). *Handbook of International Public Affairs.* Book proposal already discussed with Routledge and to be submitted.

Peer Reviewed Journal Articles

Jahansoozi, J. (2007). 'Organization-Public Relationships: An exploration of the Sundre Petroleum Operators Group'. *Public Relations Review*. Vol.33, No 4, pp398-406.

Jahansoozi, J (2006) 'Organization-Stakeholder Relationships: Exploring Trust and Transparency'. *Journal of Management Development*. Vol 25, No 10, pp 942-955.

Jahansoozi, J and Koper, E (2005) 'Implications of globalisation for the public relations practice'. *Communicação e Sociedade*.Vol 8, pp 219-225.

Book Chapters:

Jahansoozi, J; Eyita, K., & Nnadozie Izidor, N. (2012). 'Naija: Mago Mago: Nigeria, Petroleum, and a History of Mismanaged Community Relations' in Sriramesh, K., & Verčič, D (eds) *Culture and Public Relations*. Routledge.

Babaleye, T., Koper, E., & Jahansoozi, J. (2009). 'Public Relations in Nigeria' in Sriramesh, K., & Verčič, D (eds) *The Global Public Relations Handbook Expanded and Revised Edition,* Routledge.

Spencer, C., & Jahansoozi, J. (2008) 'The Role of Research in Shaping and Measuring Communication: London's bid to Hold the 2012 Games' in van Ruler, B., Tkalac Verčič, A., & Verčič, D (eds) *Public relations metrics: Research and evaluation*, Taylor & Francis.

Jahansoozi, J (2006) 'Relationships, transparency and evaluation: the implications for public relations' in L'Etang, J., & Pieczka, M. (Eds) 2006. *Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice*, LEA.

Book Reviews:

Jahansoozi, J. (2009). Of 'Reconfiguring Public Relations: Ecology, equity, and enterprise', *Journal of Communication Management*, Vol 13, No 4

Conference Papers:

Jahansoozi, J. (2012). 'Exploring the Boom and Bust Experience of Bookshop Author Events'. Paper presented at the Book Cultures, Book Events: The Transnational Culture, Commerce, and Social Impact of Literary Events Conference, University of Stirling, 23-24 March

Koper, E., & Jahansoozi, J. (2011). 'An internal communication approach to support change management: the case of changing project management at IITA'. Paper presented at the 18th BledCom International Public Relations Research Symposium, July 1-2.

Jahansoozi, J., & Jelen, A. (2010). 'Communicating Europe in the UK'. Paper presented at the 17th BledCom International Public Relations Research Symposium, July

Jahansoozi, J. (2009). 'Lobbying in Nigeria: The Presidential Initiative on Cassava'. Paper presented at the 16th BledCom International Public Relations Research Symposium, July 2-4.

Jahansoozi, J. (2009). 'Exploring IITA's Private Public Relations in the Cocoa Industry'. Paper presented at Stirling 21 Conference, University of Stirling

Kuznetsov, A., Kuznetsova, O., Warren, R., & Jahansoozi, J. (2007). 'Managers' attitude towards the legitimacy of business in Russia'. Paper presented at the EUPRERA and LOKE Conference on Organization and Society: Legitimacy in a Changing World, September 27-30th.

Jahansoozi, J., & Koper, E. (2004). 'Exploring constructivism in relation to technology and transparency in public relations education and practice.' Paper presented at the 11th International Public Relations Research Symposium, July 1-3. (Published in the proceedings).

Koper, E., & Jahansoozi, J. (2004). 'The public relations catalyst model: towards a new approach to explore public relations and communication concepts.' Paper presented at The Second International Conference on New Directions in the Humanities in Prato, July.

Jahansoozi, J., & Koper E. (2004). 'The public relations catalyst model: towards a new approach to explore public relations and knowledge management concepts.' Paper presented at The Fourth International Conference on Knowledge, Culture and Change in Organisations, Greenwich, September.

Jahansoozi, J. (2002). ‘Public relations and the relational perspective: an exploration of relationship characteristics’. Paper presented at the 9th International Public Relations Research Symposium, Bled, Slovenia, July, 4-7. (Published in the proceedings).

DEREK MELVILLE HODGE

EDUCATION

1999 - 2005	University of Stirling: MSc. in Public Relations.
1979 - 1983	University of Sussex: D.Phil., Microbial Genetics.
1974 - 1979	University of Edinburgh: B.Sc.(2.i Hons), Molecular Biology.
1968 - 1974	George Heriot's School, Edinburgh: 6 Highers (5A,1B), 3 O Grades.

EMPLOYMENT

Feb 2006 – present: University of Stirling

Teaching Fellow: Division of Communications, Media and Culture, School of Arts and Humanities.

Programme Director for the MSc in Strategic Public Relations and Communication Management (full-time) MSc in Strategic Public Relations (online). Module Leader for several modules on both programmes.

I have been responsible for a complete restructuring of our MSc in Public Relations (online) and developed several new modules for use on the various MSc programmes offered in the department including those on Strategic Public Relations Campaign Planning; Media Public Relations and Digital Media; and Research and Evaluation for Practice.

I deliver most of the teaching on modules where I am Module Leader and also contribute to undergraduate teaching in the Division of Communications, Media and Culture. I am also responsible for supervising MSc students doing their dissertations and have acted as second supervisor for three PhD students researching public relations in the Division, two of whom have successfully completed.

Additional responsibilities include acting as the Division's Library and Information Services Representative and Freedom of Information Officer and I am a member of the Divisions's External Relations Group.

I have redeveloped the Division's website on two occasions and set up a blog as an online newsletter which we use to keep in touch with graduates.

I have acted as an Internal Examiner for a PhD *viva* on three occasions.

Jan 2004 – Jan 2006: University of Central Lancashire, Preston PR1 2HE

Senior Lecturer: Division of Applied Communication, Department of Journalism

Course Leader: MA Strategic Communication

Module Leader: PR2105 Media Relations, PR4005 Strategic Communication Technology and PR4018 Qualitative and Quantitative Research Methods.

My responsibilities at UCLan included acting as Course Leader for the MA in Strategic Communication, an innovative course that utilised blended learning techniques to reach students from all over the world. I was responsible for most of the administration of this course including selection and admission of students, arranging and timetabling the residential blocks and online lectures and seminars, student progress, quality assurance and overall co-ordination of all activities relating to the course. I was appointed to this post in May, 2005, and was responsible for completely reorganising the course from a structure in which it was delivered over three blocks every year to one where it was delivered in two blocks per annum.

I was module leader for two of the Division's postgraduate modules, Qualitative and Quantitative Research Methods and Strategic Communication Technology, and one undergraduate module a second year module, PR2005 Media Relations Skills. For these modules I was responsible for the planning of all lectures, seminars and assessment exercises and for the delivery of most of the teaching. I was also responsible for all administrative tasks associated with the module and for the creation of WebCT resources for students. Much of the teaching on the postgraduate modules was delivered online and I became familiar with the use of Macromedia Breeze and other software for online lectures and seminars.

I was the Division's representative on the validation committee for a new MSc. in Health Communication, which was developed in conjunction with the Lancashire School of Health and Postgraduate Medicine, and developed one of the new modules which was included in the course. I contributed to the development of the Division's strategy in relation to undergraduate and post-graduate teaching and learning, research and knowledge transfer.

Jan 2002 – July 2003: University of Central Lancashire

Visiting Lecturer: Division of Applied Communication, Department of Journalism

1990 – 1999: George Hodge Associates, Press and Public Relations Consultants

1995 - 1999 Managing Partner
1990 - 1995 Account Executive

Working as a public relations consultant, mainly in the field of media relations, for a wide range of clients in the fields of local government, business, education, the National Health Service and the voluntary sector. I was also involved in producing and presenting media training sessions for local government officials, university sector lecturers, general practitioners and scientists working in the biotechnology sector.

As Managing Partner of the company I continued working as a consultant but took on additional responsibility for all matters necessary for the day to day running of the company. This post required considerable organisational skills, balancing the needs and demands of clients with the needs of the company, and I gained a wide range of general business experience in fields such as information technology, business development, property, accounting and finance, personnel management and staff training and development.

During my time with George Hodge Associates I became increasingly interested in theoretical aspects of public relations and, after selling out my share in the business to Catchline Public Relations, left to take the MSc. Course in Public Relations at the University of Stirling.

1987 - 1990: Games Workshop Ltd

Retail Manager. Based at the company's head office near Nottingham but working all over the UK, I was employed as a general troubleshooter and to work on the expansion of the company's retail chain. My duties included managing contractors working on the sites of new shops and the recruitment and training of staff, including managers.

1983 - 1987: Gamesmaster Ltd

Retail Manager: Responsible for the day to day running of a busy retail unit.

1972 - 1979: Vacation work, various employers

Europass
Curriculum Vitae

Personal information

First name(s) / Surname(s)

Dr Alenka Jelen

Address(es)

Apartment 40 Vantage Quay, 3 Brewer Street, Manchester M1 2ED, UK

Telephone(s)

Home: +44 1612 362 735

Mobile:

+ 44 7 928 990 321

E-mail

alenka.jelen@stir.ac.uk, alenkajelen@hotmail.com

Nationality

Slovenian

Date of birth

14 April 1980

Gender

Female

Work experience

Dates

August 2013 onwards

Occupation or position held

Lecturer in Public Relations

Main activities and responsibilities

Postgraduate level:

- Programme Director MSc Strategic Communication and Public Relations (joint degree with Pompeu Fabra University)
- MSc/MA and PhD supervision
- Module Co-ordinator (leadership and administration): ~~Research for Dissertation~~Research Methods, Public Relations Contexts, Public Relations and Public Communications Theories

Research and scholarly activity (to be confirmed).

International coordinator:

- Institutional Coordinator of the European Communication and Research Association (ECREA) membership

Name and address of employer

Communications, Media and Culture, School of Arts and Humanities, University of Stirling, Stirling FK9 4LA, Scotland, UK
Web: http://www.stir.ac.uk/

Type of business or sector

Higher Education

Dates

August 2008 to August 2013

Occupation or position held

Senior Lecturer in Public Relations and MSc International Applied Communication (MSc IAC) Course Leader

Main activities and responsibilities

Postgraduate level:

- Course Leader for MSc IAC (delivered in partnership with Hogeschool Utrecht, the Netherlands until September 2010 and delivered solely by UCLan since then)
- MSc/MA Dissertation Coordinator and Supervisor
- Module Leader (leadership and administration): Media Communication, Rhetoric, Public Affairs, Communication and Social Theory, Strategic Communication Management
- Delivering qualitative research methods workshops and NVivo workshops
- Employability, student experience enhancement and career opportunities (organising a seminar *Public Affairs in the EU Context* in Brussels, guest lectures and professional development / team-building courses)
- Personal Tutor/Academic Counsellor for postgraduate students
- Recruitment of students onto MSc IAC

Main activities and responsibilities

Undergraduate level:

- Module Leader (leadership and administration): Communication Theory, Media Relations and Public Affairs
- Dissertation Supervisor
- A member of Organizing Committee for Amilla Public Relations Student Competition (http://amilla-pr.com/)

Research and scholarly activity (please see Additional Information section below for details)*:*

- Individual research: PhD (completed in September 2012), articles, chapters in edited books, conference papers, invited presentations and other publications
- Team research:
  Co-authored academic journal articles
  Public Relations Glossary project (lead by the University of Ljubljana, Slovenia): terminology contributor and translator
  Co-Chair of ECREA *Mapping Higher Education in Communication and Media Studies* task force
  Co-leading the UK stream of EUPRERA research project *Communicating Europe to Europeans*
- Attending national and international conferences and scholarly events

International coordinator:

- Institutional Coordinator of UCLan's European Communication and Research Association (ECREA) membership
- Institutional Coordinator of UCLan's European Public Relations Research and Education Association (EUPRERA) membership

Name and address of employer

Division of Communication, Marketing and Public Relations, Lancashire Business School, University of Central Lancashire, Preston, PR1 2HE, Lancashire, UK
Web: http://www.uclan.ac.uk/

Type of business or sector

Higher Education

Dates

October 2009 to present

Occupation or position held

ECREA General Secretary (from October 2012 onwards)
ECREA Acting General Secretary and Secretary of the Board and Bureau (March 2012 – October 2012)
ECREA Secretary of the Board and Bureau (January 2011 – March 2012)
ECREA Executive Board Member (from October 2009 onwards)
Vice-Chair of YECREA – Young Scholars Network of ECREA (October 2009 – October 2012)

Main activities and responsibilities

Responsible for all membership-related matters and managing membership relations
Facilitating democratic functioning of the association
Managing communication activities (website, news and newsletters)
Organisation and management of ECREA General Assemblies, Bureau and Board meetings and decision-making processes
Events Coordinator responsible for European Communications Conferences
A member of the International Organising Committee of ECREA European Communication Conference 2012 (responsible for membership relations and organisation of ECREA meetings and management events)
Co-Chair of ECREA *Mapping Higher Education in Communication and Media Studies* task force (http://www.ecrea.eu/taskforces)

Coordinating and providing support for young scholars
Organising PhD events
YECREA website and social media management

Name and address of employer

ECREA (European Communication Research and Education Association), Chaussée de Waterloo 1151, 1180 Uccle, Belgium
Web: http://www.ecrea.eu/

Type of business or sector

Higher Education, Communication Association

Dates

August 2008 to present

Occupation or position held

Instructor in *Qualitative Interviews / Expert Interviews* at the ECPR (European Consortium for Political Research) Doctoral Summer School in Methods and Techniques

Main activities and responsibilities

Leading and managing *Qualitative Interviews/Expert Interviews* course for doctoral students in political and social sciences
Preparing course outline, lectures, workshops and seminars: developing knowledge and training students in the usage of (expert) interviews method
Preparing and marking assignments and exams

Name and address of employer

ECPR Central Services, University of Essex, Wivenhoe Park, Colchester, Essex, CO4 3SQ, UK
Web: http://new.ecprnet.eu/MethodSchools/SummerSchools.aspx

Type of business or sector

Higher Education

Dates

April 2010 to present

Occupation or position held

British Correspondent

Main activities and responsibilities

Covering UK news for Slovenian television Kanal A

Name and address of employer

Pro Plus, Kranj
eva 26, 1521 Ljubljana, Slovenia
Web: http://pro-plus.si/

Type of business or sector

Media

Dates

March 2006 to August 2008

Occupation or position held

Teaching Assistant and **Public Relations Adviser** (PR)

Main activities and responsibilities

Teaching Assistant:

- Delivering lectures and seminars at undergraduate modules Public Relations, Communication Management and Organisational Behaviour
- Supervising undergraduate dissertations
- Personal Tutor and Professional Student Counsellor
- Developing postgraduate joint degree programme MSc IAC with the University of Central Lancashire; coordinating the accreditation process

Public Relations Adviser:

- Managing communication strategy and strategic development of the Faculty of Social Sciences
- Event management: organising (international) conferences and scholarly events
- Media relations
- Website content and development
- Internal communication management
- Advertising and promotion: study programmes, research and publications
- Project management

Name and address of employer

Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Kardeljeva ploš
ad 5, 1000 Ljubljana, Slovenia
Web: http://www.fdv.uni-lj.si/

Type of business or sector

Higher Education

Dates

November 2007 to mid-December 2007

Occupation or position held

Hourly Paid Lecturer in Public Relations

Main activities and responsibilities

Module Leader for the undergraduate module Public Affairs
Guest Lecturer for Media Relations, Public Relations, Social Influence in Context, and Behaviour and Attitudes

Name and address of employer

Division of Applied Communication, Lancashire Business School, University of Central Lancashire, PR1 2HE Preston, UK

Type of business or sector

Higher Education

Dates

September 2007 to November 2007

Occupation or position held

Guest Lecturer and Accreditation Consultant

Main activities and responsibilities

Module Leader for the postgraduate module Media Communications Management
Adviser in joint/double degree accreditation of MSc IAC for Erasmus Mundus

Name and address of employer

Hogeschool Utrecht, University of Applied Sciences, Faculty of Communication and Journalism, Padualaan 99, Utrecht, The Netherlands

Type of business or sector

Higher Education

Dates

June 2004 to August 2008

Occupation or position held

News Reader, News Director, Programme Adviser, Presenter and **Journalist**

Main activities and responsibilities

News Reader (from March 2006 to August 2008): preparing and reading national and international radio news (politics, foreign affairs, education, culture, and entertainment)

News Director (from September 2005 to March 2006): editing and producing radio news programme, leading and managing a team of 12 journalists, delivering journalistic trainings and workshops
Radio Presenter and Journalist (from June to September 2004): radio shows, reading and preparing news, radio interviews
Adviser: Developing radio programme schemes and structure

Name and address of employer

Radio Hit, Ljubljanska cesta 36, 1230 Domžale, Slovenia

Type of business or sector

Media

Dates

November 2006 to March 2007

Occupation or position held

Television Anchor

Main activities and responsibilities

Preparing and hosting a professional TV show *Public Relations* presenting theoretical and practical aspects of public relations profession in interviews with guests – public relations experts

Name and address of employer

TV Paprika, Parmova 51, 1000 Ljubljana, Slovenia

Type of business or sector

Media

Dates

October 2005 to January 2006

Occupation or position held

Public Relations Assistant

Main activities and responsibilities

Public relations education and managing international accreditation process for public relations education programmes
Internal communication
International public relations projects
Media relations and speech writing

Name and address of employer

Pristop Group, Public Relations, Communication Management and Advertising Agency, Trubarjeva 79, 1000 Ljubljana, Slovenia

Type of business or sector

Public Relations Agency

Dates

December 2001 to January 2003

Occupation or position held

Radio Presenter and **News Reader**

Main activities and responsibilities

Preparing radio shows
Preparing and reading radio news
Hosting radio events

Name and address of employer

Quadrum Radio Network, Radio Antena, Cesta na Brdo 27, 1000 Ljubljana, Slovenia

Type of business or sector

Media

Education and training

Dates

March 2013 – May 2013

Title of qualification awarded

HEA (The Higher Education Academy) Fellowship

Principal subjects/occupational skills covered

Successfully completed SD2 Professional Dialogue Route: The UK Professional Standards Framework for teaching and supporting learning in higher education.

Name and type of organisation providing education and training

The Higher Education Academy, York, UK at the University of Central Lancashire, Preston, UK

Dates

October 2006 to September 2012

Title of qualification awarded

Doctor of Science from the field of Social Sciences – Communication

Principal subjects/occupational skills covered

Communication Science, Public Relations, Social Theory, Media and Journalism Studies, Political Communication, Slovene History, Political Studies, Methodology for the Social Sciences

Name and type of organisation providing education and training

Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Slovenia

Level in national or international classification

ISCED 6

Dates

September 2004 to September 2005

Title of qualification awarded

Master of Science in International Applied Communication

Principal subjects/occupational skills covered

Media Communication, Public Relations, Public Affairs, Communication Management, Communication Planning, Qualitative and Quantitative Research Methods, Digital Communication, Fundraising and Sponsorship

Name and type of organisation providing education and training

University of Central Lancashire, Lancashire Business School, UK (semester 2 and dissertation period)
Hogeschool Utrecht, University of Applied Sciences, the Netherlands (semester 1)

Level in national or international classification

ISCED 5A

Dates

October 1999 to September 2004

Title of qualification awarded

Bachelor of Science in Communication Studies – Marketing and Marketing Communication

Principal subjects/occupational skills covered

Communication Studies, Media Communication, Media Systems, Marketing Communication, Media Studies, Journalism, Advertising, Semiology, English Language, Slovene Language and Culture, Visual Communication, Public Relations, Research in Social Sciences, Social Psychology, Sociology, Political Studies, Economy, Marketing Management

Name and type of organisation providing education and training

Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Slovenia

Level in national or international classification

ISCED 5A

Dates

January 2003 to July 2003

Title of qualification awarded

Erasmus student exchange programme in International Communication Management

Principal subjects/occupational skills covered

Communication Studies, Public Relations and Marketing Communication, Personal Development

Name and type of organisation providing education and training

Hogeschool Utrecht, University of Applied Sciences, the Netherlands

Personal skills and competences

Mother tongue(s)

Slovene

Other language(s)

Self-assessment

	Understanding		Speaking		Writing
	European level (*)				
English	Listening C2 Proficient user	Reading C2 Proficient user	Spoken interaction C2 Proficient user	Spoken production C2 Proficient user	C2 Proficient user
Croatian	C1 Proficient user	C1 Proficient user	C1 Proficient user	C1 Proficient user	B1 Independent user
Dutch	B1 Independent user	B1 Independent user	A1 Basic user	A1 Basic user	A1 Basic user
German	B1 Independent user	B1 Basic user	A1 Basic user	A1 Basic user	A1 Basic user

(*) Common European Framework of Reference for Languages

Social skills and competences

Excellent ability to work as a part of a (international) team acquired through international course leadership, teamwork in international research projects, working with ECREA, international lecturing experience, and in the media.

Excellent pedagogic skills gained through lecturing at several universities (UK, Slovenia, The Netherlands, Germany and Czech Republic) and in media practice (workshops and seminars for journalists).

Excellent ability to adapt to multicultural environments gained through working with ECREA, EUPRERA, international research, student and staff teams and studying abroad.

Excellent communication skills, including good interpersonal communication and negotiation skills acquired through working experience as a Course Leader, ECREA General Secretary, Public Relations Adviser, News Director and Journalist.

Excellent public presentation and communication skills gained through radio and TV trainings, Gustav Kaser Training International public speaking trainings and through teaching experience.

Organisational skills and competences

Leadership skills acquired through course leadership, ECREA General Secretary role, leadership of ECREA mapping task force, directing news, and public relations experience.

Experience in project leadership and team management gained through involvement with academic associations (particularly YECREA and ECREA), working with their research teams and as a News Director and Public Relations Adviser.

Event management skills gained through organising and preparing events (including conferences and symposia) gained through working as ECREA General Secretary and Public Relations Adviser at the University of Ljubljana.

Computer skills and competences

Excellent command of Microsoft Office and MAC OS X software

Excellent command of virtual learning environment software: eLearn (WebCT, Blackboard), Adobe Breeze, Claroline, Moodle

Excellent command of research software NVivo

Good command of SPSS

Good command of Content Management Systems

Basic knowledge of graphic and website design software

Additional information

PUBLICATIONS:

Jelen, A. 2012. *Ustvarjanje medijske podobe predsednika države: vloga uradnih virov v procesu uokvirjanja televizijskih novic.* PhD Dissertation. Ljubljana: Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana.

De Cleen, B., Jelen, A. and Uldam, J. 2011. 'Editorial: Young Scholars at the 2010 European Communication Conference'. *PLATFORM: Journal of Media and Communication,* ECREA Special Issue (November): 3 – 5.

De Cleen, B., Uldam, J. and Jelen, A. (eds.) 2011. *PLATFORM: Journal of Media and Communication,* ECREA Special Issue (November).

Jelen, A. 2010. 'Odnosi z javnostmi kot akademska veda/Public Relations as an Academic Discipline'. In: L.B. Njatin (ed.). *Komunikacija in deziluzija/Communication and Disillusion.* Ljubljana: PRSS.

Jelen, A. 2008. 'The nature of scholarly endeavors in public relations'. In D. Verčič, A. Tkalac Verčič and B. van Ruler, eds, *Public Relations Metrics: Research and Evaluation.* New York: Rutledge: 36 – 59.

PLANNED / FORTHCOMING PUBLICATIONS:

Higgins, M. and Jelen, A. (forthcoming). 'Representing the Debate over Scottish Independence: from Days of Destiny to Beating the Wreckers'. To be submitted to *Journal of Language and Politics.*

Jahansoozi, J. and Jelen, A. (eds.) (forthcoming). *Handbook of International Public Affairs*. Book proposal to be submitted to Routledge.

Jelen, A. (forthcoming). 'Mapping communication discipline: thematic, theoretical and methodological landscape of scientific journal articles'. In D. Fernández-Quijada and P. Masip, eds. *Researching communication/communicating research: Trends and patterns in European communication research.* Routlege Studies in European Communication Research and Education.

Jelen, A. (forthcoming) 'Drnovškova preobrazba skozi prizmo sociologije umiranja'. To be submitted to *Teorija in praksa / Theory and Practice.*

Jelen, A. and Verčič, D. (forthcoming). 'Interactions between media and political institutions in the social construction of politics: From *love-hate* to *sweetheart* relationships?'. To be submitted to *Public Relations Review.*

Slovar odnosov z javnostmi / Public Relations Glossary (project leader Prof Nataša Logar Berginc, University of Ljubljana)

REVIEWER:

COST Action IS0609 "Transforming Audiences, Transforming Societies" special issue of the Czech journal *Medialni studia* (*Media Studies*)

CONFERENCES AND INVITED PRESENTATIONS:

Jelen, A. 2010. *Exploring interactions between political and media institutions in Slovenia: From love-hate to sweetheart relationships?* Invited paper presented at ECREA European Communication Conference: Transcultural Communication – Intercultural Comparisons. Hamburg, Germany, October.

Jelen, A. and Jahansoozi, J. 2010. *Communicating Europe in the UK.* Invited paper presented at BledCom, International Public Relations Symposium: Governmental Communication, Lake Bled, Slovenia, July.

Jelen, A. 2010. *Social Mediation of Higher Education: The Public Visibility and 'Celebrification' of Academia in the Cyberspace.* Invited paper presented at EUPRERA Spring Symposium: Social Media *Go Mainstream: New Challenges For Internal Communication, Reputation, Education And The Public Sector*, University College Arteveldehogeschool, Ghent, Belgium, February.

Jelen, A. 2009. *The Importance of Cultural Context in Understanding Political Media Relations in times of Political Image Change: The Case of Former Slovenian President Drnovšek.* Invited paper presented at BledCom, Global Public Relations Symposium: Culture and Public Relations, Lake Bled, Slovenia, July.

Jelen, A. 2009. *Public Relations Trends in Post-socialist New Democracies: The Case of Slovenia.* Invited paper presented at Stirling 21 CIPR Academic Conference, University of Stirling, Scotland, September.

Jelen, A. 2008. *Exploring the Relationships Between Political Sources and Journalists in the Post-communist Era: The Case of (Re)framing the President's Image.* Invited paper presented at the Slovene Communication Association Conference: No end of transition? Understanding changes in media landscape and public rhetoric of the post-communist era, University of Ljubljana, Slovenia, March.

Jelen, A. 2008. *The Influence of Political Sources on Media Framing in Times of (Re)framing a Political Image: The Case of Former Slovenian President Drnovšek.* Invited paper presented at ECREA (European Communication Research and Education Association) Conference, Barcelona, Spain, November.

Jelen A. 2007. *Creating Media image of the President: The Role of Official Sources in the Process of Framing Television News.* Invited paper presented at the British Sociological Association Annual Conference 2007: Social Connections, London, UK, April.

Jelen, A. 2007. *Exploring the Relationships between Official Sources and Journalists.* Invited paper presented at the Political Studies Association Conference: Politics and Journalism, Staffordshire University, UK, November.

Jelen, A. 2007. *Creating Media Image of the President: The Role of Official Sources in Framing Television News.* Invited presentation at PhD workshop, University of Bournemouth, December.

Jelen A. 2005. *International Comparison of Study Programmes in the Filed of Communication Studies.* Invited paper presented at the European Public Relations and Research Association Annual Congress, Lisbon, Portugal, November.

GUEST LECTURING:

University of Ljubljana, Slovenia (since 2008): Communication Management and Media Relations

University of Stirling (2012): Framing Theory, Qualitative Interviews

German Institute of Global and Area Studies (GIGA), Hamburg, Germany (2011): Qualitative Interviews

Masaryk University, Brno, Czech Republic (2011): Qualitative Interviews

University of Jena, Germany (2011): Qualitative Interviews

Bournemouth University (2007): PhD workshop in Political Communication and Framing Theory

SPECIAL ACHIEVEMENTS:

Nominated for UCLan Best Teaching Award in 2012

Nominated for Best Teaching Assistant at the Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana in 2008

EUPRERA (European Public Relations Education and Research Association) Jos Willems Award for best European Bachelor's thesis in 2005: *'International Comparison of Study Programmes in the Field of Communication Studies'*
Presentation of the awarded thesis at the EUPRERA Congress *New Challenges for Public Relations*, Lisbon, Portugal; 10-13 November 2005.

The Golden High School Graduate Award in 1999.

PROFESORADO DE LA UNIVERSIDAD POMPEU FABRA

Los profesores de la Universidad Pompeu Fabra son todos doctoresa tiempo completo. La docencia se reparte de la siguiente manera en función de los módulos:

Módulo	**Profesorado**
Contextos de las Relaciones Públicas	Jordi Xifra Triadú (Titular)
Comunicación Digital	Carlos A. Scolari (Titular) Ruth Rodríguez (Lectora)
Asuntos públicos e incidencia política	Eva Pujadas (Titular)
Investigación cuantitativa aplicada	Carles Roca (Agregat) Frederic Guerrero (Ajudant)
Diplomacia pública y Comunicación Estratégica	José Fernández Cavia (Titular)
Trabajo final de máster	Mónika Jiménez (Agregada) Jordi Xifra (Titular) Eva Pujadas (Titular) José Fernández Cavia (Titular) Carlos A. Scolari (Titular)

Los **currículums vitae** de estos profesores son los siguientes

JORDI XIFRA TRIADÚ

Situació professional actual

Organisme: Universitat Pompeu Fabra
Facultat, Escola o Institut:
Departament./Secció./Unitat: Departamento de Comunicación
Adreça postal: Roc Boronat, 138, 08018, Barcelona

Telèfon: 93 542 14 84
FAX: 93 542 23 28
Correu electrònic: jordi.xifra@upf.edu

Especialització (codis UNESCO):
Categoria professional: Profesor titular de universidad **Data d'inici:** 22/12/2009

Situació administrativa:
☒**Plantilla** ☐**Contractat** ☐**Interí** ☐**Becari**
☐**Altres situacions Especificar:**

Dedicació: **A Temps Complert** ☒
A Temps Parcial ☐

Línies d'investigació

Teoria i historia de les relacions publiques
Diplomàcia pública de nacions sense estat
Grups d'influència i comunicació

Formació Acadèmica

Titulació Superior	Centre	Data
Licenciado en Derecho	Universitat de Barcelona	05/11/1984

Formació Acadèmica

Doctorat	Centre	Data

Director de Tesis
Manuel Parés Maicas

Activitats anteriors de caràcter científico-professional

Càrrec	Institució	Data:
Profesor Asociado	Universidad de Gerona	15/09/1998 - 14/09/2000
Profesor Asociado	Universidad Autónoma de Barcelona	15/02/2001 - 31/03/2001
Profesor Asociado	Universidad de Gerona	15/09/2001 - 14/09/2002
Profesor Asociado	Universidad Autónoma de Barcelona	15/02/2002 - 31/03/2002
Profesor Asociado	Universidad de Gerona	15/09/2002 - 14/09/2003
Profesor Asociado	Universidad de Málaga	01/12/2002 - 15/12/2002
Profesor Asociado	Universidad Autónoma de Barcelona	15/02/2003 - 31/03/2003
Profesor Asociado	Universidad de Gerona	15/09/2003 - 14/09/2004
Profesor Asociado	Universidad Autónoma de Barcelona	15/02/2004 - 31/03/2004
Profesor Asociado	Universidad de Málaga	03/05/2004 - 08/05/2004
Profesor Asociado	Universidad de Sevilla	07/05/2004 - 08/05/2004
Profesor Asociado	Universidad de Gerona	15/09/2004 - 14/09/2005
Profesor Asociado	Universidad Autónoma de Barcelona	05/02/2005 - 31/03/2005
Profesor Asociado	Universidad de Sevilla	14/04/2005 - 15/04/2005
Profesor Asociado	Universidad de Málaga	09/05/2005 - 14/05/2005
Consultor Académico	Universitat Oberta de Cataluña	14/09/2005 - 20/02/2006
Profesor Ayudante Doctor (Lector)	Universidad de Gerona	01/10/2005 - 30/09/2006
Profesor Asociado	Universidad Autónoma de Barcelona	15/02/2006 - 31/03/2006
Consultor Académico	Universitat Oberta de Cataluña	28/02/2006 - 25/07/2006
Profesor Ayudante Doctor (Lector)	Universidad de Málaga	08/05/2006 - 12/05/2006
Profesor Ayudante Doctor (Lector)	Universidad de Gerona	15/09/2006 - 14/09/2007
Profesor Ayudante Doctor (Lector)	Universidad de Málaga	09/05/2007 - 12/05/2007
Consultor Académico	Universitat Oberta de Cataluña	19/09/2007 - 20/02/2008
Profesor Ayudante Doctor (Lector)	Universidad de Gerona	01/10/2007 - 30/09/2008

Idiomes (R = regular, B = bé, C = correctament)

Idioma	Parla	Llegeix	Escriu

Participació en projectes de I+D finançats en convocatòries públiques.
(nacionals i/o internacionals)

Títol del projecte: Las relaciones públicas en la pequeña y mediana empresa

Entitat finançadora: Junta de Andalucia
Entitats participants: Universidad de Málaga
Duració, des de: 01/06/2002 **fins:** 31/05/2006
Quantia de la subvenció: ,00 **euros**
Investigador responsable: DR. ANTONIO CASTILLO ESPARCIA
Número d'investigadors participants: 8

Títol del projecte: Response: responsible and sustainable innovation for european SMEs

Entitat finançadora: Unión Europea
Entitats participants: University of Strathclyde
Duració, des de: 01/05/2006 **fins:** 01/04/2007
Quantia de la subvenció: ,00 **euros**
Investigador responsable: XAVIER ESPINACH
Número d'investigadors participants: 14

Títol del projecte: La contribución de la comunicación interna en la excelencia de la gestión de la administración local

Entitat finançadora: Escuela de Administración Pública (Generalitat de Cataluña)
Entitats participants: Grupo de Investigación Corpus de la Universidad de Gerona
Duració, des de: 01/01/2008 **fins:** 30/09/2008
Quantia de la subvenció: ,00 **euros**
Investigador responsable: JORDI XIFRA
Número d'investigadors participants: 3

Títol del projecte: Retórica y marketing de ideas (rimi): análisis de las elecciones generales de marzo de 2008

Entitat finançadora: Universidad de Gerona
Entitats participants:
Duració, des de: 01/01/2008 **fins:** 31/12/2008
Quantia de la subvenció: ,00 **euros**
Investigador responsable: JOSEP MARIA TERRICABRAS NOGUERAS
Número d'investigadors participants: 4

Títol del projecte: 2009SGR387 - Unitat d'Investigació en Comunicació Audiovisual (UNICA)

Entitat finançadora: Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca
Entitats participants:
Duració, des de: 30/09/2009 **fins:** 31/12/2013
Quantia de la subvenció: 40.800,00 **euros**
Investigador responsable: GIFREU PINSACH, JOSE
Número d'investigadors participants: 22

Títol del projecte: ECO2012-34490 - La influencia de los think tanks en el discurso hegemónico

de la prensa sobre la crisis económica

Entitat finançadora: MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (MINECO)
Entitats participants:
Duració, des de: 01/02/2013 **fins:** 31/01/2016
Quantia de la subvenció: **euros**
Investigador responsable: XIFRA TRIADU, JORDI
Número d'investigadors participants: 5

Premis

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: Medalla de oro de la Escuela de Postgrado
Any: 2004

Publicacions o Documents Científic-Tècnics

(CLAU: L = llibre complet, CL = capítol de llibre, A = article, R = "review", E = editor,
S = Document Científic-Tècnic restringit.)

Autors (per ordre de signatura): Noguero, Antonio; Xifra, Jordi (eds.)
Títol: *Los premios Yunque de Plata de las relaciones públicas 1987: los mejores casos prácticos de RR.PP., seleccionados por la Public Relations Society of America (PRSA)*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-7665-658-0
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 240 **Data:** 1990
Editorial (si llibre): Promociones y Publicaciones Universitarias (PPU)
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *El Lobbying: cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8088-250-6
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 308 **Data:** 1998
Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Prólogo»

En *Comunicación en programas de crisis*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8088-354-5
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 11 **Final:** 12 **Data:** 1999
Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Les Relacions públiques, ciència del diàleg*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-95138-61-1
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 199 **Data:** 1999
Editorial (si llibre): Servei de Publicacions de la Universitat de Girona
Lloc de publicació Girona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «James E. Grunig y la teoria contemporanea de las relaciones publicas»

En *Dirección de relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8088-395-2
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 29 **Final:** 39 **Data:** 2000
Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Grunig, James E.; Hunt, Todd; Xifra, Jordi (ed.)
Títol: *Dirección de relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8088-395-2
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 757 **Data:** 2000

Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Teories i models de les relacions públiques*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-7502-599-4
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 250 **Data:** 2000
Editorial (si llibre): Edic. 3 i 4
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «La modernidad de un clasico: effective public relations»

En *Relaciones públicas eficaces*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8088-573-4
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 17 **Final:** 24 **Data:** 2001
Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Xifra, Jordi (rev.)
Títol: *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-7829-041-9
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 618 **Data:** 2001
Editorial (si llibre): Addison Wesley
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «De las relaciones públicas a la comunicación corporativa: las funciones de los departamentos de comunicación en 50 grandes empresas españolas»

En *Management & empresa*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1132-1148
Clau: A **Núm.:** 27 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 53 **Final:** 56 **Data:** 2002
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «El derecho y las relaciones publicas»

En *Teoría y práctica de las relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-205-3510-9
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 147 **Final:** 163 **Data:** 2002
Editorial (si llibre): Prentice Hall
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «El lobbismo en la union europea»

En *Teoría y práctica de las relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-205-3510-9
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 472 **Final:** 484 **Data:** 2002
Editorial (si llibre): Prentice Hall

Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Organizaciones y espacio público: la empresa como actor de la comunicación política»

En *Management & empresa*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1132-1148
Clau: A **Núm.:** 32 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 49 **Final:** 54 **Data:** 2003
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Grunig, James E.; Hunt, Todd; Xifra, Jordi (ed.)
Títol: *Dirección de relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8088-948-9
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 757 **Data:** 2003
Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Teorías y estructura de las relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-841-3948-8
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 258 **Data:** 2003
Editorial (si llibre): McGraw-Hill
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Lobby y think thanks, emisores de comunicación*

Ref.: ☐**Revista:** ☐**Llibre:**
Clau: S **Núm.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 25 **Data:** 2003
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «El lobbying»

En *Gestión de la comunicación en las organizaciones: comunicación interna, corporativa y de marketing*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-344-1303-5
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 155 **Final:** 173 **Data:** 2004
Editorial (si llibre): Ariel
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «El issues management como estrategia de relaciones públicas»

En *Organicom*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1807-1236
Clau: A **Núm.:** 2 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 28 **Final:** 43 **Data:** 2005
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Sao Paulo

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Los think tank y advocacy tank como actores de la comunicacion politica»

En *Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0211-2175
Clau: A **Núm.:** 32 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 73 **Final:** 91 **Data:** 2005
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Bellaterra

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «La gestión de conflictos potenciales como estrategia de comunicación corporativa: el caso microsoft»

En *Zer : revista de estudios de comunicación*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1137-1102
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 18 **Pàg. inicial:** 61 **Final:** 81 **Data:** 2005
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Bilbao

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Prólogo»

En *Comunicación estratégica: relaciones públicas, publicidad y marketing*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-481-9888-3
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 2 **Data:** 2005
Editorial (si llibre): McGraw-Hill
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Prólogo»

En *Investigación y relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-609-7997-0
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 8 **Data:** 2005
Editorial (si llibre): Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP)
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Relaciones públicas proactivas: el modelo de la gestión de conflictos potenciales»

En *Comunicación organizacional: teorías y estudios*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8074-950-4
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 187 **Final:** 216 **Data:** 2005
Editorial (si llibre): Clave Aynadamar
Lloc de publicació Málaga

Autors (per ordre de signatura): Barquero Cabrero, José Daniel; Rodriguez de Llauder, Carlos; Xifra, Jordi; Barquero, Mario
Títol: *Gane usted las próximas elecciones: marketing político*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-8088-990-X
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 157 **Data:** 2005
Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Planificación estratégica de las relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-493-1778-9
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 230 **Data:** 2005
Editorial (si llibre): Paidós
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Teoría y técnicas de las relaciones públicas I*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-9707-694-X
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 213 **Data:** 2005
Editorial (si llibre): Universitat Oberta de Catalunya
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Lucien Matrat y la consolidacion de las relaciones publicas en europa»

En *Historia y comunicacion social*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1137-0734
Clau: A **Núm.:** 11 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 229 **Final:** 240 **Data:** 2006
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació [Madrid]

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Pioneros e ignorados: la escuela de Paris y la doctrina europea de las relaciones publicas»

En *Ámbitos: revista andaluza de comunicación*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1139-1979
Clau: A **Núm.:** 15 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 449 **Final:** 460 **Data:** 2006
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Sevilla

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «¿Es marketing todo lo que reluce? la pluralidad de perspectivas conceptuales de las relaciones publicas»

En *Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0211-2175
Clau: A **Núm.:** 34 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 163 **Final:** 180 **Data:** 2006
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Bellaterra

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Relaciones publicas y diferenciación social: paradigmas comunicativos y responsabilidad social»

En *Anagramas*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1692-2522
Clau: A **Núm.:** 9 **Vol.:** 5 **Pàg. inicial:** 101 **Final:** 120 **Data:** 2006
Editorial (si llibre):

Lloc de publicació Medellín

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi; Castillo, Antonio
Títol: «Investigación bibliométrica de las tesis doctorales españolas sobre relaciones públicas (1965-2005)»

En *Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0211-2175
Clau: A **Núm.:** 34 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 141 **Final:** 161 **Data:** 2006
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Bellaterra

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi; Castillo, Antonio
Títol: «Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 3 **Vol.:** 32 **Pàg. inicial:** 302 **Final:** 308 **Data:** 2006
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «El futuro de la investigación en comunicación»

En *Anuario de la comunicación 2006*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-611-0525-7
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 240 **Final:** 241 **Data:** 2006
Editorial (si llibre): Asociación de Directivos de Comunicación
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «La formación del profesional en las relaciones públicas: el modelo norteamericano y el reto del espacio europeo de educación superior»

En *Propuestas para una comunicación de calidad: contenidos, efectos y formación*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-88365-18-7
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 565 **Final:** 570 **Data:** 2006
Editorial (si llibre): Edipo
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Las relaciones públicas como fuente de información: la dimensión retórica de sus mensajes»

En *Propuestas para una comunicación de calidad: contenidos, efectos y formación*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-88365-18-7
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 259 **Final:** 266 **Data:** 2006
Editorial (si llibre): Edipo
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M.; Xifra, Jordi; Barquero Cabrero, José Daniel

Títol: *Manual de relaciones públicas eficaces*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-96426-97-1
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 724 **Data:** 2006
Editorial (si llibre): Gestión 2000
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Xifra, Jordi
Títol: *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 84-2055-035-3
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 783 **Data:** 2006
Editorial (si llibre): Addison Wesley
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Teoría y técnicas de las relaciones públicas II*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 849707744X
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 215 **Data:** 2006
Editorial (si llibre): Universitat Oberta de Catalunya
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Esping-Andersen, G.; Sarasa, S.
Títol: «L'atenció a la dependència a Espanya. Reptes del futur»

En *Memòria socioeconòmica de Barcelona*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:**
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** **Pàg. inicial:** 110 **Final:** 115 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Las relacines públicas: ¿Ciencia norteamericana? ¿Ciencia occidental? ¿Ciencia universal?»

En *Sphera pública*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1180-9210
Clau: A **Núm.:** 7 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 29 **Final:** 44 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Murcia

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Relaciones públicas y creación de conocimiento en entornos museisticos virtuales»

En *Razón y palabra*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1605-4806
Clau: A **Núm.:** 58 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 2 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació México

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «The scientific method in public relations: a dialectic approach»

En *The Open Communication Journal*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1874-916X
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 1 **Pàg. inicial:** 9 **Final:** 13 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Hilversum

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Undergraduate public relations education in spain: endangered species?»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 2 **Vol.:** 33 **Pàg. inicial:** 206 **Final:** 213 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Relaciones públicas en sistemas interactivos multimedia: pautas básicas y campos de aplicación»

En *Estudios de periodismo y relaciones públicas*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0718-1205
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 7 **Pàg. inicial:** 45 **Final:** 53 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Chile

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Lobby e a funçao democratica das relaçoes publicas»

En *Portraits Public Relations*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:**
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 8 **Pàg. inicial:** 5 **Final:** 7 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació -

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi; Huertas, Assumpció
Títol: «Blogging PR: An exploratory analysis of public relations weblogs»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 3 **Vol.:** 34 **Pàg. inicial:** 269 **Final:** 275 **Data:** 2007
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Ordeix, Enric; Xifra, Jordi
Títol: «Companies paradoxes when settling corporate culture basis in a global and multicultural european market»

En *Global business perspectives*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 1-889754-11-0
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 480 **Final:** 485 **Data:** 2007
Editorial (si llibre): IABD
Lloc de publicació Beltsville, Md.

Autors (per ordre de signatura): Ordeix, Enric; Xifra, Jordi
Títol: «Managing commitment: building up internal organizational identity and values through public relations»

En *Global business perspectives*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 1-889754-11-0
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 433 **Final:** 439 **Data:** 2007
Editorial (si llibre): IABD
Lloc de publicació Beltsville, Md.

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Introducción: ¿existen tendencias en la investigación en relaciones públicas?»

En *Tendencias actuales en las relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-611-5865-2
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 5 **Final:** 8 **Data:** 2007
Editorial (si llibre): Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP)
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Building relationships through interactivity: a co-creational model for museum public relations»

En *New media and public relations*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-1-4331-0124-3
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 2 **Data:** 2007
Editorial (si llibre): Lawrence Erlbaum Associates
Lloc de publicació Mahwah, N.J.

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Técnicas de las relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-9788-554-6
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 308 **Data:** 2007
Editorial (si llibre): Universitat Oberta de Catalunya
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Lobbismo y grupos de influencia*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:**
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 277 **Data:** 2007
Editorial (si llibre): Universitat Oberta de Catalunya
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «La religión civil como fenómeno comunicativo: narrativas deportivas en Cataluña»

En *Versión*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0188-8242
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 21 **Pàg. inicial:** 215 **Final:** 232 **Data:** 2008
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació México

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Soccer, civil religion, and public relations: Devotional-promotional communication and Barcelona Football Club»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 2 **Vol.:** 34 **Pàg. inicial:** 192 **Final:** 198 **Data:** 2008
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Modelos de las relaciones públicas políticas: análisis de la situación en Cataluña»

En *Revista latina de comunicación social*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1138-5820
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 63 **Pàg. inicial:** 392 **Final:** 399 **Data:** 2008
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Tenerife

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi; Ordeix, Enric
Títol: «Global corporate public relations and sport's culture: a civil religion approach to nation-building»

En

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1934-1814
Clau: A **Núm.:** 3 **Vol.:** 2 **Pàg. inicial:** 62 **Final:** 75 **Data:** 2008
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació

Autors (per ordre de signatura): Huertas, Assumpció; Xifra, Jordi; Ordeix, Enric
Títol: «Public Relations 2.0: A Quantitative Study of Public Relations Blogosphere»

En *Business Research Yearbook. Global Business Perspectives*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 1-889754-12-9
Clau: CL **Vol.:** XV **Pàg. inicial:** 757 **Final:** 762 **Data:** 2008
Editorial (si llibre): International Academy of Business Disciplines
Lloc de publicació Beltsville

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi; Ordeix, Enric
Títol: «Global corporate public relations and sport's culture: A civil religion approach to nation-building»

En *Estableciendo puentes en una economía global=Building bridges in global economy. XXII Congreso Anual AEDEM, VI International Conference IABD*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-7356-556-1
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 2 **Data:** 2008
Editorial (si llibre): ESIC
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Las relaciones públicas*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-9788-714-4
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 106 **Data:** 2008

Editorial (si llibre): UOC
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Los think tanks*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-9788-784-7
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 92 **Data:** 2008
Editorial (si llibre): UOC
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas»

En *Hologramática*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1668-5024
Clau: R **Núm.:** 9 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 73 **Final:** 75 **Data:** 2008
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Buenos Aires

Autors (per ordre de signatura): Girona, R.; Xifra, J.
Títol: «The Office of Facts and Figures: Archibald MacLeish and the "strategy of truth»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 3 **Vol.:** 35 **Pàg. inicial:** 287 **Final:** 290 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Xifra Triadú, Jordi
Títol: «¿Marcas o genéricos? La comunicación en línea de las marcas farmacéuticas.»

En *Zer : revista de estudios de comunicación*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1137-1102
Clau: A **Núm.:** 27 **Vol.:** 14 **Pàg. inicial:** 251 **Final:** 270 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Bilbao

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: «Catalan public diplomacy, soft power, and noopolitik: a public relations approach to catalonia's governance»

En *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1757-1898
Clau: A **Núm.:** 1 **Vol.:** 1 **Pàg. inicial:** 67 **Final:** 85 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Bristol

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: «Recent mediterranean literature on public relations: France, Italy, and Spain»

En *Journal of Communication Management*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1363-254X

Clau: A **Núm.:** 2 **Vol.:** 13 **Pàg. inicial:** 191 **Final:** 196 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació London

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: «Journalists' assessments of public relations subsidies and contact preferences: Exploring the situation in Spain»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 4 **Vol.:** 35 **Pàg. inicial:** 426 **Final:** 429 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.; Colell, M.R.
Títol: «Building Sport Countries' Overseas Identity and Reputation: A Case Study of Public Paradiplomacy.»

En *American Behavioral Scientist*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0002-7642
Clau: A **Núm.:** 54 **Vol.:** 4 **Pàg. inicial:** 504 **Final:** 515 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Beverly Hills

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.; Collell, M.R.
Títol: «Media relations in Catalonia: A co-creational approach.»

En *CIC : cuadernos de información y comunicación*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1135-7991
Clau: A **Núm.:** 25 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 81 **Final:** 90 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.; Matilla, K.
Títol: «Comunicación corporativa y relaciones públicas: Un proyecto de aproximación universidad/profesión en Cataluña, en el contexto de integración al espacio europeo de enseñanza superior»

En *Razón y palabra*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1605-4806
Clau: A **Núm.:** 70 **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 2 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació México

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.; Ordeix, E.
Títol: «Managing reputational risk in an economic downturn: The case of Banco Santander»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 4 **Vol.:** 35 **Pàg. inicial:** 353 **Final:** 360 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: «Linkages between public relations models and communication managers' roles in spanish political parties»

En *Journal of Political Marketing*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1537-7857
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 8 **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 2 **Data:** 2009
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Binghamton

Autors (per ordre de signatura): Ordeix, Enric; Xifra, Jordi
Títol: «Linguistic analysis pattern for corporate social responsibility reports»

En *Business Research Yearbook. Global Business Perspectives*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 1-889754-14-5
Clau: CL **Vol.:** XVI **Pàg. inicial:** 292 **Final:** 298 **Data:** 2009
Editorial (si llibre): International Academy of Business Disciplines
Lloc de publicació Beltsville, MD

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: *Comunicación proactiva: la gestión de los conflictos potenciales en organizaciones*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 9788497843201
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 128 **Data:** 2009
Editorial (si llibre): Gedisa
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.; Lalueza, F.
Títol: *Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 9788483226117
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 202 **Data:** 2009
Editorial (si llibre): Pearson
Lloc de publicació Madrid

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.;Ponsa, M.
Títol: *El marketing de las ideas. Los "think tanks" en España y en el mundo*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-937007-8-2
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 120 **Data:** 2009
Editorial (si llibre): Niberta
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Girona, R.; Xifra, J
Títol: «From the "strategy of truth" to the "weapon of truth": The Government Information Manual for the Motion Picture Industry, 1942»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 3 **Vol.:** 36 **Pàg. inicial:** 306 **Final:** 310 **Data:** 2010
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Pastor, L.; Xifra, J.
Títol: « La dramatización radiofónica de contenidos educativos: una experiencia universitaria.»

En *Comunicar*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1134-3478
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 35 **Pàg. inicial:** 121 **Final:** 129 **Data:** 2010
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Huelva

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: «Pasado, presente y futuro de la documentación en relaciones públicas: el Institute for Public Relations»

En *El Profesional de la información*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1386-6710
Clau: A **Núm.:** 2 **Vol.:** 19 **Pàg. inicial:** 189 **Final:** 193 **Data:** 2010
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: «Relaciones públicas y nacionalismo: Una aproximación a la construcción nacional desde la perspectiva de las relaciones públicas.»

En *Trípodos : llenguatge, pensament, comunicació*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1138-3305
Clau: A **Núm.:** **Vol.:** 26 **Pàg. inicial:** 117 **Final:** 132 **Data:** 2010
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.; Grau, F.
Títol: « Nanoblogging PR: The discourse on public relations in Twitter»

En *Public Relations Review : a journal of research and comment*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0363-8111
Clau: A **Núm.:** 2 **Vol.:** 36 **Pàg. inicial:** 170 **Final:** 174 **Data:** 2010
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Greenwich, Conn.

Autors (per ordre de signatura): Ordeix, Enric; Xifra, Jordi
Títol: «CSR and reputation management in late modernity: a case study of the role of public relations in times of financial crises»

En *Global business perspectives 2010*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 1-889754-15-3
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 271 **Final:** 277 **Data:** 2010
Editorial (si llibre): International academy of business disciplines
Lloc de publicació

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: «Els think tanks en les campanyes electorals i en la campanya electoral espanyola»

En *Retòrica, màrqueting d'idees i legitimació política*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 9788492707287
Clau: CL **Vol.:** **Pàg. inicial:** 43 **Final:** 58 **Data:** 2010
Editorial (si llibre): Documenta Universitaria

Lloc de publicació Girona

Autors (per ordre de signatura): Terricabras, J.M.; Xifra, Jordi (eds.)
Títol: *Retòrica, màrqueting d'idees i legitimació política*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-92707-28-7
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 85 **Data:** 2010
Editorial (si llibre): Documenta Universitària
Lloc de publicació Girona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: *Relaciones públicas, empresa y sociedad. Una aproximación ética*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 978-84-9788-081-7
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 129 **Data:** 2010
Editorial (si llibre): UOC
Lloc de publicació

Autors (per ordre de signatura): Grau, F.; Xifra, J.
Títol: «Zyncro: la intranet 2.0.»

En *El Profesional de la información*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1386-6710
Clau: A **Núm.:** 2 **Vol.:** 20 **Pàg. inicial:** 214 **Final:** 218 **Data:** 2011
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Barcelona

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.
Títol: «Americanization, Globalization, or Modernization of Electoral Campaigns? Testing the Situation in Spain»

En *American Behavioral Scientist*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 0002-7642
Clau: A **Núm.:** 6 **Vol.:** 55 **Pàg. inicial:** 667 **Final:** 682 **Data:** 2011
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Beverly Hills

Autors (per ordre de signatura): Xifra, J.;McKie, D.
Títol: «Desolidifying Culture: Bauman, Liquid Theory, and Race Concerns in Public Relations»

En *Journal of public relations research : a quarterly publication of the Public Relations Division of the As*

Ref.: ☒**Revista:** ☐**Llibre:** 1062-726X
Clau: A **Núm.:** 4 **Vol.:** 23 **Pàg. inicial:** 397 **Final:** 411 **Data:** 2011
Editorial (si llibre):
Lloc de publicació Mahwah

Autors (per ordre de signatura): Xifra, Jordi
Títol: *Manual de relaciones públicas e institucionales*

Ref.: ☐**Revista:** ☒**Llibre:** 9788430952670
Clau: L **Vol.:** **Pàg. inicial:** 1 **Final:** 405 **Data:** 2011
Editorial (si llibre): Tecnos
Lloc de publicació Madrid

Participació en contractes d'I+D d'especial rellevància amb Empreses i/o Administracions
(nacionals i/o internacionals)

Títol: Plan de comunicación interna y externa de la Universidad de Gerona

Entitat finançadora: Grupo de Investigacion Corpus, Universidad de Gerona (Vicerectorado de Organización)
Entitats participants: Grupo de Investigacion Corpus, Universidad de Gerona (Vicerectorado de Organización)
Duració, des de: 01/10/2007 **fins:** 30/09/2008
Investigador responsable: Jordi Xifra
Número d'investigadors participants:

Estades l'estranger
(estades continuades superiors a un mes)

CLAU: D = doctorat, P = postdoctoral, I = invitat, C = contractat, O = altres (especificar)

Centre: Facultad de Ciencias de la Información
Localitat: Málaga **País:** España **Data:** 01/04/2005 - 30/06/2005
Durada (setmanes): 12
Tema: Colaboración y participación en las tareas de investigación, en especial sobre las relaciones con el entorno de los departamentos universitarios. Programa Alfa II (America Latina - Formación Académica), Europaid, de la C.E., proyecto "Fortalecimiento de las areas y mecanismos de vinculación de las unidades academicas de ciencias sociales con el medio" (II-0351-A) - U.E. (Europeaid Of. de Coop.)
Clau: I

Centre: Facultad de Ingeniería, Economía y Empresa
Localitat: Santiago **País:** Chile **Data:** 01/08/2005 - 30/09/2005
Durada (setmanes): 8
Tema: Programa de investigación aplicada y consultoría de la Escuela de postgrado de la Facultad de Ingeniería, Economía y Empresa - Centro de Investigación Aplicada y Consultoría (CIAC). Investigación de la vigencia y viabilidad del modelo de gestión de conflictos potenciales en la gestión de la comunicación corporativa de las principales corporaciones chilenas
Clau: I

Centre: DUOC Universidad Católica de Chile
Localitat: Viña del Mar **País:** Chile **Data:** 01/08/2006 - 27/10/2006
Durada (setmanes): 12
Tema: Impartición de clases de relaciones públicas en la carrera de Relaciones Públicas destinadas a estudiantes de dicha titulación
Clau: I

Contribucions a Congressos

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Las relaciones publicas en España
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: I Congreso sobre Relaciones Públicas en la actualidad

Lloc de celebració: Málaga (España) **Data:** 14/12/1998 - 17/12/1998

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Del vinculo a la relación: la incidencia del elemento relacional en la formulación del concepto de relaciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: I Foro Interuniversitario de Investigadores en Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Vic (España) **Data:** 02/07/2003 - 04/07/2003

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Las relaciones públicas ante la convergencia universitaria europea
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: II Foro Interuniversitario de Investigadores en Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Vic (España) **Data:** 15/04/2004 - 16/04/2004

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: El lobbying como estrategia de relaciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: II Congresso Internacional de Relações Publicas

Lloc de celebració: Maia (Portugal) **Data:** 27/05/2004 - 28/05/2004

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Iinvestigación y relaciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: I Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Sevilla (España) **Data:** 17/11/2004 - 18/11/2004

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Grupos de presión y lobbying
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Seminario Internacional de Comunicaciones Corporativas

Lloc de celebració: Santiago (Chile) **Data:** 21/11/2004 - 21/11/2004

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: The political use of internet and "new" media
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Congreso anual de la International Association for Media and Communication Research

Lloc de celebració: Taipei (Taiwán) **Data:** 26/07/2005 - 28/07/2005

Autors: XIFRA, JORDI

Títol: The role of public relations in political communication: testing the situation in spain
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Congreso anual de la International Association for Media and Communication Research

Lloc de celebració: Taipei (Taiwán) **Data:** 26/07/2005 - 28/07/2005

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Manufacturing consent?: media, media policies and government
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Congreso anual de la International Association for Media and Communication Research

Lloc de celebració: Taipei (Taiwán) **Data:** 26/07/2005 - 28/07/2005

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Challenges in public relations education in europe related to the bologna process
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: 7th EUPRERA International Congress: new challenges for public relations

Lloc de celebració: Lisboa (Portugal) **Data:** 10/11/2005 - 13/11/2005

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Tendencias actuales de las relaciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: II Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, Sevilla (España)
Data: 16/11/2005 - 18/11/2005

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Las relaciones públicas como fuente de información: la dimensión retórica de sus mensajes
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: VII Foro Universitario de Investigación en Comunicación: propuestas para una comunicación de calidad

Lloc de celebració: Madrid (España) **Data:** 23/11/2005 - 25/11/2005

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: La formación del profesional en las relaciones públicas: el modelo norteamericano y el reto del espacio europeo de educación superior
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: VII Foro Universitario de Investigación en Comunicación: propuestas para una comunicación de calidad

Lloc de celebració: Madrid (España) **Data:** 23/11/2005 - 25/11/2005

Autors: ORDEIX, ENRIC; XIFRA, JORDI
Títol: Company paradoxes: the challenges of corporate culture in a global and multicultural european market
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: International Academy of Business Disciplines. 18th Annual Conference

Lloc de celebració: San Diego (Estados Unidos de América) **Data:** 06/04/2006 - 09/04/2006

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Communicating the effects of sports events in the city: methods and techniques
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: III International Symposium on Corporate Global Communication

Lloc de celebració: Palma de Mallorca (España) **Data:** 21/06/2006 - 23/06/2006

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: La planificación estratégica de las relaciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: I Jornadas Nacionales de Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Alicante (España) **Data:** 29/06/2006 - 30/06/2006

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Relaciones públicas y construccion nacional
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Congreso de Investigación en Comunicación Política

Lloc de celebració: Madrid (España) **Data:** 08/03/2007 - 09/03/2007

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: La comunicación permanente: comunicación de gobiernos y de administraciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Congreso de Investigación en Comunicación Política

Lloc de celebració: Madrid (España) **Data:** 08/03/2007 - 09/03/2007

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Las relaciones públicas en la sociedad del conocimiento
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: III Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Sevilla (España) **Data:** 21/03/2007 - 23/03/2007

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Etica y responsabilidad social en relaciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: III Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Sevilla (España) **Data:** 21/03/2007 - 23/03/2007

Autors: XIFRA, JORDI; HUERTAS, ASUNCIÓN
Títol: "Blogging pr": analisis de contenido de los blogs de relaciones públicas
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: III Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas

Lloc de celebració: Sevilla (España) **Data:** 21/03/2007 - 23/03/2007

Autors: ORDEIX, ENRIC; TIÓ, CINTO; XIFRA, JORDI
Títol: Rethinking CSR: tangible profit versus intangible value
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: International Academy of Business Disciplines. 20th Annual Conference

Lloc de celebració: Houston (Estados Unidos de América) **Data:** 03/04/2008 - 05/04/2008

Autors: XIFRA, JORDI; ORDEIX, ENRIC
Títol: Global corporate public relations and sport's culture: A civil religion approach to nation-building
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: XXII Congreso Anual de AEDEM

Lloc de celebració: Salamanca (España) **Data:** 18/06/2008 - 20/06/2008

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Radical PR: Alternative visions and future directions
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Radical PR Roundtable Conference

Lloc de celebració: Stirling (Reino Unido) **Data:** 30/06/2008 - 02/07/2008

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: A public relations approach to stateless nation-building and public paradiplomacy: From "real public relations" to "noo public relations"
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Radical PR Roundtable Conference

Lloc de celebració: Stirling (Reino Unido) **Data:** 30/06/2008 - 02/07/2008

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: Beyond ethics: the democratic function of public relations
Tipus de Participació: Ponencia
Congrés: Congreso Anual de la International Association for Media and Communication Research

Lloc de celebració: Estocolmo (Suecia) **Data:** 20/07/2008 - 23/07/2008

Autors: XIFRA, JORDI
Títol: -
Tipus de Participació: Asistencia
Congrés: IV Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas: La gestión de las relaciones con los públicos

Lloc de celebració: Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, Barcelona (España) **Data:** 24/04/2009 - 25/04/2009

Autors: XIFRA, J.
Títol: Managing reputational risk to become a financial leader in times of an economic downturn: The case of Banco Santander
Tipus de Participació: Comunicación
Congrés: EconPR 2009 ROUNDTABLE CONFERENCE

Lloc de celebració: Poznan University of Economics, Poznan (Polonia) **Data:** 29/06/2009 - 01/07/2009

Autors: XIFRA, J.; LALUEZA, F.
Títol: Spain is not different: A comparative study of required public relations skills in the educational systems of United States and Spain
Tipus de Participació: Comunicación
Congrés: Stirling 21 Conference

Lloc de celebració: University of Stirling, Stirling (Reino Unido) **Data:** 09/09/2009 - 11/09/2009

Autors: PASTOR, LL.; XIFRA, J.
Títol: PR education through journalism-based learning: A case study of teaching pr in the informational society
Tipus de Participació: Comunicación
Congrés: Stirling 21 Conference

Lloc de celebració: University of Stirling, Stirling (Reino Unido) **Data:** 09/09/2009 - 11/09/2009

Autors: JIMÉNEZ, M.; XIFRA, J.
Títol: The image of eating disorders on the spanish press: governmental policies against the celebrities power.
Tipus de Participació: Comunicación
Congrés: IAMCR 2010 International Conference

Lloc de celebració: Braga (Portugal), Braga (Portugal) **Data:** 01/07/2010 - 01/07/2010

Tesis Doctorals dirigides

Títol: El comercio justo como estrategia de relaciones públicas

Doctorand: Coll Llamas, María Mar
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2006

Títol: La comunicación externa de las organizaciones sin ánimo de lucro locales de la provincia de Girona

Doctorand: Hernández Gil, Meritxell
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2006

Títol: Plan de relaciones públicas del Hotel Palace de Barcelona

Doctorand: González Ruiz, Blanca
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2006

Títol: Campaña de city marketing de la ciudad de Friburgo

Doctorand: Yáñez Bellido, Rocío
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2007

Títol: La comunicación de crisis de Air Madrid

Doctorand: Pimentel Velasco, Sandra
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2007

Títol: Plan de comunicación interna del Ayuntamiento de Castell/Platja d'Aro

Doctorand: Vilà Viura, Anna
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2007

Títol: La promoción de los productos cinematográficos: el caso de Honor deCaballería de Albert Serra

Doctorand: López Morente, Sergi
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/09/2007

Títol: Campaña de comunicación de la empresa Louis Vuitton

Doctorand: Barragán Rodríguez, Alberto; Velasco García, Inés
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2008

Títol: Campaña de planificación de medios de Reanault

Doctorand: Martínez Martínez, Oscar; Turíon Loren, Lara
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2008

Títol: Concepto e identidad visual de la campaña Pepsi Twist

Doctorand: Bartrina Pellicer, Sara
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2008

Títol: Plan de marketing sobre un producto natural de la zona del Solsonés

Doctorand: Pous Casademunt, Jordi
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2008

Títol: Plan estratégico de comunicación de la empresa GICOR

Doctorand: Ball-llosera Cornellà, Núria
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2008

Títol: Proyecto de comunicación de la Fundación Vicente Ferrer

Doctorand: Matías Naval, Laia
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2008

Títol: Proyecto de marketing relacional de MC ediciones

Doctorand: Font Balduque, Leonor
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/06/2008

Títol: Proyecto de comunicación del aeropuerto de Girona-Costa Brava

Doctorand: Torres Plana, Lourdes
Universitat: Universidad de Gerona
Facultat/Escola:
Data: 01/09/2008

Participació en comitès i representacions internacionals

Experiència en organització d?activitats d'I+D

Organització de congressos, seminaris, jornades, etc., científics-tecnològics

---

Títol: I Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité científico
Data: 17/11/2004 - 18/11/2004

Títol: Congreso anual de la International Association for Media and Communication Research
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité organizador
Data: 26/07/2005 - 28/07/2005

Títol: II Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité científico
Data: 16/11/2005 - 18/11/2005

Títol: Congreso de Investigación en Comunicación Política
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité organizador
Data: 08/03/2007 - 09/03/2007

Títol: III Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité organizador
Data: 21/03/2007 - 23/03/2007

Títol: III Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité científico
Data: 21/03/2007 - 23/03/2007

Títol: Radical PR Roundtable Conference
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité organizador
Data: 30/06/2008 - 02/07/2008

Títol: Congreso Internacional Brand Trends
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité científico
Data: 18/02/2009 - 20/02/2009

Títol: IV Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas: La gestión de las relaciones con los públicos
Tipus d'activitat: Otros
Àmbit: Comité científico
Data: 24/04/2009 - 25/04/2009

Títol: IV Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas: La gestión de las relaciones con los públicos
Tipus d'activitat: Otros

Àmbit: Comité organizador
Data: 24/04/2009 - 25/04/2009

Cursos i seminaris impartits

Títol del curs: -
Títol de participació: La docencia y la investigación de relaciones públicas en las facultades de comunicación españolas
Entitat:
Participació: Ponencia
Data: 28/04/2005

Altres mèrits o aclaracions que desitji fer constar
(utilitzi únicament l'espai d'aquest imprès)

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Colaborador técnico del Instituto Catalán del Suelo, organismo autónomo de la Generalitat de Cataluña 15/11/1985 - 30/12/1987

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Funcionario del Cuerpo Superior de la Administración del Instituto Catalán del Suelo, organismo autónomo de la Generalitat de Cataluña 31/12/1987 - 17/03/1993

Calidad y dedicación a actividades profesionales, en empresas, instituciones, organismos públicos de investigación u hospitales, distintas a las docentes o investigadoras.
Presidente del Centro de Estudios de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Actividad desarrollada: Dirigir las actividades de formación e investigación de esta Asociación sin ánimo de lucro 16/09/1993

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Director del Curso de especialización en protocolo y organización de actos, de la Universidad de Gerona (60 horas) 1998 - 1999

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Director del Diploma de postgrado en Comunicación y Educación, de la Universidad de Gerona 1999 - 2000

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Coordinador del Curso de verano en protocolo empresarial, de la Universidad de Gerona (20 horas) 2000 - 2001

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Profesor invitado Universidad de Málaga 2001

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Director del Curso de extensión y divulgación en evaluacion personal y liderazgo profesional, de la Universidad de Gerona (30 horas) 2001 - 2002

Desempeño de cargos unipersonales de responsabilidad en gestión universitaria.
Director de la Escuela Universitaria de Ciencias de la Comunicación, Universitat de Girona 21/05/2001 - 30/09/2005

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Miembro del comité asesor de la colección "Media TK" de Eumo Editorial 2003

Otros méritos relacionados con la actividad investigadora.
Profesor responsable de la línea de investigación "Relaciones Públicas y Política" del programa de doctorado "Comunicación organizacional" del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga 2003 - 2007

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Jefe del Gabinete de Comunicación de la Universidad de Gerona 01/06/2003 -

29/02/2004

Otros méritos relacionados con la actividad investigadora.
Socio fundador y Presidente de la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas
23/01/2004 - 24/04/2009

Proyectos de innovación docente.
Título del proyecto: Diseño e implantación de la titulación de Comunicación en las Organizaciones en el marco del plan piloto de adaptacion de las titulaciones de las universidades catalanas al Espacio Europeo de Educación Superior. Entidad financiadora: Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña. Tipo de Convocatoria: CC.AA. Entidades participantes: Universidad de Gerona y DURSI (Generalidad de Cataluña). Investigador principal: Jordi Xifra. Nº de investigadores participantes: 2. Dedicación: compartida 01/10/2004 - 30/09/2005

Proyectos de innovación docente.
Título del proyecto: Fortalecimiento de las areas y mecanismos de vinculacion de las unidades académicas de ciencias sociales con el medio. Entidad financiadora: Comision Europea: Europeaid - Oficina de Cooperación (proyecto ALFA II-0351-A). Tipo de Convocatoria: UE. Entidades participantes: Universidades de Cuyo (Arg.); Toulouse (Fr.); Málaga (Esp.); Valparaiso (Ch.); Fernando Pessoa (Port.); Universidad Privada Domingo Savio (Bo.). Investigador principal: Laura Ciancio de Morales. Nº de investigadores participantes: 20. Dedicación: compartida
21/12/2004 - 20/12/2006

Otros méritos relacionados con la actividad profesional.
Evaluación positiva a los efectos de la contratación como Profesor Lector (equivalente al Ayudante Doctor) por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU): 26/04/2005 (Exp: U1443/3572091-21) 26/04/2005

Otros méritos relacionados con la actividad profesional.
Evaluación positiva de la actividad docente e investigadora a los efectos de poder ser contratado como Profesor Ayudante Doctor (ANECA, 09/06/2005, REF: 2005/01732) 09/06/2005

Proyectos de innovación docente.
Título del proyecto: Soporte web "Relacions públicas en sistemas interactivos multimedia". Entidad financiadora: Universitat Oberta de Catalunya. Tipo de Convocatoria: Convocatoria interna de la Universitat Oberta de Catalunya. Entidades participantes: Universitat Oberta de Catalunya. Investigador principal: Jordi Xifra. Nº de investigadores participantes: 1. Dedicación: completa
01/09/2005 - 31/01/2006

Desempeño de cargos unipersonales de responsabilidad en gestión universitaria.
Coordinador de los estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Girona, Facultad de Turismo 01/10/2005

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Vocal del tribunal de la tesis doctoral presentada por Dña. Mónica Viñares Abad, titulada "La gestion de la comunicación en los museos de Madrid. Auditoria de relaciones públicas", en la Universidad Complutense de Madrid 07/12/2005

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Vocal del tribunal de la tesis doctoral presentada por Dña. Mª Isabel Miguez Gonzalez, titulada "Los públicos en las relaciones publicas. Estudio recopilatorio y crítico sobre las principales aportaciones a la investigación de los públicos en las relaciones públicas", en la Universidad de Vigo 18/10/2006

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Imparticion de un curso de 6 horas a los docentes de lacarrera de Relaciones Públicas de la DUOC de la UniversidadCatólica de Chile, sede Viña del Mar 23/10/2006 - 27/10/2006

Otros méritos relacionados con la actividad investigadora.
Evaluación positiva de la actividad docente e investigadora a los efectos de poder ser contratado como Profesor Contratado Doctor (ANECA, 22/11/2006, REF: 2006/07203) 22/11/2006

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Secretario del tribunal de la tesis doctoral presentada por Dña. Maria Auxiliadora Alfaro Lara, titulada "Relaciones públicas y responsabilidad social: la fundacion de empresa como estrategia de reputacion organizacional", en la Univesidad de Sevilla 22/12/2006

Proyectos de innovación docente.
Título del proyecto: Soporte web "Lobbismo y grupos de influencia". Entidad financiadora: Universitat Oberta de Catalunya. Tipo de Convocatoria: Convocatoria interna de la Universitat Oberta de Catalunya. Entidades participantes: Universitat Oberta de Catalunya. Investigador principal: Jordi Xifra. Nº de investigadores participantes: 1. Dedicación: completa 01/01/2007 - 30/06/2007

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Vocal del tribunal de la tesis doctoral presentada por D. José D. Barquero Cabrero titulada "Multicultural method persuasion system" en la Universidad Internacional de Cataluña 07/04/2007

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Vocal del tribunal de la tesis doctoral presentada por Dña. Mariela Pérez Chavarria, titulada "La responsabilidad social corporativa en México: un acercamiento desde la comunicación en las 25 empresas mas importantes del país", en la Universidad de Málaga 20/06/2007

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Participación en el curso "Mundos virtuales. Un paseo por Second Life", organizado por la Universidad Oberta de Catalunya 01/07/2007 - 31/07/2007

Transferencia de conocimiento al sector productivo.
Elaboración del plan de comunicación externa del grupo de investigación "Technosperm" de la Universidad de Gerona y en especial la elaboración del video institucional de divulgación científica. Este grupo de investigación es uno de los tres más importantes del mundo en las áreas de criopreservacion, elanálisis seminal, la biología molecular y la reproducción asistida del sector porcino. Nuestra aportación supone desarrollar unos principios comunicativos, basados en los propios de la retórica y la argumentación crítica, para divulgar a través de los medios convencionales y no convencionales, las actividades del grupo a un público no especializado. Este modelo servirá en el futuro para ladivulgación científica de otras áreas de las ciencias biológicas, sin caer en la vulgarización 28/09/2007 - 29/02/2008

Proyectos de innovación docente.
Título del proyecto: Diseño e implantación de la titulación de Comunicación en las Organizaciones en el marco del plan piloto de adaptacion de las titulaciones de las universidades catalanas al Espacio Europeo de Educación Superior. Entidad financiadora: Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña. Tipo de Convocatoria: CC.AA. Entidades participantes: Universidad de Gerona y DURSI (Generalidad de Cataluña). Investigador principal: Jordi Xifra. Nº de investigadores participantes: 2. Dedicación: compartida 01/10/2007 - 30/09/2008

Otros méritos relacionados con la actividad investigadora.

Evaluación positiva de la actividad investigadora por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU): 03/10/2007 (Exp: U1445/6314094-58) 03/10/2007

Otros méritos relacionados con la actividad investigadora.
Evaluación positiva del sexenio de investigación (2002-2007) por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU): 19/06/2008 (Exp: U1448/7337868-68) 19/06/2008

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Miembro Honorario de la Asociación Interamericana de Periodistas de Economía y Finanzas (AIPEF)

Evaluaciones positivas de su actividad.
Un quinquenio de docencia reconocido (Universidad de Girona)

Otros méritos relacionados con la actividad docente.
Profesor invitado de la Universidad UNIACC (Universidad de las Artes, Ciencias y Comunicación) de Santiago de Chile en el marco de las actividades de extensión universitaria de dicha universidad

Otros méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración.
Co-director de la colección "Clásicos de las Relaciones Públicas" de Ediciones Gestión 2000

Evaluaciones positivas de su actividad.
Evaluación positiva de la actividad docente en la asignatura "Introducción a las Relaciones Públicas" de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas (4,35/5,00)

EVA PUJADAS CAPDEVILA

1. Dades personals

Cognoms i nom		DNI
Pujadas Capdevila, Eva		46.231.728A
Nacionalitat	Data de naixement	Sexe
Espanyola	12 gener de 1968	Dona
Adreça		
C/Sales i Ferre, 38-42		

2. Situació professional actual

Institució/organisme/empresa		Centre
Universitat Pompeu Fabra		Facultat de Comunicació
Departament, secció, unitat		Adreça
Departament de Comunicació		C/Roc Boronat, 138
Codi postal	Municipi	Província
08018	Barcelona	Barcelona
Categoria professional actual		Data d'inici
Professora Titular d'Universitat		08/05/2008
Situació administrativa		
Funcionària		
Dedicació	Especialització (codis UNESCO)	
A temps complet	6308	

3. Formació acadèmica

Titulació universitària	Centre	Data d'obtenció
1. Llicenciada en Ciències de la Informació	1. Universitat Autònoma de Barcelona	1. 1991
2. Llicenciada en Ciències Polítiques i Sociologia	2. Universitat Autònoma de Barcelona	2. 1993
Doctorat	Centre	Data d'obtenció
1. Gèneres i Estratègies de la Comunicació Audiovisual	1. Universitat Pompeu Fabra	1. 2001

4. Activitats de caràcter científic o professional anteriors a la situació actual

Situació/plaça	Institució	Període
1. Professora Titular Interina	1. Universitat Pompeu Fabra	1. 2002-2008
2. Professora Ajudant	2. Universitat Pompeu Fabra	2. 1995-2002
3. Professora Associada	3. Universitat de Girona	3. 2002-03 i 2003-04
4. Professora Associada	4. Universitat de Barcelona (Escola Superior de Relacions Públiques)	4. 2001-02, 2002-03
5. Professora Convidada	5. Universidade Nova de Lisboa	5. 1998

5. Idiomes (R = regular, B = bé, C = molt bé)

Idioma	Parlat	Llegit	Escrit
1. Català	1. C	1. C	1. C
2. Castellà	2. C	2. C	2. C
3. Francès	3. C	3. C	3. C
4. Anglès	4. C	4. C	4. C

6. Tesi doctoral	
Títol: La televisió de Qualitat. Àmbits de referència i perspectives d'anàlisi	
Director: Francesc Xavier Ruiz Collantes	
Universitat: Universitat Pompeu Fabra	
Departament: Departament de Comunicació	
Qualificació: Excel·lent Cum Laude per unanimitat	Doctorat europeu: No
Data de defensa de la tesi: 5 d'octubre de 2001	Data d'expedició del títol: 11 d'octubre de 2011

A. Projectes	
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: El surgimiento de la Política Pop en España: entretenimiento televisivo, web 2.0. y videojuegos	
Entitat finançadora: Ministerio de Economía y Competitividad	Referència de la concessió: **CSO2011-29032**
Import concedit: **44.000 Euros**	
Durada: des de/d' 1 de gener de 2012 fins a 31 de desembre de 2014	Investigadora principal: **Eva Pujadas Capdevila**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: Televisión y debate político.	
Entitat finançadora: Ministerio de Ciencia y Tecnología	Referència de la concessió: **CSO2008-02589**
Import concedit: **31.500Euros**	
Durada: des de/d' 1 de gener de 2009 fins a 31 de desembre de 2011	Investigadora principal: **Eva Pujadas Capdevila**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: : Narrativas transmediàtiques, convergència àudio-visual i noves estratègies de comunicació	
Entitat finançadora: Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Referència de la concessió: Convocatòria per a la Concessió d'Ajuts a Projectes de Recerca sobre Comunicació Audiovisual
Import concedit**: 6.000 Euros**	
Durada: des de/ Juny de 2010 fins a Juny de 2011	Investigadora principal: **Carlos Alberto Scolari**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: L'evolució de la diversitat de la programació televisiva al 2008-09.	
Entitat finançadora: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	Referència de la concessió: **Contracte**
Import concedit: **12.000 euros**	
Durada: des de/d' 1 de gener de 2008 fins a abril de 2009	Investigadora principal: **Eva Pujadas Capdevila**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: Estrategias epistémicas en el discurso, la interacción y la comunicación	
Entitat finançadora: Ministerio de Ciencia y Tecnología	Referència de la concessió: **FFI2008-00070**
Import concedit**: 66.550 Euros**	
Durada: des de/d' 1 de gener de 2009 fins a 31 de desembre de 2011	Investigador principal: **Teun Van Dijk**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: Definició d'indicadors de la qualitat televisiva. Construcció d'un protocol d'anàlisi de la diversitat de la programació	
Entitat finançadora: Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Referència de la concessió: Convocatòria per a la Concecció d'Ajuts a Projectes de Recerca sobre Comunicació Audiovisual/ 2005
Import concedit: **12.000 euros**	
Durada: des de/d' novembre de 2005 fins a novembre de 2006	Investigadora principal: **Eva Pujadas Capdevila**

A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: Estrategias de Comunicación Social de los organismos del Estado a través de la publicidad institucional	
Entitat finançadora: Ministerio de Ciencia y Tecnología	Referència de la concessió: SEJ2004-02451 **(Segment P1034904).**
Import concedit: **35.880 Euros**	
Durada: des de/d' 1 de gener de 2005 fins a 31 de desembre de 2008	Investigador principal: Francesc Xavier Ruiz Collantes
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: La televisión y la imagen pública de la inmigración en España	
Entitat finançadora: Ministerio de Ciencia y Tecnología	Referència de la concessió: BSO2001-0938 **(Segment P1106001)**
Import concedit**: 79.055**	
Durada: des de/d' 1 de gener de 2001 fins a 31 de desembre de 2003	Investigador principal: **Josep Gifreu i Pinsach**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: Qualitat i Televisió. Recerca sobre els criteris de qualitat en el procés comunicatiu de la televisió	
Entitat finançadora: Consell de l'Audiovisual de Catalunya	
Import concedit: **12..000 Euros**	
Durada: des de/d' 12 d'abril del 2000 fins a Juliol de 2001	Investigadora principal: **Mònica Terribas**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: La identidad de españa a través de los noticiarios televisivos, entre el Estado autonómico y la Unión Europea	
Entitat finançadora: Ministerio de Educación y Ciencia	Referència de la concessió: PB97-0092 **(Segment DI106118)**
Import concedit: **3.000.000 ptas**.	
Durada: des de/d' 1 de gener de 1998 fins a 31 de desembre de 2001	Investigador principal: **Enric Saperas Lapiedra**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: La imatge de Catalunya a les televisions d'àmbit estatal	
Entitat finançadora: Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Referència de la concessió: **Contracte**
Import concedit: **18.030 euros.**	
Durada: des de/d' octubre de 1996 fins a febrer de 1998	Investigador principal: **F.Xavier Ruiz Collantes**
A.1 Direcció i participació en projectes d'investigació competitius	
Títol del projecte: El *prime-time* televisiu: evolució dels continguts i dels formats	
Entitat finançadora: Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Referència de la concessió: Convocatòria per a la Concessió d'Ajuts a Projectes de Recerca sobre Comunicació Audiovisual
Import concedit: **387.000 ptes**.	
Durada: des de/d' octubre de 1996 fins a novembre de 1997	Investigadora principal: **Eva Pujadas Capdevila**

A. Projectes	
A.2 Direcció i participació en projectes d'investigació no competitius	
Títol del projecte: La campanya electoral al Parlament Català de 2010	
Entitat finançadora: **Fundació Bofill**	
Import concedit: **22..000 Euros**	
Durada: des de/d' 1 de novembre de 2011 fins a 31 de desembre de 2012	Investigadors principals: **A.Capdevila i C.Pont**
A.2 Direcció i participació en projectes d'investigació no competitius	
Títol del projecte: L'espectre del tripartit. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes del 2006	
Entitat finançadora: **Fundació Bofill**	
Durada: des de/d' 1 de novembre de 2006 fins a 31 de desembre de 2007	Investigadors principals: **J.Pericot i A.Capdevila**
A.2 Direcció i participació en projectes d'investigació no competitius	
Títol del projecte: Comunicació Política i comportament electoral a Catalunya. La campanya electoral al Parlament de Catalunya de novembre de 2003.	
Entitat finançadora: **Fundació Bofill**	
Import concedit: **14.690 euros**	
Durada: des de/d' novembre de 2003 fins a Juny de 2004	Investigadors principals: **J.Gifreu i J.Pallarés**
A.2 Direcció i participació en projectes d'investigació no competitius	
Títol del projecte: Anàlisis cualitativo sobre la visabilidad de la oferta de servicios I-mode	
Entitat finançadora: **Do-Como**	
Durada: des de novembre de 2001 fins a Juny de 2002	Investigador principal: J.Blat (Departament d'Enginyeria de Comunicació de la UPF)

B. Publicacions

B.1 Articles en revistes indexades[1]

Autors: Ruiz Collantes, X.R., Pujadas, E., Obradors, M., Ferrés, J, Pérez, O.,

Títol: Qualitative-quantitative analysis of narrative structures: the narrative roles of immigrants in Spanish television series

Revista: Semiotica; vol. II, nº 184; pp.99-121

Any: 2011	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Publicació indexada: ISI: Arts and Humanities Citation Index, Current Contents ERIH category INT2 CARHUS BLL- Bibliographie Linguisticher Literatur Celdes CIOS: ComAbstracts CNPIEC Dietrich's Index Philosophicus EBSCO: Communication Abstracts, Communication and Mass Media INdex, Current Abstracts Elsevier: Scopus ERIH- European Reference Index for the Humanities IBR International Bibliography of Book Reviews in Scholarly Literature in the Humanities and Social Sciences IBZ International Bibliography of Periodical Literature in the Humanities and Social Sciences ProQuest: Arts & Humanities, Social Sciences	Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI):
ISSN: (Online) 1613-3692, **ISSN (Print**) 0037-1998, DOI: **10.1515/semi.2011.024**, March 2011	

Autors: Ruiz Collantes, X.R., Pujadas, E., Ferrés, J, Obradors, M., , Pérez, O., Casals, A.

Títol: La construcción de la imagen pública de los organismos del Estado y la ciudadanía a través de las narraciones de la publicidad institucional televisiva

Revista: Qüestiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad. Monográfico, nº 3

Any: 2009	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Revista indexada: : Revista inclosa a la base de dades ISOC del CSIC (CINDOC) RESH del CSIC LATINDEX (Sistema regional d'informació en línia per revistes científiques d'Amèrica Llatina, El Carib i Espanya) Criteris de Qualitat editorial: CNEAI: 13 ANECA: 13 LATINDEX: 32 **ISSN**: 1133-6870	

Autors/res (per ordre de signatura): Ruiz Collantes, X.R., Pujadas, E., Obradors, M., Ferrés, J, Pérez, O.,

Títol: La imagen pública de la inmigración en las series de televisión españolas

Revista: Política y Cultura

Any: 2008	Clau:A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Revista indexada a les següents bases de dades: Banco de Datos sobre Educación Iberoamericana (IRESIE) Benson Latin American Collection Biblioteca Virtual de Sociales de América Latina y El Caribe de la Red de Centros Miembros de CLASCO; Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades (CLASE) CSA/Pais Internacional, Pais y/o Linguistics and language Behaviour Abstracts (LLBA) Hispanic American Periodicals Index (HAPI) Indice de Revistas Mexicanas e Investigación Científica y Tecnológica del CONACYT Internation Bibliography of the Social Sciences (IBBS) Proquest Information and Learning Red de Revistas Científicas Latinas de América Latina y El Caribe, España y Portugal Ciencias Sociales y Humanidades (Red ALyC) Scientific Electronic Library Online (SCIELO) Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (LATINDEX) Ulrich's Periodical Directory	
ISSN: 0188-7742	

Autores: Pujadas, E., Oliva, M.	
Títol: L'avaluació de la diversitat de la programació televisiva	
Revista: Quaderns del CAC, maig-agost de 2008, pp.87-98	
Any: 2008	**Clau**: A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Revista indexada: Revista indexada a les següents bases de dades: CARHUS + 2010 (valoració C) MIAR (ÍNDEX ICDS: 0.400) DIALNET CIRC: Grup D	
ISSN: 1138-9761	

Autora: Pujadas, E.	
Títol: Formas narrativas y nuevos pactos ficcionales. Redefinición de los límites de la comunicación audiovisual. El caso de los *talk shows* y los *reality shows*	
Revista: Trípodos	
Any: 2007	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI): 0.169 Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): segon cuartil	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):

Revista indexada a les següents bases de dades:: CARHUS+ IN-RECS (2010): (Posició 5, segon cuartil, index d'impacte 0.169) DIALNET MIAR (index ICDS: 4.176) ISOC Ciencias Sociales y Humanidades LATINDEX (Criteris acomplerts: 25)	
ISSN: 978-84-935360-15	

Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Ferrés, J., Obradors, M., Pérez, O.	
Títol: La imatge pública de la immigració a les sèries de televisió	
Revista: : Quaderns del CAC. Nº 23-24 (pp.103-126)	
Any: 2006	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Revista indexada: Revista indexada a les següents bases de dades: CARHUS + 2010 (valoració C) MIAR (ÍNDEX ICDS: 0.400) DIALNET CIRC: Grup D	
ISSN: 0188-7742	

Autora: Pujadas, E.	
Títol: Las TIC desde la perspectiva de las "formas culturales": contenidos e identidades conformadas	
Revista: Trípodos, maig de 2005 (pp.199-210)	
Any: 2005	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI): 0.169	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Segon quartil Revista indexada: CARHUS+ IN-RECS (2010): (Posició 5, segon cuartil, index d'impacte 0.169) DIALNET MIAR (index ICDS: 4.176) ISOC Ciencias Sociales y Humanidades LATINDEX (Criteris acomplerts: 25)	
ISSN: 978-84-935360-15	

Autora: Pujadas, E.	
Títol: Salam Pax. El internauta de Bagdad	
Revista: Quaderns del CAC., nº 17	
Any: 2003	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Revista indexada: Revista indexada a les següents bases de dades: CARHUS + 2010 (valoració C) MIAR (ÍNDEX ICDS: 0.400) DIALNET CIRC: Grup D	

ISSN: 0188-7742	
Autora: Pujadas, E.	
Títol: Televisió de qualitat i pragmatisme	
Revista: : Quaderns del CAC. , nº13, (pàgs..3-11)	
Any: 2002	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Revista indexada: Revista indexada a les següents bases de dades: CARHUS + 2010 (valoració C) MIAR (ÍNDEX ICDS: 0.400) DIALNET CIRC: Grup D	
ISSN: 0188-7742	

Autors: Ruiz Collantes, DF.X., Saperas, E. i Pujadas, E.	
Títol: La imatge de Catalunya a les televisions d'àmbit estatal	
Revista: Quaderns del CAC. Estudis i Informes	
Any: 1998	**Clau** :A
Índex d'impacte (SCI/SSCI/AHCI):	Nombre de citacions (SCI/SSCI/AHCI):
Quartil i àrea (SCI/SSCI/AHCI): Revista indexada: Revista indexada a les següents bases de dades: CARHUS + 2010 (valoració C) MIAR (ÍNDEX ICDS: 0.400) DIALNET CIRC: Grup D	
ISSN: 0188-7742	

B.2 Articles en revistes no indexades amb avaluació externa	
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Analizar la diversidad de la programación televisiva. Identificación de dimensiones y construcción de indicadores	
Revista: Portal de la Comunicació. Lliçons del Portal	
Any: 2008	**Clau**: A
ISSN: 2014-0576	
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Desplegament dels principals continguts i valors vinculats a la noció de qualitat televisiva. El cas específic de la "diversitat"	
Revista: Formats. Revista de Comunicació Audiovisual	
Any: 2005	Clau: A
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Cuestiones sobre los tipos de visibilidad, de discursividad y de racionalidad introducidas por la imagen sintética	
Revista: Formats. Revista de Comunicació Audiovisual, nº1	
Any: 1996	Clau: A
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Renovar la mirada ética per abasta la imatge televisiva	
Revista: Temes de Disseny, nº 16, pàgs. 45-75	
Any: 2000	Clau:: A
ISSN: 0213-6023	

.

B.3 Llibres i capítols de llibre

Autora: Pujadas, E.	
Títol: La televisión de calidad. Contenidos y Debates	
Pàgines (inicial-final): 1-249	
Editorial: Aldea Global	
ISBN: 978-84-490-2650-8	**Dipòsit legal**: V-977-2011
Any: 2011	**Clau**: L
Autors: Pujadas, E., Pérez, O. i Oliva, M.	
Títol: Discurs i Imatge dels Candidats a les cadenes de televisió	
Pàgines (inicial-final): (a impremta, a l'espera de galerades)	
Editorial: Documenta Universitaria	
ISBN:	**Dipòsit legal**:
Any: 2012	**Clau**: C
Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Pérez, O.	
Títol: "Presència, discurs i imatge dels candidats a les cadenes de televisió" dins el llibre L'espectre del tripartit. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes del 2006	
Pàgines (inicial-final): 141-170	
Editorial: Documenta Universitària	
ISBN: 978-84-92707-04-1	**Dipòsit legal:** B-35772-2009
Any: 2009	**Clau**: A
Autors:.Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Ferrés, J., Obradors, M., Pérez, O.	
Títol: "Los roles narrativos del inmigrante en la ficción televisiva. El caso de la ficción española de producción propia" en el libro Medios de Comunicación, inmigración y sociedad.	
Pàgines (inicial-final): 111-126	
Editorial: Ediciones de la Universidad de Salamanca. Igartúa y Múñiz (editors)	
ISBN: 978-84-7800-403-4	**Dipòsit legal**:
Any: 2007	**Clau**: A
Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Pérez, O.	
Títol: "Presència, discurs i imatge dels candidats a les cadenes de televisió" dins "De Pujol a Maragall. Comunicació política i comportament electoral en les eleccions catalanes de 2003	
Pàgines (inicial-final): 167-188	
Editorial: Documenta Universitària	
ISBN: 978-84-96742-30-7	**Dipòsit legal**:
Any: 2007	**Clau**: A
Autora: Pujadas, E.	
Títol: "Los ámbitos de la Ciencia y de la Política en la evaluación de la calidad televisiva y la construcción de indicadores" dins el llibre Classificaçao indicativa no Brasil: desafios e perspectivas	
Pàgines (inicial-final): 157-171	
Editorial: Ministerio da Justiça. Departamento da justiça, classificaçao, títulos e qualificaçao. Brasil	
ISBN: 85-60269-00-6	Dipòsit legal:
Any: 2006	Clau : A
Autora: Pujadas, E.	
Títol: The research on "Quality Television". Establishing the context for an academic analysis of INPUT dicourse about quality television	
Pàgines (inicial-final):	
Editorial: Universitat Pompeu Fabra. Publicació especial per al X anniversari de la creació de la Col·lecció INPUT	
ISBN:	**Dipòsit legal**:
Any: 2004	**Clau** : A

Autora: Pujadas, E.	
Títol: La “televisió de qualitat” contra les cordes: dissecció del concepte i comparació interdisciplinar	
Pàgines (inicial-final):	
Editorial: Universitat Pompeu Fabra. Publicació especial per al X anniversari de la creació de la Col·lecció INPUT	
ISBN:	Dipòsit legal:
Any: 2004	Clau : A
Autora: Pujadas, E.	
Títol: Premisas y ámbitos de definición de la calidad en televisión	
Pàgines (inicial-final):	
Editorial: Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA). El Anuario de la Televisión	
ISBN: 84-922148-7-2	Dipòsit legal: M-39-591-1995
Any: 2002	Clau : A
Autora: Pujadas, E.	
Títol: Breu història de l’espectacle televisiu	
Pàgines (inicial-final): (pàgs. 398-413)	
Editorial:): Enciclopèdia Catalana Temàtica, volum 8.	
ISBN de l’obra completa: 84-412-2693-8 ISBN del volum: 84-412-2769-4	Dipòsit legal:
Any: 1999	Clau : A

B.4 Altres publicacions (Articles a revistes no incloses en B.1 o B.2, informes tècnics, dictàmens, cartes a l'editor, casos clínics, traduccions, etc.)	
Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas Capdevila, E.	
Títol: On és la banalitat del discurs televisiu?	Any: Octubre de 2006
Pàgines (inicial-final):	
Editorial: Diàleg. Quaderns de Filosofia	
ISBN/ISSN:	Dipòsit legal:
Institució que fa l'encàrrec: Director (Josep Maria Terricabras)	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Cuál es el valor que tienen los noticiarios infantiles y juveniles a nivel de información, educación y entretenimiento?	Any: Octubre de 2006
Pàgines (inicial-final):	
Editorial: Fundación Rafael del Pino i Observatori Europeu de la Televisió Infantil	
ISBN/ISSN:	Dipòsit legal:
Institució que fa l'encàrrec: : Fundación Rafael del Pino i Observatori Europeu de la Televisió Infantil	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Objetivos, retos y déficits de los noticiarios televisivos	Any: Octubre de 2005
Pàgines (inicial-final):	
Editorial: : Fundación Rafael del Pino i Observatori Europeu de la Televisió Infantil	
ISBN/ISSN:	Dipòsit legal:
Institució que fa l'encàrrec: : Fundación Rafael del Pino i Observatori Europeu de la Televisió Infantil	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas Capdevila, E.	
Títol: El prime-time televisiu. Evolució dels continguts i dels formats	Any: 1997
Pàgines (inicial-final):1-297	
Editorial: Centre d'Investigació de la Comunicació (CIC)	
ISBN/ISSN:	Dipòsit legal:
Institució que fa l'encàrrec: Centre d'Investigació de la Comunicació	

B.5 Publicacions amb avaluació externa resultants de congressos

Autors/res (per ordre de signatura): Pérez, O., Oliva, M. i Pujadas, E..	
Títol: La construcción televisiva de la deliberación política. Análisis comparativo de programas informativos y de infotainment.	
Llibre d'actes o revista (títol, volum, pàgina inicial-final): Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social	
Ciutad i Any: Tenerife, 2011	
ISBN/ISSN: CD-ROM, ISBN: 978-84-939337-6-	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E. i Oliva, M.	
Títol: Evaluar la diversidad de la programación televisiva en el Estado español.	
Llibre d'actes o revista (títol, volum, pàgina inicial-final): Actas del Congreso de la Asociación Española de Investigación en Comunicación. Santiago de Compostela	
Ciutad i Any: Santiago de Compostela, 2008	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: Debates en torno a la construcción de la identidad y la alteridad en televisión	
Llibre d'actes o revista (títol, volum, pàgina inicial-final): XI Forum Mundial de la Televisió Infantil. Els treballs del Naos, nº 10. Observatorio Europeo de la Televisión Infantil. Libro de Ponencias	
Ciutat i Any: Barcelona, 2007	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: Formas de deseducación contemporánea: fragmentación identitaria en la televiisón y en las TIC	
Llibre d'actes o revista: IX Forum Mundial de la Televisió Infantil. Els treballs del Naos, nº 8. Las Culturas pedagógicas de la Educación. Observatorio Europeo de la Televisión Infantil. Libro de Ponencias	
Any: 2005	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: El aniquilamiento de la realidad. Ámbitos, complicidades y responsabilidades.	
Llibre d'actes o revista: VIII Forum Mundial de la Televisió Infantil. Els treballs del Naos, nº 7. Las Culturas pedagógicas de la Educación. Observatorio Europeo de la Televisión Infantil. Libro de Ponencias	
Any: 2004	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: Magritte, Verdi y noticiarios televisivos. Notas sobre la imitación de la realidad y la objetividad periodística.	
Llibre d'actes o revista : Fundación de la Universidad Complutense	
Any: Madrid, 2003	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: El periodismo, cultura pedagógica?	
Llibre d'actes o revista: VII Forum Mundial de la Televisió Infantil. Els treballs del Naos, nº 6. Las Culturas pedagógicas de la Educación. Observatorio Europeo de la Televisión Infantil. Libro de Ponencias	
Any: 2003	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.

Títol: La programación infantil y juvenil desde la perspectiva de la televisión de calidad	
Llibre d'actes o revista: VI Forum Mundial de la Televisió Infantil. Els treballs del Naos, nº 5. Las Culturas pedagógicas de la Educación. Observatorio Europeo de la Televisión Infantil. Libro de Ponencias	
Any: 2002	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: Education and Responsible Media: the lost of innocence?	
Llibre d'actes o revista: IAMCR/AIERI (International Association for Media and Communication Research	
Any: Barcelona, 2002	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: Where the traditional approach to Ethics of Communication falls short	
Llibre d'actes o revista: IAMCR/AIERI (International Association for Media and Communication Research	
Any: Barcelona, 2002	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: The construction of the image of Catalonia in Spanish Television	
Llibre d'actes o revista: IAMCR/AIERI (International Association for Media and Communication Research	
Any: Barcelona, 2002	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: El reduccionismo ético contemporáneo sobre los medios: la equiparación de la Ética a la Deontología y la reflexión sobre los géneros informativos. Vías de salida: la reflexión sobre el servicio público y la televisión de calidad.	
Llibre d'actes o revista: Actes de III Foro de Investigación Universitaria en Comunicación. Fundación de la Universidad Complutense. Pàgs. 23-35	
Any: Madrid, 2001	
ISBN/ISSN:	

Autors/res (per ordre de signatura): Pujadas, E.	
Títol: La creativitat com un criteri de qualitat televisiva	
Llibre d'actes o revista: Actes del Congrès de Creativitat de Barcelona.(publicació en DVD)	
Any: Barcelona, 2001	
ISBN/ISSN:	

C. Congressos

C.1.Consigneu únicament els 10 més rellevants i especifiqueu clarament les conferències invitades)

CONGRÉS 1.

Autora: Pujadas Capdevila, E.

Títol: Quality television: contents and research perspectives

Tipus de contribució: Comunicació/Paper

Congrés: Qu'est-ce qu'une télévision de qualité?

Lloc: Paris, setembre de 2012	Any: 2012

Organisme/institució que l'organitza: CEISME (Centre d'Étude sur les images et les sons médiatiques), Sorbonne Nouvelle-Paris3 amb el suport del Laboratoire d'Excellence ICCA (Industrie Culture et Création Artistique) i de la Inathèque de France.

CONGRÉS 2

Autora: Pujadas Capdevila, E.

Títol: Advertising research: what kind of research for advertising images?

Tipus de contribució: Comunicació

Congrés: ECREA TWG: Advertising in Communication and Media Research Symposium

Lloc: Tuebingen (Germany)	Any: Juny de 2012

Organisme/institució que l'organitza: Institute for Media Studies, Tuebingen University

CONGRÉS 3
CONFERÈNCIA INVITADA

Autora: Pujadas Capdevila, E., Gay, E. (vicepresident del Tribunal Constitucional), Pantoja, F. (Fiscal del Tribunal Suprem)

Títol:El valor social de las pantallas

Tipus de contribució: CONFERÈNCIA INVITADA

Congrés: Jornada al Senat de les Corts Espanyoles

Lloc: Senat, Madrid	Any: Octubre de 2011

Organisme/institució que l'organitza: OCTA (OBSERVATORIO DE Contenidos Televisivos Audiovisuales)

CONGRÉS 4
CONFERÈNCIA INVITADA

Autora: Pujadas Capdevila, E.

Títol: Llei General de la Comunicació Audiovisual: Catalunya respon

Tipus de contribució: CONFERÈNCIA INVITADA

Congrés: Dinar-Taula rodona (amb Albert Sáez, Santiago Ramentol, Ramon Colom i Daniel Condeminas)

Lloc: Barcelona	Any: Novembre de 2010

Organisme/institució que l'organitza: CPAC (Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya).

CONGRÉS 5
CONFERÈNCIA INVITADA

Autora: Pujadas Capdevila, E.

Títol: Introducing Media Literacy in the Academic Curriculum

Tipus de contribució: CONFERÈNCIA INVITADA

Congrés: Media Literacy. Overseas Conversation Series II

Lloc: Nova Iork	Any: Juny de 2006

Organisme/institució que l'organitza: Conselleria d'Educació del Districte 10 de la ciutat de Nova York (Manhattan)

CONGRÉS 6 CONFERÈNCIA INVITADA	
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Videogames are Education too	
Tipus de contribució: Moderadora INVITADA	
Congrés: Media Literacy. Overseas Conversation Series II	
Lloc:) Nova Iork	Any: Juny de 2006
Organisme/institució que l'organitza: Museum of Radio and Television , Manhattan (Nova Iork)	

CONGRÉS 7 CONFERÈNCIA INVITADA	
Autors/ores (per ordre de signatura): Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Retos docentes, estructurales y estratégicos de la implantación del EEES en los Estudios de Comunicación Audiovisual	
Tipus de contribució: CONFERÈNCIA INVITADA	
Jornada: Experiencias de las Facultades de Comunicación antre la Convergencia Europea de Educación Superior	
Lloc: Universidad Pontificia de Salamanca	Any: Març de 2006
Organisme/institució que l'organitza: Departamento de Comunicación. Universidad Pontifica de Salamanca	

CONGRÉS 8 CONFERÈNCIA INVITADA	
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Media and Body Representation	
Tipus de contribució: CONFERÈNCIA INVITADA	
Congrés: Media Literacy. Overseas Conversation Series	
Lloc: Nova Iork	Any: 10 de Juny de 2005
Organisme/institució que l'organitza: Fordham University and Media Ecology Association	

CONGRÉS 9 CONFERÈNCIA INVITADA	
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Communication's pedagogical Cultures	
Tipus de contribució: CONFERÈNCIA INVITADA	
Congrés: Media Literacy. Overseas Conversation Series	
Lloc: Nova Iork	Any: 9 de Juny de 2005
Organisme/institució que l'organitza: Instituto Cervantes de Manhattan (Nova Iork)	

CONGRÉS 10 CONFERÈNCIA INVITADA	
Autora: Pujadas Capdevila, E.	
Títol: Fashion, Advertisement and Youth Values	
Tipus de contribució: CONFERÈNCIA INVITADA	
Congrés: Media Literacy. Overseas Conversation Series	
Lloc: Nova Iork	Any: 8 de Juny de 2005
Organisme/institució que l'organitza: Chelsea Museum of Art (Manhattan)	

D. Estades en centres de recerca (Consigneu només les estades superiors a un mes. A la clau indiqueu: doctoral, postdoctoral, convidat/da, contractat/da, altres a especificar)		
Centre: Media and Communication Department. Goldsmith's College (University of London)		
Localitat: Londres	País: Regne Unit	
Any: 2006	Durada (mesos): 3 mesos (setembre de desembre)	Clau:convidada (postdoctoral)
Tema: Desenvolupament d'indicadors de la diversitat televisiva		

E. Direcció de tesis doctorals i Treballs Finals de Màster
E.1 Tesis doctorals
Directors: Eva Pujadas Capdevila i Josep Maria Català
Títol del treball: Lo irónico-sublime como recurso retórico en el cine de no-ficción de Wernerr Herzog. El caso de *The White Diamond*, *Grizzly Man* y *The wild blue Yonder*
Data de lectura (dd/mm/aaaa): 15 de gener de 2010
Nom del doctorand: Fabiola Alcalà Anguiano
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
E.2 Tesis doctorals
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball: Disciplinar la realitat. Narratives, models i valors dels realities de transformació
Data de lectura (dd/mm/aaaa): 20 de setembre de 2010
Nom del doctorand: Mercè Oliva Rota
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
E.3 Treball Final de Màster i Tesi doctoral
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball: Perquè els castellanoparlants no miren TV3? Proposta de recerca sobre el gust televisiu: anàlisi de textos i receptors
Data de lectura (dd/mm/aaaa): (Tesi en procés): Data de lectura del Treball Final de Màster: 24 d'octubre de 2010
Nom del doctorand: Reinald Besalú Casademont
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
E.4 Treball Final de Màster i Tesi doctoral
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball: Interfícies web afectives. La influència de la composició gràfica en la satisfacció de l'usuari
Data de lectura (dd/mm/aaaa): (Tesi en procés): Treball de recerca defensat l'ú de juny de 2012
Nom del doctorand: Anna Pallerols Cat
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
E.5 Treball Final de Màster i Tesi doctoral
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball: Experiencias persuasivas. Construcción de un protocolo para el anàlisis de la persuasión en los videojuegos
Data de lectura (dd/mm/aaaa): (Tesi en procés): Treball de recerca defensat el 10 de setembre de 2010
Nom del doctorand: Fermin Ciaurriz
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
E.6 Treball Final de Màster i Tesi doctoral
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball: La construcció narrativa dels programes de temàtica científica
Data de lectura (dd/mm/aaaa): (Tesi en procés): Data de lectura del treball final de màster: 16 de jun de 2012
Nom del doctorand: Albert Mundet
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
E.7 Treball Final de Màster i Tesi doctoral
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball:
Data de lectura (dd/mm/aaaa):
Nom del doctorand:
Institució: UAB en traspàs d'expedient a la UPF

E.8 Treball Final de Màster i Tesi doctoral
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball: La imagen publicitaria. Hombres y animales en la representación del lujo
Data de lectura (dd/mm/aaaa): (Tesi en procés): data de lectura del Treball final de màster:: 15 de juny de 2012
Nom del doctorand: Elie Sayeigh
Institució: Escola Elisava (alumne provinent del Màster Universitari de Disseny i Comunicació); expedient en traspàs a la UPF
E.9 Direcció de Treball Final de Màster
Directors: Eva Pujadas Capdevila
Títol del treball: Elecciones 2006 Mexico: el espot publicitario y su construcción discursiva
Data de lectura (dd/mm/aaaa): 4 de setembre de 2012
Nom del doctorand: Alejandra Herrera Palma
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra

F. Altres activitats formatives de postgrau impartides
F.1. Tipus d'activitat: Màster Universitari d'Estudis Avançats en Comunicació Social
Nom de l'activitat o curs: Metodologia per a la recerca sobre la Qualitat Televisiva
Cursos acadèmics: 2008-09,2009-10, 2010-11, 2011-12 i 2012-13
Nombre d'hores lectives: 30 hores (cada edició)
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
F.2. Tipus d'activitat : Màster Universitari de Disseny i Comunicació (MUDIC)
Nom de l'activitat o curs: Anàlisi de la Significació de la Imatge
Cursos acadèmics: 2010-11 i 2011-12
Nombre d'hores lectives: 20 hores (cada edició)
Institució: Escola Elisava
F.3. Tipus d'activitat: Doctorat en Comunicació Social
Nom de l'activitat o curs: La Televisió de Qualitat
Cursos acadèmics: Biennis: 2002-04, 2003-05, 2004-06, 2005-07 y 2006-02008 (fins la seva extinció)
Nombre d'hores lectives: 30 hores (cada edició)
Institució: Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra
F.4. Tipus d'activitat: Màster en Migracions Contemporànies
Nom de l'activitat o curs: : La immigració en la ficció televisiva
Cursos acadèmics: 2008-09, 2009-10, 2010-11, 2011-12
Nombre d'hores lectives: 5 hores
Institució: Departament de Sociologia. Universitat Autònoma de Barcelona
F.5. Tipus d'activitat: Postgrau en Estudis Europeus per a alumnes Nord-americans (IES)
Nom de l'activitat o curs: : Media and Politics in Europe
Cursos acadèmics: 2003-04, 2004-05, 2005-06,
Nombre d'hores lectives: 80 hores lectives cada curs (2 semestres x 40 hores)
Institució: IES (International Exchange Students, University of Chicago)
F.6. Tipus d'activitat: Escola d'Estiu de la UB
Nom de l'activitat o curs: Els valors formatius dels mitjans de comunicació: de la fotografía a Internet
Cursos acadèmics: Estiu de 2006
Nombre d'hores lectives: 10
Institució: Universitat de Barcelona (UB)
F.7. Tipus d'activitat :) Escola d'Estiu de la UB
Nom de l'activitat o curs: Alfabetització mediàtica
Cursos acadèmics: Estiu de 2005
Nombre d'hores lectives: 10
Institució: Universitat de Barcelona (UB)
F.8. Tipus d'activitat: Assignatura impartida en el marc dels Estudis de Comunicació per a alumnes de la UPF i alumnes Erasmus (de lliure elecció)
Nom de l'activitat o curs: Identity and Culture in the global Information Society
Cursos acadèmics: 2005-06
Nombre d'hores lectives: 30 hores
Institució: Universitat Pompeu Fabra

F. Beques i ajuts personals

Finalitat: Implantació de les metodologies docents associades a l'EEES. Fase II: Aplicació i Avaluació del Pla Docent de l'Assignatura "Anàlisi de la Significació de la Imatge"
Entitat finançadora: CQUID (Centre per la Qualitat i la Innovació Docent) de la Universitat Pompeu Fabra
Durada: Gener de 2005 a desembre de 2005
Institució: Universitat Pompeu Fabra
Finalitat: Implantació de les metodologies docents associades a l'EEES. Fase I: Creació del Pla Docent de l'Assignatura "Anàlisi de la Significació de la Imatge"
Entitat finançadora: CQUID (Centre per la Qualitat i la Innovació Docent) de la Universitat Pompeu Fabra
Durada: Gener de 2004 a desembre de 2004
Institució: Universitat Pompeu Fabra

J. Activitats de caràcter professional (de gestió universitària)	
ACTIVITAT 1:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Vice-Degana de la Facultat de Comunicació	
Dedicació: A temps complet Període: Octubre de 2008-novembre de 2011	
ACTIVITAT 2:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Directora dels Estudis de Publicitat i Relacions Públiques	
Dedicació: A temps complet Període: Octubre de 2008-novembre de 2011	
ACTIVITAT 3:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Vice-Degana dels Estudis de Comunicació Audiovisual	
Dedicació: A temps complet Període: Gener de 2005 a Maig de 2009	
ACTIVITAT 4:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Cap d'Estudis dels Estudis de Comunicació Audiovisual	
Dedicació: A temps complet Període: Març de 2005 a setembre de	
ACTIVITAT 5:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Assessora de la Direcció del Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual per a la Coordinació de les Activitats Docents i Investigadores	
Dedicació: A temps complet Període: Maig de 2004 a Juliol de 2007	
ACTIVITAT 6:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Coordinadora de l'EEES (Espai Europeu d'Educació Superior) per als Estudis de Publicitat i Relacions Públiques)	
Dedicació: A temps complet Període: Gener de 2005 a maig de 2009	
ACTIVITAT 7:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Sots-Directora del Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual	
Dedicació: A temps complet Període: Maig de 2004 a Juliol de 2007	

ACTIVITAT 8:	
Empresa: Universitat Pompeu Fabra	
Càrrec: Coordinadora del Programa Socrates de la UE per als Estudis de Comunicació Audiovisual	
Dedicació: A temps complet Període: 1996 a 2000	

ACTIVITAT 9:		
Empresa: Universitat Pompeu Fabra		
Càrrec: Coordinadora de l'Arxiu de la Col·lecció INPUT i recercadora dels programes per a la seva creació		
Dedicació: A temps complet Període: 1993-2008		
ACTIVITAT 10:		
Empresa: Universitat Pompeu Fabra		
Càrrec: Coordinadora de la revista Formats de Comunicació Audiovisual		
Dedicació: A temps complet Període: 1999-2001		
ACTIVITAT 11		
Empresa: Universitat Pompeu Fabra		
Càrrec: Coordinadora del Programa Leonardo da Vinci de la UE per a la reaització de pràctiques a empreses europees		
Dedicació: A temps complet Període: 1997-1999		
ACTIVITAT 12:		
Empresa: Universitat Pompeu Fabra		
Càrrec: Coordinadora del programa Intercampus de l'Agència Espanyola de Cooperació Internacional		
Dedicació: A temps complet Període: 1997-1999		

K. Altres mèrits de caràcter científic (Premis, reconeixements, càrrecs, sexennis, distincions, jurats, comissionat d'exposicions, etc.)
- Avaluadora de la Dirección General de Investigación Científica y Técnica, de la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación (convocatoria 2011-12), del MINECO
- Membre de la Comissió Avaluadora de la Subdirección General de Proyectos de Evaluación (convocatoria 2011-12)
- Avaluadora de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP) en la convocatoria 2010-11
- Membre del Comitè d'Experts de la Secció de Mitjans de Comunicació del portal sobre Cultura Catalana, endegat per la Secretaria de Cultura del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya al 2009-2010. - Membre del Grup de Recerca UNICA des de la seva creació (Grup de recerca Consolidat per la Generalitat de Catalunya des de 2004) - Membre del Tribunal d'Avaluació dels Treballs Finals de Màster dels Màster d'Estudis Avançats en Comunicació Social del Departament de Comunicació de la UPF. Curs 2010-11
- Membre de diversos tribunals de provisió de places del Departament de Comunicació de la UPF (2006-2011)
- Membre fundador del Grup d'Estudis del Discurs (GED), fundat per Teun Van Dijk - Delegada del rectorat per la implantació de l'EEES als Estudis de Comunicació Audiovisual (2004-08) - Membre convidat de la Comissió sobre Media Literacy, digital literacy i E-learning del Directorat General for Education and Culture de la Comissió Europea (2004) - Coordinadora de l'arxiu INPUT, 1996-2000 - Col·laboradora del Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) per a la realització del Anuario de la Televisión en les edicions de 2000, 2001, 2002 i 2003 - Premi d'Investigació en Comunicació de Masses atorgat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2002.

L. Feu constar les deu aportacions científiques més rellevants d'aquest currículum
(En el cas de les publicacions, feu constar els índexs d'impacte, el nombre de citacions i els quartils)

LLIBRE:
Autora: Pujadas Capdevila, E.
Títol: La televisión de calidad. Contenidos y Debates
Editorial: Aldea Global
Any: 2011

ARTICLE INDEXAT
Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Obradors, M., Ferrés, J., Pérez, O.
Títol: Qualitative-quantitative analysisi of narrative structures: the narrative roles of immigrants in Spanish Television series
Revista: Semiotica, volum II, nº 184, pàgs. 99-121
Publicació indexada a les següents bases de dades:
ISI: Arts and Humanities Citation Index, Current Contents
ERIH category INT2
CARHUS
BLL- Bibliographie Linguisticher Literatur
Celdes
CIOS: ComAbstracts
CNPIEC
Dietrich's Index Philosophicus
EBSCO: Communication Abstracts, Communication and Mass Media INdex, Current Abstracts
Elsevier: Scopus
ERIH- European Reference Index for the Humanities
IBR International Bibliography of Book Reviews in Scholarly Literature in the Humanities and Social Sciences
IBZ International Bibliography of Periodical Literature in the Humanities and Social Sciences
ProQuest: Arts & Humanities, Social Sciences
ISSN: (Online) 1613-3692,
ISSN (Print) 0037-1998,
DOI: 10.1515/semi.2011.024, March 2011

3. ARTICLE INDEXAT
Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Ferrés, J., Obradors, M., Pérez, O., Casals, A.
Títol: La construcción de una imagen pública de los organismos del Estado y la ciudadanía a través de las narraciones de la publicidad institucional televisiva
Revista: Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad. Monográfico, nº 3
Any: 2009
Revista Indexada:
Revista inclosa a la base de dades ISOC del CSCI (CINDOC)
RESH del CSIC
LATINDEX
Criteris de qualitat editorial:
CNEAI: 13
ANECA: 13
LATINDEX: 32

ARTICLE INDEXAT

Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Obradors, M., Ferrés, J., Pérez, O.

Títol: La imagen pública de la inmigración en las series de televisión españolas

Revista: Política y Cultura

Any: 2008

Revista indexada a les següents bases de dades:

Banco de datos sobre Educaci

CAPÍTOL DE LLIBRE

Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., i Pérez, O.

Títol: *Presència, discurs i imatge dels candidats a les cadenes de televisió,* en el llibre "L'espectre del tripartit. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2006.

Pàgines: 141-170

Editorial: Documenta Universitaria

ISBN: 978-84-92707-04-1-

Any: 2009

CAPITOL DE LLIBRE

Autors: Ruiz Collantes, F.X., Pujadas, E., Ferrés, J., Obradors, M., Pérez, O.

Títol: Los roles narrativos del inmigrante en la ficción televisiva. El caso de la ficción española de producción propia, en el llibre *Medios de Comunicación, inmigración y sociedad*

Pàgines: 111-126

Editorial: Ediciones de la Universidad de Salamana (Editors: Igartúa y Múñiz)

ISBN: 978-84-7800-403-3

Any: 2007

8. CONFERÈNCIA INTERNACIONAL
Autora: Pujadas, E.
Títol: Advertising research: What kind of research for advertising Images?
Celebració: Tuebingen (Germany, juny 2012)
Data: Juny de 2012
Congrés: ECREA Temporary Working Group: Advertising Research
Institució/Organisme organitzador: Centre for Media Research, Tuebingen University

9. CONFERÈNCIA INTERNACIONAL
Autora: Pujadas, E., Oliva, M., Suárez, R.
Títol: Increasing competition in the Spanish Broadcasting Context. The impact on diversity and PSB policies?
Celebració: Mainz (Germany)
Data: Octubre de 2008
Congrés: RIPE 2008 (re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise)
Institució/Organisme organitzador: University of Mainz. Centre for Media Research

10. CONFERÈNCIES INTERNACIONALS
Autora: Pujadas, E.,
Títol:: Diverses conferències entorn la “Media Literacy” donades a les institucions referenciades al final i referenciades una per una en el capítol dels Congressos d’aquest CV.
Data: Juny de 2004 i Juny de 2005
Congrés: Media Literacy: Overseas Conversation Series I i Media Literacy: Overseas Conversation Series II.
Institució/Organisme organitzador: Fordham University, Chelsea Art Museum, Instituto Cervantes de Nova York, Museum of Radio and Television of New York

CARLOS A. SCOLARI

- Doctor en Lingüística Aplicada i Llenguatges de la Comunicació - Università Cattolica di Milano - 2002
- Licenciado en Comunicación Social / Orientación: Periodismo - Universidad Nacional de Rosario - 1987

DOCENCIA EN EL GRADO DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS / MASTER Y DOCTORADO

- Métodos de análisis de mensajes – Publicidad y Relaciones Públicas (UPF)
- Análisis de mensajes en medios interactivos – Publicidad y Relaciones Públicas (UPF)
- Narrativas transmediáticas - Master en Estudios Avanzados en Comunicación (UPF)
- Programa de postgrado de Publicidad y Dirección de Creación de Contenidos (IDEC-UPF)
- Master en Guión Audiovisual (Universidad de Navarra)
- Master en Marketing y Comunicación Corporativa (Universidad San Jorge)

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Narrativas transmedia
- Teorías de la comunicación digital interactiva
- Ecología de la comunicación
- Semiótica de les interfaces

PROYECTOS

- Comunicación online de los destinos turísticos. Proyecto I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación – 2011/2013 (investigador part-time)
- Evolución del medio móvil en España: contenidos, modelos de negocio y percepción de los usuarios.Proyecto I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación – 2010/2012 (investigador part-time)
- Narratives transmediàtiques, convergència audiovisual i noves estratègies de comunicació. (CAC – 2010/2011) (investigador principal)
- Comunicació i dispositius mòbils en Catalunya: actors, continguts i tendències (CAC – 2007/2008) (investigador principal)
- Detecció i definició dels nous perfils professionals de l'actual panorama audiovisual i multimedia català (CAC – 2005/2006) (investigador principal)
- Proyecto "Comunicadores Digitales" de la Red Iberoamericana de Comunicación Digital (ICOD) (Programa ALFA – 2006/2008) (coordinador)

PUBLICACIONES PRINCIPALES

- Scolari, C. A. (2012). Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory,* vol. 22(2), 204-225.
- Scolari, C. A., Aguado, J. M. & Feijóo, C. (2012). Mobile Media: Towards a Definition and Taxonomy of Contents and Applications. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, vol. 6(2), 23-28.
- Scolari, C.A. (2011). *Convergencia, medios y educación*. Buenos Aires: RELPE.
- Scolari, C.A. & Bertetti, P. (eds.)(2011). Ciudad Mediatizada. Mediatización en Lationamérica. *Letra, Imagen, Sonido*, 6/7.
- Scolari, C.A. & Caro, A. (eds.)(2011). *Estrategias Globales. Publicidad, marcas y semiocapitalismo*. Colección: DeSignis 17. Buenos Aires: La Crujía.
- Pardo Kuklinski, H., Cobo Romaní, C. & Scolari, Carlos A. (2011). Death of the university? Knowledge Productionand Distribution in the Disintermediation Era.

A *McLuhan Galaxy Conference / Understanding Media Today* (pp. 391-400). Barcelona: UPF / IN3-UOC / CCCBLab – SEHEN.
- Piscitelli, A., Scolari, C.A. & Maguregui, C. (eds.) (2011). *Lostología. Instrucciones para entrar y salir de la Isla*. Buenos Aires: Editorial Cinema.
- Logan, Robert K. & Scolari, Carlos A. (2010). mCommunication. The emergence of mobile communication within the media ecosystem. *Explorations in Media Ecology* (EME), vol. 2010, 169–184.
- Scolari, C.A. (2009). Mapping Conversations about New Media: The Theoretical Field of Digital Communication. *New Media and Society*, 34, 943-964
- Scolari, C.A. (2009). The sense of the interface: applying Semiotics to HCI research. *Semiótica*, 177, 1- 17.
- Scolari, C.A. (2009). Transmedia Storytelling. Implicit consumers, narrative worlds and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606.
- Scolari, C.A. (2009). DIGITAL ECO_LOGY. Umberto Eco and a semiotic approach to digital communication. *Information, Communication and Society*, 12 (1), 129-148.
- Scolari, C.A. (2008). On-line brands. Branding, Possible Worlds and Interactive Grammars. *Semiótica*, 169 1/4, 143-162.
- Scolari, C.A. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.

1. **FREDERIC GUERRERO-SOLÉ**

Doctor en Comunicació Pública (2011) amb el projecte de tesi La celebració mediàtica de la Victòria a la Rússia post-soviètica. Anàlisi transversal dels observables de l'hegemonia en la commemoració televisiva de la Victòria sobre l'Alemanya nazi, dirigida pel Dr. Josep Gifreu Pinsach.

Suficiència investigadora en comunicació audiovisual amb el projecte *Etapes d'evolució dels models de televisió soviètic i rus* (1957-2008) (Matrícula d'honor. Maig 2009).

Llicenciat en Filologia Eslava per la Universitat de Barcelona (2002-2006).

Postgraduat en marketing i e-business per la Universitat Pompeu Fabra (IDEC) (2001-2002).
Llicenciat en Ciències Físiques per la Universitat de Barcelona (1990-1996).

2. Experiència docent

2012—2013 Professor de Comunicació Intercultural, Delinqüència i Mitjans de Comunicació, Comunicació Publicitària, Sociologia de la Comunicació i Estructura i Ecologia dels Mitjans de Comunicació a la UPF.
2012 Professor de l'assignatura *Comunicació Estratègica* dins del Màster Estratègia i Competitivitat Regional de la Universitat Politècnica de Catalunya.
2011—2012 Professor de Comunicació Intercultural, Delinqüència i Mitjans de Comunicació, Sociologia de la Comunicació i Polítiques de programació a la UPF.
2010—2011 Professor de les assignatures *Sociologia de la Comunicació i Mètodes d'Investigació Social en Comunicació* i *Estructura dels Mitjans de Comunicació i Publicitat*, del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la facultat de Comunicació de la UPF. Professor de l'assignatura *Teories de la comunicació* a la llicenciatura de Periodisme de la UPF.
2010 Professor de l'assignatura *Comunicació Estratègica* dins del Màster Estratègia i Competitivitat Regional de la Universitat Politècnica de Catalunya.
2009—2010 Professor de les assignatures *Sociologia de la Comunicació i Mètodes d'Investigació Social en Comunicació* i *Estructura dels Mitjans de Comunicació i Publicitat*, del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la facultat de Comunicació de la UPF.

2007—actualitat Membre del grup de recerca en comunicació audiovisual (UNICA) de la UPF.
2007—actualitat Membre de l'Observatori de la Producció Audiovisual de la UPF.

3. Idiomes

Català—llengua materna (nivell D, juliol de 2005) .
Rus—Fluid (Certificat d'aptitud de l'EOI, juny de 2006).
Polonès—Fluid (nivell *Polonès III*, de la Universitat de Barcelona i Uniwersytet Warszawski).
Anglès—Fluid.
Estonià—Mitjà.

4. Formació específica

2011-2012. Cursos del CQUID FC23/1R11 - Usos educatius dels qüestionaris Moodle a l'aula universitària i Intel·ligència emocional per a docents universitaris.

2010-2011. Cursos del CQUID, Tècnica de veu per al personal docent i Tècniques de teatre per a professors. Curs del CQUID, Experiències UPF: Xarxes socials i recursos col·laboratius a la docència.
2010. Beca BE d'estada de recerca de l'AGAUR a la *School of Languages, Linguistics and Cultures* de la facultat d'Humanitats de la Universitat de Manchester (gener-març).
2009. Cursos del Centre per la Qualitat i la Innovació Docent (CQUID) Curs General d'Anglès Pre-Proficiency (C1.2) i The Teaching of Content in English. Language, Communication and Teaching Techniques.
2008. Curs del CQUID English for International Conferences: Academic Papers and Presentations.
2008. Beca MAE a IMOP (Institut de Programes de Formació Internacional) a Sant Petersburg. Estada a la facultat de periodisme de Sant Petersburg (juny-juliol de 2009).
2006. Beca *Polonicum* a la Uniwersytet Warszawski, Varsòvia.
2005. Beca Erasmus a la Universitat de Tallinn. Formació exclusiva en llengua russa.

5. Projectes de recerca

2012-2014. Investigador del projecte de recerca ANÁLISIS DE LOS RELATOS AUDIOVISUALES SOBRE CIVILIZACIONES Y CULTURAS. REPRESENTACIONES E INTERPRETACIONES DE LOS RELATOS INFORMATIVOS DE LA TELEVISIÓN.

Investigador i coordinador del projecte de recerca TELEVISION Y DELIBERACION POLITICA. LA CONSTRUCCION DEL ESPACIO PUBLICO A TRAVES DE LOS GENEROS TELEVISIVOS DE LA REALIDAD EN ESPAÑA finançat pel Ministerio de Educación, Política social y Deporte (2008-2011) (CSO2008-02589). Investigador principal: Eva Pujadas Capdevila.

Investigador del projecte d'innovació docent *Desenvolupament de les teories i els mètodes d'investigació en comunicació a l'EEES*, finançat per l'AGAUR (01/01/2009 – 01/01/2012). Responsable del projecte: Miquel Rodrigo Alsina.

Investigador del projecte *Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2010*. Investigadors principals: Carles Pont, Arantxa Capdevila.

6. Estades de recerca

2010. Estada de recerca a la School of Languages, Linguistics and Culture de la Facultat d'Humanitats de la Universitat de Manchester (gener-març 2010). Supervisió del projecte *Constructing Russian post-Soviet ideology: a model of analysis of Victory Parade 2010* a càrrec del Dr. Stephen Hutchings.

2008. Estada de recerca al departament de Televisió i Ràdio de la Facultat de Periodisme de la Universitat Estatal de Sant Petersburg (SPbGU) (Rússia). Supervisió a càrrec de Serguei Ílchenko.

7. Publicacions

Articles

Guerrero-Solé, Frederic, Palencia-Leflers, Manuel, y Pont, Carles (2013). La construccion de la imagen de la politica en los noticiarios televisivos en España. Exo- y endo- equilibrios de la calidad de la informacion politica. Revista Latina de Comunicación Social.

López-González, Hibai, Guerrero-Solé, Frederic, & Haynes, Richard (2013). Manufacturing conflict narratives in Real Madrid versus Barcelona football matches. International Review for the Sociology of Sport.

Guerrero-Solé, Frederic (2013). El efecto tercera persona en el caso de los medios, la publicidad y contenidos controvertidos. Trípodos.

Guerrero-Solé, Frederic (2012). La crisis de valores en la Rusia postsoviética. El papel de la Iglesia Ortodoxa en los medios de comunicación de masas. *Comunicación y Hombre*, 8, 119-128.

Guerrero-Solé, Frederic; López-González, Hibai (2012). Preparados para la guerra. La construcción de la identidad rusa post-soviética en los discursos de la Victoria. Estudios del Mensaje Periodístico, 18, 513-529.

Guerrero-Solé, Frederic (2012). "Multidimensional communicative strategies: the case of media celebration of the Russian Victory" *Hipertext.net*,10, http://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-10/multidimensional-communicative-strategies-celebration-russian-victory.html

Guerrero-Solé, Frederic (2012). Un caso de preservación y difusión de patrimonio fotográfico y audiovisual en la red: El legado documental de la Victoria soviética en la Segunda Guerra Mundial. Sociedad de la Información, 34. ISSN: 1578-326X.

Guerrero-Solé, Frederic; López-González, Hibai (2012). *Registro, almacenamiento y acceso simultáneo de video streaming sobre protocolo UDP. El sistema MRecIPTV de la Universidad Pompeu Fabra*. El profesional de la información, v.21, 1, pp. 98-103.

Guerrero-Solé, Frederic (2011). *L'ètica periodística en el context post-soviètic: el cas de la televisió a Rússia*. Revista Periodística, 13, 87-103. ISSN: 1130-183-X.

Besalú, Reinald; Guerrero-Solé, Frederic (2010). Sindicació IP: sindicació i nou model de distribució de continguts a les xarxes de TV locals catalanes. Quaderns del CAC, núm. 35, 45-52. ISSN: 1138-9761.

Guerrero-Solé, Frederic (2010). La Transformació del sistema televisiu a la Rússia postsoviètica: vint anys de lluita per l'hegemonia mediàtica. Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi, 27, 43-61. ISSN: 2014-0304.

Pérez, Óliver; Oliva, Mercè; Guerrero-Solé, Frederic; Ciaurriz, Fermín (2009). *Jugar a científics. Videojocs i divulgació científica*. Quaderns del CAC, núm. 30,. ISSN: 1138-9761.

Rodrigo M.; Roca C.; Almiron N.; Gomez L. & Guerrero, F. "Desarrollo de la teorías y los métodos de investigación en comunicación en el EES. El caso de la UPF" en Nuevos Espacios de Calidad en la Educación Superior. Un análisis comparado y de tendencias. 6e Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació. 30 de junio y 1 y 2 de julio de 2010. Barcelona: Universitat Politécnica de Catalunya et.al. ISBN: 978-84-8458-339-4

Comunicacions científiques

Guerrero-Solé, Frederic. *Hegemony in Russian TV: From Soviet Central Television to TV Troika*. Transformation of media in Slovakia and the countries of Central and Eastern Europe after 1989. Faculty of Media, Bratislava School of law. Bratislava. Novembre de 2009.

Guerrero-Solé, Frederic; Besalú, Reinald; Oliva, Mercè; Ciaurriz, Fermín. *What Is a Catalan Film? Legal and extralegal parameters to establish what a Catalan film is.* 2nd European Communication Conference: Communication Policies and Culture in Europe. ECREA Barcelona. Novembre de 2008.

Rodrigo-Alsina, Miquel; Roca-Cuberes, Carles; Almiron, Nuria; Gomez, Lorena; Guerrero-Solé, Frederic. *Desarrollo de las teorías y los métodos de investigación en comunicación en el EEES. El caso de la UPF*. Congreso Internacional Docencia Universitaria e Innovación (CIDUI), Barcelona, 2010.

Rodrigo-Alsina, Miquel; Roca-Cuberes, Carles; Almiron, Nuria; Gomez, Lorena; Guerrero-Solé, Frederic. *Exploring teaching quality and competence attaintment from the students' perspective*. ICED 2010 Conference: Enhancing Strategies for Global Quality Learning in Higher Education. Barcelona, 2010.

Roca-Cuberes, Carles; Guerrero-Solé, Frederic, Rodrigo-Alsina, Miquel; Almiron, Núria y Gómez, Lorena. El aprendizaje por competencias en el EEES: el caso de la asignatura de teorías y métodos de investigación en comunicación de la UPF. I Congreso Internacional Los Estudios de Comunicación en el EEES, Huesca, 2010.

Capítols de llibre

Guerrero-Solé, Frederic; Besalú, Reinald. *La producció de les xarxes de televisions locals a Catalunya: XTVL i Comunicàlia*. A Corbella, Joan Maria; Gifreu, Josep (eds.). La producció audiovisual a Catalunya 2008-2009. Documenta Universitària, 2010. Barcelona. ISBN: 978-84-9984-093-2.

Guerrero-Solé, Frederic; Ciaurriz, Fermín. *Carles Mundó, secretari de Mitjans de Comunicació*. A Corbella, Joan Maria; Gifreu, Josep (eds.). La producció audiovisual a Catalunya 2008-2009. Documenta Universitària, 2010. Barcelona. ISBN: 978-84-9984-093-2.

Besalú, Reinald; Guerrero-Solé, Frederic. *Mònica Terribas, directora de Televisió de Catalunya*. A Corbella, Joan Maria; Gifreu, Josep (eds.). La producció audiovisual a Catalunya 2008-2009. Documenta Universitària, 2010. Barcelona. ISBN: 978-84-9984-093-2.

Besalú, Reinald; Ciaurriz Velasco, Fermín; Guerrero-Solé, Frederic; Ramon, Xavier. *La producció catalana a la televisió (2008-2009)*. A Corbella, Joan Maria; Gifreu, Josep (eds.). La producció audiovisual a Catalunya 2008-2009. Documenta Universitària, 2010. Barcelona. ISBN: 978-84-9984-093-2.

Besalú, Reinald; Guerrero-Solé, Frederic; Ciaurriz Velasco, Fermín. *La producció de cinema a Catalunya (2008)*. A Corbella, Joan Maria; Gifreu, Josep (eds.). La producció audiovisual a Catalunya 2008-2009. Documenta Universitària, 2010. Barcelona. ISBN: 978-84-9984-093-2.

Besalú, Reinald; Guerrero-Solé, Frederic; Ciaurriz, Fermín; Oliva, Mercè. *Diagnòstic de la situació empresarial de l'animació*. A Corbella, Joan Maria; Gifreu, Josep (eds.). La producció audiovisual a Catalunya 2008-2009. Documenta Universitària, 2010. Barcelona. ISBN: 978-84-9984-093-2.

Besalú, Reinald; Ciaurriz Velasco, Fermín; Guerrero-Solé, Frederic; Oliva, Mercè. *Informe sobre l'exhibició cinematogràfica (2008)*. A Corbella, Joan Maria; Gifreu, Josep (eds.). La producció audiovisual a Catalunya 2008-2009. Documenta Universitària, 2010. Barcelona. ISBN: 978-84-9984-093-2.

Ciaurriz Velasco, Fermín; Guerrero-Solé, Frederic. *La producció televisiva a Catalunya*. A Gifreu, Josep; Corbella, Joan M. (eds.). La Producció audiovisual a Catalunya 2005-2007. Documenta Universitària, 2008. Barcelona. ISBN: 978-84-96742-74-1.

Altres publicacions

Ciaurriz Velasco, Fermín; Guerrero-Solé, Frederic. La programació de cinema a TV3 i Canal 33. Anàlisi dels anys 2005 i 2006 a la televisió catalana. OPA, 2008. ISSN: 2013-3782.

Besalú, Reinald; Ciaurriz, Fermín; Guerrero-Solé, Frederic; Oliva, Mercè. L'audiència a Catalunya de les sèries televisives. Anàlisi comparativa dels perfils d'audiència de sèries espanyoles i catalanes emeses durant la temporada 2006-2007. OPA, 2008. ISSN: 2013-3782.

Besalú, Reinald; Ciaurriz, Fermín; Guerrero-Solé, Frederic; Oliva, Mercè. *La producció de cinema a Catalunya el 2007: una xifra creixent.* OPA, 2009. ISSN: 2013-3782.

Besalú, Reinald; Ciaurriz, Fermín; Guerrero-Solé, Frederic; Oliva, Mercè. *L'exhibició 2007: Continua baixant l'assistència a les sales.* OPA, 2009. ISSN: 2013-3782.

Guerrero-Solé, Frederic. *Els primers premis Gaudí del cinema català.* OPA, 2009. ISSN: 2013-3782.

Guerrero-Solé, Frederic. Els Premis Gaudí tornen a apostar per la nova generació de cineastes. OPA, 2010. ISSN: 2013-3782.

Guerrero-Solé, Frederic (2005). Crítica de llibre: LLANO, Rafael (2003): Andréi Tarkovski. Vida y obra, Filmoteca de la Generalitat Valenciana, Colección Documentos, nº 11, Valencia. Eslavística Complutense, 2005, 5, 215-216. http://revistas.ucm.es/fll/15781763/articulos/ESLC0505110199A.PDF

Seminaris

Guerrero-Solé, Frederic. Taller de Comunicació estratègica. Postgrau en Estratègia i competitivitat regional (Universitat Politècnica de Catalunya). 3 de desembre de 2010.

Guerrero-Solé, Frederic. Seminari *Cinema i literatura a Rússia: les adaptacions cinematogràfiques dels clàssics russos* a l'assignatura Literatura russa III. Universitat de Barcelona, desembre de 2009.

Guerrero-Solé, Frederic. Seminari *Estructura dels mitjans de comunicació a Rússia*, a l'assignatura *Estructura de la Comunicació Social* de la llicenciatura en Periodisme. Universitat Pompeu Fabra, novembre de 2009.

Guerrero-Solé, Frederic. *Anàlisi semiòtica dels cartells de lluita contra l'alcoholisme a la URSS*. En el seminari In Vodka Veritas. Universitat de Barcelona, març de 2009.

Guerrero-Solé, Frederic. Seminari *Censura i revolució: història del periodisme a Rússia*. Universitat Pompeu Fabra, febrer de 2009.

Guerrero-Solé, Frederic. Seminari *Els mitjans de comunicació a Rússia (1703-2008)*, a l'assignatura *Estructura de la Comunicació Social* de la llicenciatura en Comunicació Audiovisual. Universitat Pompeu Fabra, febrer de 2009.

Conferències

Guerrero-Solé, Frederic. Les crisis del gas i el paper de Rússia en el context internacional. Al cicle Els dilluns de Rússia de Els amics de la UNESCO (juny de 2011).

Guerrero-Solé, Frederic. *Imatge i poder a la Rússia postsoviètica*. Al Seminari *d'Estudis Eslaus* "La paraula i la imatge" de la Universitat Pompeu Fabra (19 de maig de 2010).

Guerrero-Solé, Frederic. Les crisis del gas i el paper de Rússia en el context internacional. Al cicle Els dilluns de Rússia de Els amics de la UNESCO (19 d'abril de 2010).

Altres mèrits

2013. Reviewer de Trípodos.

2012. Reviewer de IC, Revista Científica de Información y Comunicación.

2011. Reviewer de Catalan Journal of Communication and Cultural Studies.

2006. Premi extraordinari de Fi de Carrera de la Llicenciatura de Filologia Eslava a la Universitat de Barcelona

JOSÉ FERNÁNDEZ CAVIA

- Doctor en Ciencias de la Comunicación - Universitat Autònoma de Barcelona, 2000
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas - Universitat Autònoma de Barcelona, 1996
- Licenciado en Filología Hispánica - Universitat de Barcelona, 1986

DOCENCIA EN EL GRADO DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS / MASTER Y DOCTORADO

- Fundamentos de la Publicidad – Grado Publicidad y Relaciones Públicas (UPF)
- Máster en Comunicación Política y Corporativa - Universidad de Navarra

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Place Branding
- Publicidad
- Relaciones Públicas

PROYECTOS

- Comunicación online de los destinos turísticos. Proyecto I+D del Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2011-22691) – 2011/2013 (IP).
- Calidad total de las asignaturas profesionalizadoras del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Proyecto MQD –AGAUR – Generalitat de Catalunya – 2009/2010 (IP).
- Nuevas estrategias de publicidad y promoción de las marcas turísticas españolas en la Web. Proyecto I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación (CSO 2008-02627) - (IP).
- La eficacia del emplazamiento de producto (product placement) entre los niños: reconocimiento, memoria, actitud y conducta. Una prueba experimental. Proyecto del Consell de l'Audiovisual de Catalunya – Generalitat de Catalunya (2007/2008) (IP).

PUBLICACIONES PRINCIPALES

- Fernández-Cavia, José y López, Marina (2013). Communication, destination brands and mobile applications. *Communication & Society*, XXVI (2), 95-113.
- Martín Guart, Ramón y Fernández Cavia, José (2012). La digitalización como eje de transformación de las agencias de medios españolas. *Pensar la publicidad*, vol. 6 (2), 153-171.
- Fernández Cavia, José y Sánchez Blanco, Cristina (2012). Retos de la profesión publicitaria: aportaciones desde la planificación estratégica. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 17 (32), 51-71.
- Huertas, Assumpció; Rovira, Cristòfol y Fernández Cavia, José (2011). Interactivity as a key factor in city website visibility and place brand communication. *Journal of Town & City Management*, vol. 2 (2), 132-142.
- Rovira, Cristòfol; Fernández Cavia, José; Pedraza, Rafael y Huertas, Assumpció (2010). Posicionamiento en buscadores de las webs oficiales de capitales de provincia españolas. *El Profesional de la Información*, vol. 19 (3), 277-284.
- Fernández-Cavia, José; Huertas-Roig, Assumpció (2009). City Brands and their Communication through Web Sites: Identification of Problems and Proposals for Improvement. *Information Communication Technologies and City Marketing: Digital Opportunities for Cities around the World*, Information Science Reference, Hershey, Pennsylvania (USA), pp. 26-49.

- Fernández Cavia, José y Huertas, Assumpció (2009). *Redacción en relaciones públicas*, Pearson Prentice Hall, Madrid.
- Huertas, A. y Fernández Cavia, J. (2006). Centre and periphery: Two speeds for the implementation of public relations in Spain. *Public Relations Review*, 32, 110-117.

MÒNIKA JIMÉNEZ MORALES

Mònika Jiménez Morales es Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona), donde imparte docencia en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y en el Máster Oficial de Estudios Avanzados en Comunicación Social. Licenciada en Ciencias de la Comunicación y en Humanidades, ha trabajado durante más de una década en diferentes agencias de publicidad y medios de comunicación.

Desde 1996 centra su actividad investigadora en dos focos de interés: los efectos del mensaje mediático en los Trastornos del Comportamiento Alimentario y la organización de eventos como herramienta de comunicación estratégica en el ámbito de las Relaciones Públicas. Ha publicado diversos artículos en revistas de impacto internacional y diferentes libros centrados en ambas líneas de investigación.

Dirección de proyectos Competitivos

- La publicidad de televisión entre otros factores socioculturales influyentes en los trastornos de la conducta alimentaria. Estudio en población sana y enferma (I+D 2007-2011)
- Publicidad televisiva de culto al cuerpo e insatisfacción corporal en población Joven (Consell de l'Audiovisual de Catalunya 2006-2007)
- Del estereotipo adulto a la realidad preadolescente: influencia de la publicidad audiovisual en los Trastornos del Comportamiento Alimentario en niños y niñas de 8 a 12 años (Consell de l'Audiovisual de Catalunya 2004-2005)

Publicaciones

Libros

- Sánchez Hernández M., Jiménez Morales, M., Carrillo Durán M.V. (2012): Communication and Body Image. Pearson. Mexico.
- Carrillo Durán M.V; Jiménez Morales, M.; Sánchez Hernández M. (2012): Medios de comunicación y culto al cuerpo. Pearson. Mexico.
- Carrillo Durán M.V; Jiménez Morales, M.; Sánchez Hernández M. (2011): Body and Media Cult. Pearson. Mexico.
- Jiménez Morales, M. (2012): La experiencia comunicativa mediante los eventos de marca. Ed.Pearson. Madrid.
- Jiménez Morales, M. (2011): El Plan Estratégico de Gestión de Eventos como herramienta de creación de marcas turísticas, en Manual de comunicación turística, de la información a la persuasión, de la promoción a la emoción (85-102). Documenta Universitaria. Girona.
- Jiménez Morales Mònika (2009): El Pla Estratègic de Gestió d'Esdeveniments com a eina de creació de marques turístiques. a Manual de comunicació turística, de la informació a la persuasió de la promoció a l'emoció. (73-91) Girona: Documenta Universitaria.
- Jiménez Morales, M. (2007): Manual de gestio d'esdeveniments. La construcció de la imatge de marca. Ed. Eumo. Col. Media-TK. Barcelona.

- Jiménez Morales, M. (2007): El Plan Estratégico de Gestión de Eventos como herramienta de transmisión de los valores de la marca. Gestión de la marca Corporativa (149:169) Ed. La Crujía. Buenos Aires.
- Jiménez Morales, M. (2005): El Pla Estratègic de Gestió d'Esdeveniments com a eina de transmissió dels valors de la marca.La marca corporativa (159:195) Ed. Eumo. Col. Media-TK, Barcelona.

Artículos

- Carrillo, M.V., Sánchez M., Jiménez Morales M. (2011) Factores socioculturales y personales relacionados con el mensaje mediático del culto al cuerpo influyentes en el bienestar de los jóvenes" en *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIV, n. 2, 2011, pp.200-227.
- Jiménez Morales, M., Sánchez, M. Carrillo, M. V. (2011) Advertising and Eating Disorders. The social and the media context as factor of influence. Confusion between advertising and other social elements related to the disease. Scientific Research and Experimental Development (2146-2158). París
- Jiménez, M; San Eugenio J.(2009) Identidad territorial i promoción turística: la organitzación de eventos como estrategia de creación, consolidació y difusión de la imagen de marca del territorio.Zer, Vol.14 (6), 277-298.
- Jiménez, M; San Eugenio J. (2009) La organización de eventos como estrategia identitaria evocadora de imagen turística. Estudio de caso: Girona temps de flors.*Pasos*, vol 7, n.1, 73-84.
- Jiménez Morales, M. (2009) Cuando el alma no quiere ser espejo del cuerpo. Los efectos de la publicidad en el comportamiento alimentario preadolescente. Monográfico Educación en comunicación. Modelo estético de belleza y alteraciones alimentarias. Barcelona: Graó.
- Jiménez Morales, M. (2008) El glamour comoexcusa. los trastornos del comportamiento alimentario en la prensa española. Trastornos de la conducta alimentaria (versión electrónica y versión impresa) Sevilla.
- Jiménez Morales, M. Et Al. (2008). La presencia del adolescente en el "prime time" televisivo: objeto de interés en informativos, ficción y publicidad. Sphera Publica: revista de ciencias sociales y de la comunicacion, (8: 191-211). Murcia.
- Jiménez Morales, M. (2008): Publicidad viral: la comunicación por contagio. Hipertext.net. Vol 8, Barcelona.
- Jiménez Morales, M. (2007): Espejos y espejismos de una realidad desenfocada.Gaceta Sanitaria (20(2) 172-173). Madrid.
- Jiménez Morales, M. (2006): Cuando barbie se come a gardfield: publicidad y alimentacion. niños obesos buscando la perfeccion del cuerpo adulto.Trastornos del comportamiento alimentario. (3: 245-263). Sevilla, 2006

Docencia Grados y licenciaturas

Grado en Publicidad y RRPP, Universitat Pompeu Fabra

- 2012-Actualidad: Fundamentos de las Relaciones Públicas
- 2007-Actualidad: Comunicación y eventos
- 2008-2012: Psicosociología del consumo
- 2012-2013: Prácticas externas
- 2007-2009: Periodismo de gabinetes de comunicaciónn
- 2006-2007: Técnicas de redacción periodística

Licenciatura en periodismo. Universitat Pompeu Fabra

- 2006-2007: Técnicas de periodismo electrónico

Licenciatura en Publicidad y RRPP. Universitat de Vic

- 2003-2006 Teoría y estructura de la comunicación de empresa I
- 2003-2006 Organización de eventos
- 2003-2005 Historia de la publicidad

Docencia Máster y Postgrados

Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Social. Universitat Pompeu Fabra

- 2009-Actualidad: Efectos psicosociales de la comunicación publicitaria

Máster en Protocolo y Relaciones Públicas. IDEC. Universitat Pompeu Fabra

- 2012- Actualidad: Gestión y organización de eventos

Postgrado en Protocolo y Gestión de Eventos. IDEC. Universitat Pompeu Fabra

- 2012-Actualidad: Gestión y organización de eventos.

Máster Universitario en Diseño y Comunicación. Escuela Elisava. Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona

- 2009-Actualidad: Gestión y Organización de eventos

RUTH RODRIGUEZ-MARTINEZ

Doctora en Periodismo - Universidad Complutense de Madrid, 2005
Licenciada en Periodismo - Universidad Complutense de Madrid, 1999

DOCENCIA EN EL GRADO DE PERIODISMO / MASTER Y DOCTORADO
Investigación Periodística – Grado Periodismo (UPF)
Cultural Reporting – Grado Periodismo (UPF)
Cultura Periodística – Grado Periodismo (UPF)
Advanced Topics on Content- Interdisciplinary Master in Cognitive Systems and Interactive Media (UPF)
Historical, social and cultural context of interactive media- Interdisciplinary Master in Cognitive Systems and Interactive Media (UPF)

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Ética periodística
Comunicación Cultural
Periodismo Online
Historia del periodismo

PROYECTOS DE INVESTIGACION

- Transparencia y rendimiento de cuentas en la informacion periodistica.
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovacion.
Duracion 2013-2016
Investigador responsable: Dr. Alsius, Salvador

- El papel de la prensa diaria en la Transición democrática. Cobertura informativa y comportamiento político de periódicos y periodistas.
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación.
Duración 2013-2016
Investigador responsable: Dr. Guillamet, Jaume

- Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía
Entidad financiadora: Ministerio de Educación y Ciencia. Plan Nacional de I+D+I 2004-2007. Entidades participantes: Universidad Carlos III, Universidad del País Vasco, Universidad de Sevilla.
Duracion 2006-2010
Investigador responsable: Dr. Alsius, Salvador

- Noticias internacionales de España: la transición (1975-1978)
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación
Duración: 2010-2013
Investigador principal: Jaume Guillamet

- Catàleg general històric de la premsa en català

Entidad financiadora: Institut of Catalan Studies.
Duración: 2008-2010.
Investigador principal: Jaume Guillamet

- Media Accountability in Europe
Entidad financiadota: Unión Europea
Entidades participantes: Consortium MediaACT (Universidad Coordinadora: Dortmund University)
Duración, desde: 01.01.2010 hasta: 12.12.2013
Investigador responsable: Susanne Fengler

PUBLICACIONES PRINCIPALES (ISI, SCOPUS y Latindex):

- Ruth Rodriguez-Martínez, Monica Figueras Maz, Marcel Mauri, Salvador Alsius Clavera. Titulo: "How dominant are official sources in shaping political news coverage in Spain? The perceptions of journalists and citizens" en Journal of Mass Media Ethics. ISSN: 0890-0523. 2013.

- Monica Figueras Maz, Marcel Mauri, Ruth Rodriguez-Martínez. Titulo: "Invisible, stereotyped and filtered by adults. The image of young people in the Catalan news media"" en YOUNG. Vol. 21 Num. 1 Pp.: 77-93. ISSN: 1741-3222. 2013

- Ruth Rodriguez-Martínez, Rafael Pedraza Jiménez, Lluis Codina. Titulo: "Indicadores para la evaluación de la calidad en ciber medios: análisis de la interacción y de la adopción de la Web 2.0" en Revista española de documentación científica. Vol. 35. Pp.: 35-61 ISSN: 1988-4621. 2012.

- Rodriguez-Martinez, Ruth; Codina Lluís; Pedraza-Jimenez, Rafael. Título: “Cibermedios y web 2.0: modelo de analisis y resultados de aplicación” en El profesional de la información ISSN: 1386-6710 vol. 19, num. 1. 2009

- Rodriguez-Martinez, Ruth Título: “Balzac, una vision critica y contemporanea del periodismo" en Estudios sobre el mensaje periodistico, ISSN 1134-1629 Vol. 12 Pps.: 443-445. 2006

- Ruth Rodriguez-Martínez, Marcel Mauri, Christopher Tulloch. Titulo: "Freedom and political dependence from the ethical perspective of Spanish journalists" en Observatorio OBS Journal. Vol. 4 Num. 4 Pp.: 345-360. ISSN: 1646-5954. 2010.

- Ruth Rodriguez-Martínez, Rafael Pedraza Jiménez, Lluis Codina. Titulo: "Online media y Web 2.0" en Hipertext. Num. 7 ISSN: 1695-5498. 2009

- Rodriguez-Martinez, Ruth Título: “Balzac ¿Evolucion politica o un politico calculador?” en Theleme. Revista complutense estudios franceses ISSN 1139-9368 Vol.23 Pps.: 149-156. 2008

- Rodriguez-Martinez, Ruth Título: “Realidad y ficcion periodistica en la obra Bel ami de Guy de Maupassant" en Analisi, ISSN 0211-2175 Vol. 33 Pps.: 171-179. 2006

- Rodriguez-Martinez, Ruth Título: “Maupassant, un reportero con aspiraciones literarias " en ZER, ISSN 1137-1102 Vol. 21 Pps.: 65- 76. 2006

CARLES ROCA-CUBERES

1. DOCENCIA
1.1 DOCENCIA UPF
Curso: 2002-2003
15,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

Curso: 2003-2004
15,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en
Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

Curso 2004-2005
15,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de Investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de Investigación en
Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos y técnicas de investigación en Comunicación Social II del estudio Doctorado en Comunicación Social.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

Curso 2005-2006
15,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en
Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos y técnicas de investigación en Comunicación Social II del estudio Doctorado en Comunicación Social.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

Curso 2006-2007
15,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en
Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos y técnicas de investigación en Comunicación Social II del estudio Doctorado en Comunicación Publica.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

Curso 2007-2008
15,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en
Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos y técnicas de investigación en Comunicación Social II del estudio Doctorado en Comunicación Publica.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

Curso 2008-2009
20,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Publicidad y

Relaciones Públicas.

25,00 Horas de Teoría en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de investigación en Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

10,00 Horas de Prácticas en la asignatura de 3.0 Créditos ECTS Métodos de Investigación en
Comunicación del estudio Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.

40,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

Curso 2009-2010
30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Sociología de la Comunicación y Métodos de investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Y en las asignaturas asimiladas, Métodos de investigación en Comunicación del estudio
Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.

60,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Teorías y Métodos de investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Comunicación Audiovisual.

Y en las asignaturas asimiladas, Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en
Comunicación Audiovisual.

Curso 2010-2011
21,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Métodos de investigación científica en Comunicación del estudio Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Social.

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Sociología de la Comunicación y Métodos de investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Y en las asignaturas asimiladas, Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en
Publicidad y Relaciones Públicas.

60,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Teorías y Métodos de investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Comunicación Audiovisual.

Y en las asignaturas asimiladas, Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en
Comunicación Audiovisual

Curso 2011-2012
21,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Métodos de investigación científica en Comunicación del estudio Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Social.

90,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Sociología de la Comunicación y Métodos de Investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Y en las asignaturas asimiladas, Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en
Publicidad y Relaciones Públicas.

60,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Teorías y Métodos de investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Comunicación Audiovisual.

Y en las asignaturas asimiladas, Teorías de la Comunicación del estudio Licenciatura en
Comunicación Audiovisual.

Curso 2012-2013

30,00 Horas de Teoría en la asignatura de 5.0 Créditos ECTS Métodos de investigación científica en Comunicación del estudio Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Social.

90,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Sociología de la Comunicación y Métodos de Investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Y en las asignaturas asimiladas, Métodos de investigación en Comunicación del estudio
Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.

60,00 Horas de Teoría en la asignatura de 6.0 Créditos ECTS Teorías y Métodos de Investigación Social en Comunicación del estudio Grado en Comunicación Audiovisual.

1.2 CURSOS Y SEMINARIOS IMPARTIDOS

Título: Metodología para la realización de una tesis doctoral
Entidad: doctorado en Derecho, UPF
Participación: Impartición de seminarios
Fecha: 12/11/2008 – 15/11/2008

Título: Metodología para la realización de una tesis doctoral
Entidad: Escuela Superior de Diseño Elisava, UPF
Participación: Impartición de seminarios
Fecha: 02/02/2010 – 05/02/2010

Título: Metodología para la realización de una tesis doctoral
Entidad: Escuela Superior de Diseño Elisava, UPF
Participación: Impartición de seminarios
Fecha: 02/02/2011 – 05/02/2011

Título: Metodología de la investigación en diseño. Máster BA TOP-UP
Entidad: Escuela Superior de Diseño Elisava, UPF
Participación: Impartición de seminarios
Fecha: 01/11/2011 – 20/12/2011

2. INVESTIGACIÓN

2.1 PUBLICACIONES

Autores (p.o. de firma): Carles Roca Cuberes
Título: Membership categorization and professional insanity ascription
Revista : Discourse Studies

Clave: artículo
Volumen: 10, Páginas: 543-570
Fecha: 2008
Lugar de publicación: Gran Bretaña

Autores (p.o. de firma): Carles Roca Cuberes
Título: Algunos usos de las formulaciones en la entrevista en las noticias
Revista: Revista Latina de Comuncicación Social
Clave: Artículo
Volumen: 63, Páginas: 463-472
Fecha: 2008
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Roca Cuberes, Carles; Guerrero-Solé, Frederic; Rodrigo Alsina, Miquel; Almiron Roig, Núria; Gómez Puertas, Lorena
Título: El aprendizaje por competencia en el EEES: El caso de la asignatura de Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación de la UPF.
Clave: Capítulo de libro
Publicado en: Javier Sierra Sánchez y Francisco Cabezuelo Lorenzo (coord.): Competencias y perfiles profesionales en los estudios de ciencias de la comunicación.
Páginas: 93-111
Fecha: 2010
Editorial: Fragua
Lugar de publicación: Madrid, España

Autores (p.o. de firma): Roca Cuberes, Carles
Título: Making psychotherapy visible: A conversation analytic study of some interactional devices employed in psychiatric interviews
Revista: Text & Talk
Clave: Artículo
Volumen: 31, páginas: 221-245
Fecha: 2011
Lugar de publicación: Berlín

Autores (p.o. de firma): Roca Cuberes, Carles
Título: El análisis de la conversación y el estudio del discurso mediático
Clave: capítulo de libro
Publicado en: Javier Sierra Sánchez (coord.): La información audiovisual en la sociedad digital
Páginas: 231-246
Fecha: 2011
Editorial: Fragua
Lugar de publicación: Madrid, España

Autores (p.o. de firma): Carles Roca Cuberes
Título: Political interviews in public television and commercial broadcasters: A comparison (*pendiente de publicación*)
Revista: Discourse & Communication
Clave: Artículo
Volumen, Páginas
Fecha: 2013
Lugar de publicación: Gran Bretaña

Autores (p.o. de firma): Carles Roca Cuberes

Título: La percepción de los estudiantes sobre su experiencia de aprendizaje a partir de su dedicación temporal y adquisición de competencias: un estudio sobre la implementación del Grado de Traducción e Interpretación de la Universidad Pompeu Fabra (*pendiente de publicación*)
Revista: Revista Complutense de Educación
Clave: Artículo
Volumen: 24(2), Páginas:
Fecha: 2013
Lugar de publicación: Madrid

2.2 PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
Título del proyecto: el consum mediàtic dels marroquins a Catalunya
Entidad financiadora: Institut Europeu de la Mediterrània
Duración, desde: 01/04/2005 hasta: 31/12/2007
Cuantía de la subvención:
Investigador responsable: Albert Saez
Número de investigadores participantes: 3

Título del proyecto: FFI2008-00070/FISO – Estrategias epistémicas en el discurso, la interacción y la comunicación
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación
Duración, desde: 01/01/2009 hasta: 31/12/2011
Cuantía de la subvención: 66.550 euros
Investigador responsable: Teun Van Dijk
Número de investigadores participantes: 13

Título del proyecto: CSO2008-02589 - Televisión y deliberación política. La construcción del espacio público a través de los géneros televisivos de la realidad en España
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/01/2009 hasta: 31/12/2011
Cuantía de la subvención: 38.115 euros
Investigador responsable: Josep Gifreu Pinsach
Número de investigadores participantes: 19

Título del proyecto: 2009MQD00208 – Desarrollo de las teorías y los métodos de investigación en Comunicación en el Espacio Europeo de Educación Superior
Entidad financiadora: AGAUR- Generalitat de Catalunya
Duración, desde: 30/09/2009 hasta: 30/09/2011
Cuantía de la subvención: 11.500 euros
Investigador responsable: Miquel Rodrigo Alsina
Número de investigadores participantes: 5

Título del proyecto: MQD2008 – Seguimiento de la implantación del nuevo Grado en Traducción e Intepretación, primer curso
Entidad financiadora: AGAUR- Generalitat de Catalunya
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/09/2008 hasta: 01/09/2009
Cuantía de la subvención:
Investigador responsable: Pilar Estelrich i Arce
Número de investigadores participantes: 2

Título del proyecto: PLAQUID – Seguimiento de la implantación del nuevo Grado en Traducción e Intepretación, segundo curso

Entidad financiadora: Universitat Pompeu Fabra
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/01/2010 hasta: 01/09/2010
Cuantía de la subvención:
Investigador responsable: Cristina Gelpí
Número de investigadores participantes: 2

Título del proyecto: Abandono de los estudiantes de la Universidad Pompeu Fabra. Investigación Cualitativa
Entidad financiadora: Universidad Pompeu Fabra
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/01/2010 hasta: 31/12/2010
Cuantía de la subvención:
Investigador responsable: Carles Roca Cuberes
Número de investigadores participantes: 1

Título del proyecto: CSO2011-23786 Análisis de los relatos audiovisuales sobre civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión
Entidad financiadora: MICINN
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/01/2012 hasta: 31/12/2015
Cuantía de la subvención: 52.000 euros
Investigador responsable: Miquel Rodrigo Alsina
Número de investigadores participantes: 11

Título del proyecto: PLAQUID – Análisis y verificación de la coherencia entre el tiempo de dedicación del estudiante al estudio y los créditos ECTS a todas las asignaturas de 1º curso del Grado en Comunicación Audiovisual
Entidad financiadora: Universitat Pompeu Fabra
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/09/2011 hasta: 01/09/2012
Cuantía de la subvención: 2.500 euros
Investigador responsable: Joan Ferrés
Número de investigadores participantes: 2

Título del proyecto: PLAQUID – Análisis y verificación de la coherencia entre el tiempo de dedicación del estudiante al estudio y los créditos ECTS a todas las asignaturas de 1º curso del Grado en Periodismo
Entidad financiadora: Universitat Pompeu Fabra
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/09/2011 hasta: 01/09/2012
Cuantía de la subvención: 2.500 euros
Investigador responsable: Sergi Cortiñas
Número de investigadores participantes: 2

Título del proyecto: PLAQUID – Análisis y verificación de la coherencia entre el tiempo de dedicación del estudiante al estudio y los créditos ECTS a todas las asignaturas de 1 º curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Entidad financiadora: Universitat Pompeu Fabra
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/09/2011 hasta: 01/09/2012
Cuantía de la subvención: 2.500 euros
Investigador responsable: Jordi Xifra

Número de investigadores participantes: 2

Título del proyecto: CQUID – Los perfiles competenciales y las expectativas de los estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra
Entidad financiadora: Universitat Pompeu Fabra
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/09/2012 hasta: 01/03/2013
Cuantía de la subvención: 5.000 euros
Investigador responsable: Carles Roca
Número de investigadores participantes: 5

Título del proyecto: CQUID – estudio sobre la satisfacción de los graduados de la Facultad de Comunicación
Entidad financiadora: Universitat Pompeu Fabra
Entidades participantes:
Duración, desde: 01/01/2013 hasta: 01/09/2013
Cuantía de la subvención: 6.000 euros
Investigador responsable: Carles Roca
Número de investigadores participantes: 5

2.3 CONGRESOS
Autores: Carles Roca Cuberes
Título:
Tipo de participación: asistencia
Congreso: The International Institute for Ethnomethodology and Conversation Analysis: Orders of Ordinary Action
Publicación:
Lugar celebración: Manchester, Gran Bretaña
Fecha: 09/07/2001 – 11/07/2001

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: La entrevista en las noticias: mecanismos que permiten conectar con la audiencia
Tipo de participación: comunicación
Congreso: Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)
Publicación: MORAGAS I SPÀ, Miquel (coord.) (2008): I+C Investigar la comunicación. Actas y memoria final del Congreso Internacional Fundacional AE-IC. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) [CD Rom]. ISBN: 978-84-612-3816-3.
Lugar celebración: Santiago de Compostela
Fecha: 30/01/2008 – 01/02/2008

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: Studying institucional interaction: the case of repair sequences
Tipo de participación: comunicación
Congreso: Second European Communication Conference (ECREA)
Publicación: Papers of the ECREA´s 2nd Communication Conference, Barcelona: European communication Research and Education Association.
Lugar celebración: Barcelona
Fecha: 25/11/2008 – 28/11/2008

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: Broadcast interaction and cognition
Tipo de participación: comunicación

Congreso: International Congress Communication, Cognition and Media
Publicación: Proceedings of the International Congress Communication, Cognition and Media. ISBN: 978-972-697-194-8.
Lugar celebración: Braga (Portugal)
Fecha: 23/09/2009 – 25/09/2009

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: Commonsense reasoning in institutional interaction
Tipo de participación: comunicación
Congreso: 1st Autumn International Conference of Interpersonal Communication and Social Interaction
Publicación: Papers of the 1st Autumn International Conference of Interpersonal Communication and Social Interaction.
Lugar celebración: Tampere (Finlandia)
Fecha: 21/10/2009 – 23/10/2009

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: Some uses of formulations in two different institutional settings: A comparative study
Tipo de participación: comunicación
Congreso: 60th Annual Conference of the International Communication Association (ICA)
Publicación: Papers of the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore Online.
Lugar celebración: Singapur
Fecha: 22/06/2010 – 26/06/2010

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: The quality of learning after the application of a new syllabus based on competences
Tipo de participación: comunicación
Congreso: Congreso Internacional ICED 2010 Enhancing Strategies for Global Quality Leraning in Higher Education
Publicación: Proceedings of the ICED 2010 Enhancing Strategies for Global Quality Leraning in Higher Education.
Lugar celebración: Barcelona
Fecha: 28/06/2010 – 30/06/2010

Autores: Miquel Rodrigo Alsina, Carles Roca Cuberes, Núria Almirón, Lorena Gómez, Frederic Guerrero-Solé
Título: Exploring teaching quality and competence attainment from the students' perspective
Tipo de participación: comunicación
Congreso: Congreso Internacional ICED 2010 Enhancing Strategies for Global Quality Leraning in Higher Education
Publicación: Proceedings of the ICED 2010 Enhancing Strategies for Global Quality Leraning in Higher Education.
Lugar celebración: Barcelona
Fecha: 28/06/2010 – 30/06/2010

Autores: Carles Roca Cuberes, Pilar Estelrich Arce, Lucía Gil Royuela, Pablo Barberá Arangüena

Título: La satisfacción del aprendizaje como indicador de la coherencia entre competencias, aprendizaje y evaluación: un estudio sobre la implementación del nuevo Grado de Traducción e Interpretación de la UPF
Tipo de participación: comunicación
Congreso: 6º Congreso Internacional de Docencia Universitaria e Innovación
Publicación: VI CIDUI. Nuevos Espacios de Calidad en la Educación Superior. Un análisis comparado y de tendencias. Formato CD. ISBN: 9788484583240.
Lugar celebración: Barcelona
Fecha: 30/06/2010 – 02/07/2010

Autores: Miquel Rodrigo Alsina, Carles Roca Cuberes, Núria Almirón, Lorena Gómez, Frederic Guerrero-Solé
Título: Desarrollo de las teorías y los métodos de investigación en el EEES: el caso de la UPF
Tipo de participación: comunicación
Congreso: 6º Congreso Internacional de Docencia Universitaria e Innovación
Publicación: VI CIDUI. Nuevos Espacios de Calidad en la Educación Superior. Un análisis comparado y de tendencias. Formato CD. ISBN: 9788484583240.
Lugar celebración: Barcelona
Fecha: 30/06/2010 – 02/07/2010

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: El aprendizaje por competencias en el EEES: el caso de la asignatura de teorías y métodos de investigación en comunicación de la UPF
Tipo de participación: comunicación
Congreso: I Congreso Internacional los estudios de comunicación en el EEES
Publicación: los estudios de comunicación en el EEES
Lugar celebración: Huesca
Fecha: 07/10/2010 – 08/10/2010

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: 'Formulating' in the news interview
Tipo de participación: comunicación
Congreso: Third European Communication Conference (ECREA)
Publicación: Papers of the ECREA´s 3rd Communication Conference, Hamburg: European communication Research and Education Association.
Lugar celebración: Hamburgo (Alemania)
Fecha: 12/10/2010 – 15/10/2010

Autores: Miquel Rodrigo Alsina, Carles Roca Cuberes, Núria Almirón, Lorena Gómez, Frederic Guerrero-Solé
Título: Autopercepció dels estudiants sobre les competències adquirides
Tipo de participación: comunicación
Congreso: V Jornada de Bones Pràctiques Acadèmiques a la UPF
Publicación:
Lugar celebración: Campus de la Ciutadella, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
Fecha: 27/10/2010 – 27/10/2010

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: El análisis de la conversación y el estudio del discurso mediático
Tipo de participación: comunicación
Congreso: IV Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales "Retos y oportunidades de la investigación en comunicación en la sociedad digital"

Publicación: la información audiovisual en la sociedad digital
Lugar celebración: Huesca
Fecha: 10/11/2011 – 12/11/2011

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: Las causas del abandono en la Universitat Pompeu Fabra
Tipo de participación: comunicación
Congreso: 7º Congreso Internacional de Docencia Universitaria e Innovación
Publicación: VII CIDUI: la universidad, una institución de la sociedad. Formato CD.
ISBN: 978-84-695-4073-2.
Lugar celebración: Barcelona
Fecha: 04/07/2012 – 06/07/2012

Autores: Rodrigo Alsina, Miquel; Roca Cuberes, Carles; Almiron, Nuria; Guerrero Solé, Frederic; Gomez, Lorena
Título: Les competències como a motor de la innovació docent: la percepció dels estudiants
Tipo de participación: comunicación
Congreso: 7º Congreso Internacional de Docencia Universitaria e Innovación
Publicación: VII CIDUI: la universidad, una institución de la sociedad. Formato CD.
ISBN: 978-84-695-4073-2.
Lugar celebración: Barcelona
Fecha: 04/07/2012 – 06/07/2012

Autores: Carles Roca Cuberes
Título: A comparison of broadcast political interviews in public and commercial television
Tipo de participación: comunicación
Congreso: Fourth European Communication Conference (ECREA)
Publicación: Papers of the ECREA´s 4th Communication Conference, Istambul: European communication Research and Education Association.
Lugar celebración: Estambul (Turquía). Fecha: 24/10/2012 – 27/10/2012

6.2. Otros recursos humanos disponibles:

a) Comunes de la Universitat Pompeu Fabra.

- Secretaria del departamento especializada en gestión de Máster

La Secretaría del Departamento, cuenta con un equipo de siete personas, entre ellas un jefe de gestión, un coordinador de procesos y cinco administrativos.

Las categorías administrativas de este personal son las siguientes:

Descripción del puesto de trabajo	Subgrupo	Nivel	Subnivel
Jefa de la Secretaria	A2	24	1
Administrativa	C1	20	n
Administrativa	C1	16	n
Administrativa	C1	16	n
Administrativa	C1	14	n
Administrativa	C1	14	n
Administrativa	C1	14	n

En el ámbito de Estudios de Máster, la Secretaría da soporte técnico y administrativo a la Comisión Académica de Máster y a los coordinadores de Másters. También da soporte a los profesores de los estudios de Máster y gestiona de forma descentralizada los procesos de información, preinscripción, acceso, admisión, matrícula y gestión del expediente. Procesos que planifica y coordina la Oficina de Postgrado y Doctorado que, con once personas y bajo la dirección de un gestor-jefe de la oficina, asesora, planifica y coordina los estudios de máster de la UPF.

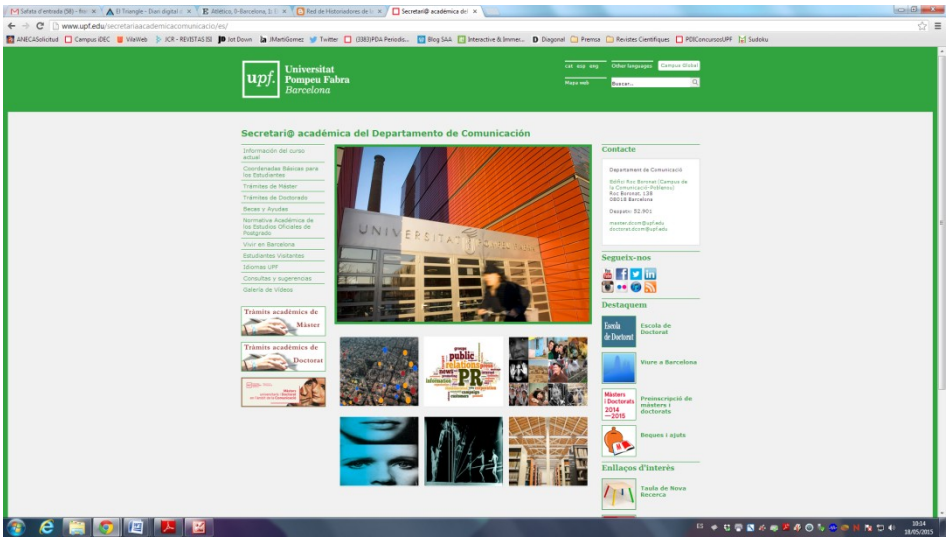
- Coordinador de Máster para gestiones globales de dinámica de docencia (relaciones con profesorado y con estudiantes), y prácticas profesionales
- Las Instituciones Colaboradoras contribuirán de forma directa a la oferta de prácticas para el tercer trimestre, de acuerdo con los criterios profesionales del Máster.
- En el seno los Servicios Centrales de Administración de la UPF, disponemos de varios servicios de orientación que cubren los diversos as-

pectos y dimensiones del Máster como:

- Servicio de Gestión Académica (SGA)
- Centro para la Calidad y la Innovación Docente (CQUID)
- Unidad Técnica de Programación Académica (UTPA)
- Servicio de Relaciones Internacionales
    - Sección de Convenios e Intercambios
    - Oficina de Admisiones
    - Oficina de Movilidad y Acogida

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:

- Servicio de Gestión Académica (SGA)
- Centro para la Calidad y la Innovación Docente (CQUID)
- Unidad Técnica de Programación Académica (UTPA)
- Servicio de Relaciones Internacionales.
- Sección de Convenios e Intercambios
- Oficina de Admisiones
- Oficina de Movilidad y Acogida



La Secretaría del Departament de Comunicació de la UPF proporciona la ayuuda técnica básica para acceder a los estudios: recursos directos dedicados al máster contando los servicios administrativos, informáticos, y recepción. Entre sus funciones se cuentan:

- Hacer el seguimiento del proceso de aprendizaje y mantener vive el diálogo didáctico con el estudiante.

- Dar respuesta a las consultas de contenido que reciba de los alumnos. El mensaje tendrá que tener la estructura y estar redactado según los parámetros establecidos para estos casos.

- Trasladar al servicio de apoyo técnico las incidencias relacionadas con el funcionamiento del aula Global-Moodle, conexiones y acceso a los materiales didácticos que reciba de los estudiantes.

- Responsabilizarse de publicar en el aula Global-Moodle las respuestas a las preguntas más frecuentes para evitar una repetición de consultas sobre las mismas cuestiones.

- Mantener contactos periódicos con el director y el coordinador académico para informar sobre el seguimiento del programa.

Este conjunto de consultas se conentre en una Coordinadora operativa del programa: El participante se puede poner en contacto con ella para solucionar dudas de aspecto general del programa. Realizará también las siguientes funciones:

- Enviar mensaje con instrucciones para obtener los códigos de acceso y la guía para acceder al Campus Global.
- Resolver consultas de tipo operativo.
- Gestionar, juntamente con el profesor las calificaciones del curso.
- Cerrar actas y gestionar el envío de títulos.
- Recibir con la periodicidad establecida los datos de matrículas.
- Revisar periódicamente, junto a la dirección académica, el estado de la matriculación de los programas y conocer y proponer acciones promocionales complementarias.
- Trasladar al servicio de apoyo técnico las incidencias relacionadas con el funcionamiento del aula Global-Moodle, conexiones y acceso a los materiales didácticos que reciba de los estudiantes.

Apoyo técnico: Para cualquier incidencia de tipo técnico durante el estudio de los materiales interactivos o bien durante la realización de los ejercicios finales de evaluación, el participante podrá dirigirse al equipo de soporte técnico del Departament de Comunicació, que le ayudará a que el seguimiento de este programa online le sea fácil y cómodo.

Previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios:
Todo el personal procedente de fuera de la UPF significará, siguiendo el principio de subsidiaridad, que la UPF no dispone de especialista en comunicación estratégica y relaciones públicas sobre la materia que puede acreditarse según los criterios de experiencia docente e investigadora y adecuación ámbito académico establecidos.

Para determinar la adecuación del profesorado a invitar, de ámbito estatal e internacional, se decidirá conjuntamente con las instituciones colaboradoras del Máster y asignadas por materias.
Con todo, al ser un Máster interuniversitario internacional, no se cuenta con tener que invitar a profesionales extranjeros ni de fuera de la UPF.

Mecanismos de que se dispone para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad:
La Universitat Pompeu Fabra tiene un fuerte compromiso con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Pese a los importantes avances logrados por las mujeres durante los últimos años tanto en la vida universitaria, como en la vida social, falta mucho camino todavía para llegar a la igualdad de género. Como ejemplo de este avance en la UPF cabe destacar que en los últimos tres años, el 46% del total de profesorado que ha accedido a la permanencia son mujeres.

Con la intención de contribuir a la tarea de construir una universidad y una sociedad formadas por personas libres e iguales, la UPF dedicó el curso 2007-2008 a la sensibilización y a la reflexión sobre la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. De las reflexiones y los trabajos que se lleven a término durante el curso debe surgir un Plan de Igualdad para la UPF, que llevará el nombre de Isabel de Villena en honor de quien, probablemente por primera vez en la literatura catalana, adoptó el punto de vista de la mujer. Como primera medida adoptada se ha procedido a la contratación de una Agente para la Igualdad con el objetivo que colaborar en la definición del Plan para la Igualdad, mas allá del cumplimiento estricto de la legalidad en lo que se refiere a procurar la igualdad de género en los tribunales de oposiciones así como en las comisiones de selección, tal como prevé el Estatuto Básico del Empleado Público, y en la reserva de plazas para personas con discapacidades en los procesos de oposiciones

7. Recursos materiales y servicios

7.1. Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles.

Espacios docentes y de gestión disponibles

Durante el primer cuadrimestre se utilizarán los espacios disponibles en la Universidad de Stirling, que ofrece este Master oficial desde 1988, y que dispone de 12 aulas, seminarios y salas de reuniones destinas a ser utilizadas por los estudiantes del Máster, además de una de las bibliotecas más importantes de Escocia: http://www.is.stir.ac.uk/

En concreto, las aulas de que dispone la Universidad de Stirling son las siguientes:

Número aula	Superficie (M2)
P.D1	74,9
P.D3	74,9
P.D6	42,9
P.G8	64,5
P.J6	22,17
P.L20	61,61
P.LTA96 (sala de grados)	91,75
P.L19	63
C.2A9	48,23
C.2B42	36,4
C.2B44	36,4
C.2B48	50,44

La UPF, por su lado, cuenta desde el curso académico 2008-2009 con Campus de la Comunicación, situado en el conjunto fabril de Ca l'Aranyó, en el marco del Parque Barcelona Media, al nuevo distrito tecnológico del 22@Barcelona, situado en la isla delimitada por la avenida Diagonal y las calles de Llacuna, Roc Boronat y Tánger. Este nuevo campus estará formato por dos edificios antiguos, actualmente en fase de rehabilitación, y un conjunto de edificios proyectados de nuevo. La UPF concentra aquí todo lo relacionado con la formación, la investigación y la producción en el ámbito de la comunicación y la tecnología.

CAMPUS DE LA COMUNICACIÓN (Edificio)	Unidades	m² útiles	m² construidos
La Fábrica			3.300
Biblioteca		1.945	
Salas de estudiantes y de trabajo en grupo	8	180	
La Nau			**1.870**
Investigación		870	
Roc Boronat -52			10.830
Aula hasta 60 plazas	5	290	
Aula hasta 100 plazas	8	620	
Aula más de 100 plazas	3	315	
Sala de seminarios	19	850	
Sala polivalente y de tutorías	2	45	
Sala de reuniones	9	190	

Sala de profesores	2	44	
Auditorio	1	230	
Despachos de profesores	52	873	
Administración y Gestión (Decanatos/secretarias…)		372	
Roc Boronat -53			4.080
Sala de estudios y de trabajo en grupo	1	20	
Sala polivalente y de tutorías	1	15	
Sala de reuniones	1	15	
Despachos de profesores	67	1.265	
Administración y Gestión (Decanatos/secretarias…)	252		
Tallers			5.020
Aula de informática	13	840	
Sala de seminarios	2	115	
Laboratorio y aula técnica		625	
Sala técnica (control, edición,…)	24	365	
Aula de interpretación con cabi-	3	165	
Plató	3	375	
Camerinos y sala de ensayo		45	
Sala de reuniones	1	25	
Informáticos		120	
Tànger			8.880
Laboratorio	2	305	
Sala de seminarios	1	50	
Sala de reuniones	4	130	
Sala de grados	1	70	
Sala de demostraciones	1	40	
Espacio polivalente	3	586	
Despachos	74	2.103	
Administración y Gestión (Deca-natos/secretarias…)		100	

BIBLIOTECA DE LA UPF

La Biblioteca de la UPF es una unidad fundamental de apoyo a la docencia y al aprendizaje en la Universitat Pompeu Fabra.

Para dar respuesta a las necesidades emergentes de los profesores y estudiantes en el nuevo entorno derivado de la implementación del EEES, la UPF ha apostado claramente por la evolución de la Biblioteca hacia el modelo de CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación). Así pues, se ha optado por un nuevo modelo organizativo basado en la confluencia del servicio de Biblioteca e Informática, adaptando las instalaciones para poder ofrecer espacios para el estudio y trabajo en grupo y ofreciendo nuevos servicios.

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.

En esta línea cabe destacar el servicio de préstamo de ordenadores portátiles, con notable éxito entre los estudiantes de grado y el servicio de La Factoría de apoyo al aprendizaje y a la docencia. La Factoría es un espacio con profesionales

(bibliotecarios, informáticos, técnicos audiovisuales, personal administrativo), con recursos, equipos y tecnología, desde donde se ofrece apoyo a los profesores en el uso de las plataformas de enseñanza virtual (e-learning) y en la elaboración de materiales docentes y a los estudiantes, en la elaboración de trabajos académicos.

Los rasgos más característicos y definitorios de los servicios que la Biblioteca / CRAI presta a sus usuarios, profesores 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 01.00 h. de la madrugada.
- Sábados y festivos, de 10.00 h. a 21.00 h. (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 col·lección 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 físicos	**575.037**

Distribución por localizaciones	Número de volúmenes de monografías
Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	**374.239**
Biblioteca/CRAI del Poblenou	**99.318**
Biblioteca del Campus Universitari Mar	**15.278**
Otras localizaciones (depósitos de la UPF o depósitos consorciados (GEPA))	**86.090**

Número total de monografias electrónicas disponibles	**23.086**

b.2.) Publicaciones en serie

En papel

Número total de títulos de publicaciones en serie en papel	**11.869**

De acceso remoto

Número total de títulos de publicaciones en serie de acceso remoto	**18.025**

b.3.) Bases de datos

Número total de bases de datos en línea	**460**

c) Puestos de lectura

La Biblioteca cuenta con una ratio de 7,14 estudiantes por puesto de lectura. Esta ratio sitúa a la UPF entre las primeras posiciones del sistema universitario español.

Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	Biblioteca/CRAI del Poblenou	Biblioteca del Campus Universitari Mar	**Total**
1.184	**445**	**279**	**1.908**

d) Distribución de los espacios

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

Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	Biblioteca/CRAI del Poblenou	Biblioteca del Campus Universitari Mar	**Total**
8.142 m2	**2.142 m2**	**1.258 m2**	**11.542 m2**

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

También es importante destacar el hecho de que en la Biblioteca/CRAI de Ciutadella uno de los ordenadores de uso público está equipado con software y hardware específico para personas con limitaciones visuales.

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 y audiovisuales para la realización de sus actividades académicas.

e.5. Formación en competencias informacionales e informáticas (CI2)

El personal del Servicio de Informática y de la Biblioteca ofrecen conjuntamente formación en competencias informacionales e informáticas (CI2) 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 docente de la UPF. Esta formación se ofrece integrada en los planes de estudio de grado y postgrado. También se ofrece un àmplio 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 presenta muy buenos resultados, de los mejores en el sistema universitario español.

Además los usuarios pueden utilizar tambien el servicio de préstamo consorciado (PUC). El **PUC** es un servicio gratuito que permite a los usuarios de las bibliotecas de las instituciones miembros del Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya (CSUC) solicitar y tener en préstamo documentos de otra biblioteca del sistema universitario catalán.

e.7. 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.8. 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 a cualquier otra biblioteca del mundo.

e.9. 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.10. 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.11. 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.12. Gestor de bibliografías (Mendeley)

Mendeley es una herramienta en entorno web para gestionar referencias bibliográficas y al mismo tiempo una red social académica que permite:

- Crear una base de datos personal para almacenar referencias importadas
- Gestionar las referencias
- Generar bibliografias de manera automática
- Encontrar documentos relevantes por áreas temáticas
- Importar muy fácilmente documentos de otras plataformas
- Colaborar con otros usuarios investigadores en línea
- Acceder a los propios documentos desde cualquier lugar via web

e.13. 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.

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: arranque 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 Ciutadella

Edifici	Aula	PCs
Jaume I	Biblioteca General	46
	Biblioteca Aula d'informàtica 1	47
	Biblioteca Aula d'informàtica 2	33
	Biblioteca Aula d'informàtica 3	36
	153 Aula LEEX	18

Roger de Llúria	145	54
	153	54
	245	54
	257	24
	47B	24
Ramon Turró	107	30

Campus de la Comunicació-Poblenou

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

Campus Universitari Mar

Edifici	Aula	PCs
Dr. Aiguader	Biblioteca	28
	61.127	34
	61.280	15
	61.303	45
	61.307	25
	61.309	18
	60.006 (Edificio	20

Anexo)

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 todos

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.

8. Resultados previstos

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

Datos cuantitativos previstos de acuerdo con la experiencia del título en la Universidad de Stirling:

Tasa de graduación %	95,54%
Tasa de abandono %	4,46%
Tasa de eficiencia %	99,16%

A continuación se presentan los resultados estimados para los másters oficiales que se imparten en la Universidad Pompeu Fabra.
Partiendo del hecho que todavía no hay la trayectoria suficiente de los másters oficiales para valorar estos estudios, se considera que se puede trabajar en tres dimensiones con el fin de establecer una estimación de los resultados previstos. Estas dimensiones son la tasa de graduación, la tasa de abandono y la tasa de eficiencia.

Para determinar tales magnitudes se tienen en cuenta los resultados de los alumnos que realizan el programa estandarizado, de 60 créditos, sin tener en cuenta aquellos que necesitan cursar módulos de nivelación.

Tasa de graduación
La tasa de graduación indica el porcentaje de estudiantes graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios respeto la cohorte de alumnos que iniciaron los estudios en un mismo año. Es importante destacar que a diferencia de los títulos de grado, donde la tasa de graduación se calcula teniendo en cuenta los graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año más, en el caso de los másters oficiales, al tratarse de estudios de un solo curso, al calcular la tasa de graduación sólo se tienen en cuenta los estudiantes graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios.

La tasa de graduación que se estima para los másters oficiales de la Universidad Pompeu Fabra es de alrededor del 70%.
Esa magnitud se establece teniendo en cuenta que la tasa de graduación de la primera promoción de los másters oficiales oscila entre el 65% y el 85%, en función de la especialidad, del tamaño del grupo, y de otros factores. Si bien los resultados de un único curso no tienen significación estadística, pueden servir de orientación.
Tasa de abandono
La tasa de abandono indica el porcentaje de estudiantes que, sin haber completado los estudios en el tiempo previsto en el plan de estudios, no se vuelven a matricular el curso siguiente, respeto la cohorte de alumnos que iniciaron los estudios en un mismo año.

La tasa de abandono que se estima para los másters oficiales de la Universidad Pompeu Fabra es de alrededor del 18%.

Esa magnitud se establece teniendo en cuenta una serie de incidencias que pueden favorecer el abandono de los estudios, como el hecho que haya

muchos estudiantes extranjeros, así como la incorporación al mercado laboral, por poner unos ejemplos.

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%.

La tasa de eficiencia que se estima para los másters oficiales de la Universitat Pompeu Fabra se sitúa alrededor del 90%.

Esa magnitud se establece teniendo en cuenta que la tasa de eficiencia de la primera promoción de los másters oficiales oscila entre el 89% y el 100%, en función de la especialidad, del tamaño del grupo, y de otros factores. Si bien los resultados de un único curso no tienen significación estadística, pueden servir de orientación.

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

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

a) Evaluación de los conocimientos
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.

b) Plan Docente de la Asignatura
El Plan Docente de la Asignatura es el instrumento por el cual se define el modelo de organización docente de la asignatura. El Plan Docente tiene alcance público y se puede consultar desde los espacios de difusión académica previstos por la Universidad. Los contenidos, plazos y otros aspectos del plan docente están regulados en la normativa vigente específica.

c) Régimen de la evaluación continua

Concepto: Se entiende por evaluación continua el conjunto de procesos, instrumentos y estrategias didácticas definidas en el Plan Docente de la Asignatura aplicables de manera progresiva e integrada a lo largo del proceso de enseñamiento-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 Plan Docente de la Asignatura.

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 Plan Docente de la Asignatura.

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.

Convocatoria: Se celebrará una única convocatoria de examen por curso académico para cada asignatura.

Exámenes orales: Los exámenes orales serán organizados y evaluados por un tribunal formado por tres profesores nombrado al efecto por la comisión responsable del departamento al que pertenezca el máster. Para que quede constancia del contenido del examen y para garantizar su conservación, los exámenes serán registrados en un soporte apto para la grabación y la reproducción *(*Ver la Resolución de 11 de marzo de 2011 por la que se modifica la Instrucción 01/2004 del Arxivo de la Universidad, por la que se establece el procedimiento para la eliminación de exámenes y documentos base de calificación)

e) Evaluación del trabajo de fin de máster

El máster universitario 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).

f) Conservación de las pruebas de evaluación

Para asegurar la posibilidad de revisar las calificaciones, los profesores están obligados a guardar los exámenes o los documentos sobre los que se fundamente la calificación (incluidos los registros) 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.

g) Calificaciones

Sistema de calificaciones

El estudiante debe ser evaluado y calificado de acuerdo con lo que se especifica en el Plan Docente de la Asignatura y según la normativa vigente.

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.

Revisión de las calificaciones

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.

h) Evaluación del progreso y los resultados al nivel de la titulación

En términos de titulación se desplegarán los instrumentos de información previstos en el Sistema de Información de la Docencia (SIDOC). A partir de estos instrumentos se analizará el progreso y los resultados de la titulación desde el nivel asignatura, al nivel cohorte y titulación. En lo que respecta a las asignaturas, tal y como se recoge en el SIDOC, los indicadores se establecerán con relación a las tasas de presentación y éxito para cada convocatoria y de rendimiento, fijando también los elementos críticos por su desviación con relación a la media de los estudios y de la Universidad. En cuanto al progreso, también se tomará en cuenta el nivel de superación de créditos. Con relación al progreso de las cohortes, se analizarán los indicadores ya previamente consensuados a nivel de sistema con relación al abandono (en sus diferentes tipologías) y graduación (tasa de graduación, tasa de eficiencia, etc.). Asimismo, se establecerán los vínculos entre rendimiento y variables como la nota media y tipo de acceso.

9. Sistema de garantía de la calidad

Enlace que recoge ambos sistemas de garantía de calidad: https://www.upf.edu/masterpublicrelations/en/garantia_calidad/estrategica_stirling.pdf

A petición de la subsanación recibida por parte del MECD en fecha 8 de abril de 2016, se copian a continuación las dos URL de los dos Sistemas Internos de Calidad de las dos Universidades participantes:

- Universitat Pompeu Fabra (participante): https://www.upf.edu/universitat/_pdf/sigq/Manual_6Q-SIGQt.UPFes.pdf
- Stirling University (Universidad coordinadora): http://www.quality.stir.ac.uk/ac-policy/assessment.php

10. Calendario de implantación

Curso de inicio: 2016

10.1. Cronograma de implantación del título

Introducción. El máster consta de 90 créditos ECTS y está estructurado en doce meses. Los estudiantes de este máster cursarán los 60 créditos ECTs de asignaturas obligatorias durante el primer y segundo cuadrimestre, realizando el primer cuadrimestre en la University of Stirling y el segundo en la Universitat Pompeu Fabra.
Durante el tercer cuadrimestre, los alumnos realizarán exclusivamente la asignatura *Trabajo Final de Máster*, dedicada a escribir y presentar la tesis de máster. Pueden dedicir cursar esta asignatura bien en la Universitat Pompeu Fabra bien en la University of Stirling.

b. Cronograma de implantación. En consecuencia, la implantación de máster será la siguiente:

	Primer curso 60 ECTS, Asignaturas obligatorias	**Segundo Curso** 30 ECTS, Trabajo final de máster
Curso 2012-2013	Primera promoción	-
Curso 2013-2014	Segunda promoción	Primera promoción
Curso 2014-2015	Tercera promoción	Segunda promoción

Con la presente propuesta, se prevé que las modificaciones realizadas durante el proceso de acreditación se implanten a partir del curso 2016-17:

2016-17 - Primer curso

2017-18 - Segundo curso

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

No hay procedimiento de adaptación.

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

No se extingue ninguna enseñanza.

11. Convenio de colaboración entre la Universidad de Stirling y la Universidad Pompeu Fabra.

MEMORÁNDUM DE CONVENIO

SUSCRIBEN ESTE CONVENIO

LA UNIVERSIDAD DE STIRLING

incorporada por Royal Charter, Stirling, FK9 4LA, Escocia

(en adelante, Stirling)

Y

LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA

Plaça de la Mercè, 10-12, 08002 Barcelona, España

(en adelante, UPF),

en adelante denominadas conjuntamente 'las partes'.

CONSIDERANDO que las partes han establecido, a través de consultas amistosas, un programa de colaboración que ofrece la titulación conjunta de máster (Master of Science, MSc) en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas,

POR EL PRESENTE CONVENIO SE ACUERDA LO SIGUIENTE:

1. Calendario del convenio

1.1. Entrada en vigor y período de revisión

Sin perjuicio de la fecha de su firma, el presente convenio será vigente a partir del 1 de septiembre del 2012, y será revisado anualmente en el marco de los

procedimientos internos de revisión de ambas universidades y por parte del Comité

del Programa creado para supervisar la asociación (véase el apartado 4.2).

1.2. Período de renovación

Este convenio será vigente durante un período inicial de cuatro años, hasta agosto del 2016, con posibilidad de renovación a partir de entonces si las partes así lo acuerdan mutuamente.

1.3. Modificación

Ninguna modificación de este convenio será vinculante ni para Stirling ni para la UPF a menos que se realice por escrito y que sea aprobada y ejecutada por un miembro debidamente autorizado de cada universidad.

1.4. Rescisión

1.4.1. Durante el período de colaboración, este convenio puede ser rescindido por cualquiera de las partes, siempre y cuando dicha parte lo notifique por escrito a la otra parte con una antelación mínima de doce meses.

1.4.2. Las partes acuerdan que cualquier rescisión sólo será procedente cuando se haya hecho todo lo necesario para garantizar la finalización del programa por

parte de aquellos estudiantes que lo hayan iniciado antes de la notificación de la rescisión.

1.5. Disputas

1.5.1. En caso de disputa sobre cualquiera de los términos de este convenio o sobre cualquier aspecto del programa de colaboración, las partes realizarán todo lo posible para alcanzar un acuerdo amistoso mediante la consulta y la negociación en el marco de los mecanismos establecidos en el presente convenio. Si no pudiera alcanzarse ningún acuerdo en un plazo de tres meses desde la fecha en la que una parte notificó por primera vez a la otra la disputa, las partes designarán de común acuerdo un árbitro, cuya decisión será vinculante para ambas partes. Si las partes no pudieran ponerse de acuerdo sobre el nombramiento del árbitro, dicho nombramiento será realizado por el presidente del Colegio de Abogados de Escocia. Las costas del arbitraje serán sufragadas a partes iguales por las partes.

1.5.2. El presente convenio se regirá y se interpretará de acuerdo con las leyes de Escocia y las leyes de España. En caso de conflicto entre estas respectivas jurisdicciones prevalecerán las leyes de Escocia.

2. El convenio

2.1. Este memorándum de convenio (en adelante, 'el convenio') se realiza con el fin de ofrecer un programa conjunto de estudios que se imparta en Stirling y en la UPF y que conduzca a la obtención del título de máster (MSc) en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas (en adelante, 'el programa'), expedido por ambas universidades. Los estudiantes cursarán el primer cuatrimestre del programa en Stirling y el segundo cuatrimestre en la UPF, y elegirán realizar la tesis ya sea en Stirling o bien en la UPF (sujetos a la obtención del visado para los estudiantes internacionales). Los estudiantes se graduarán como estudiantes de la Universidad de Stirling y de la Universitat Pompeu Fabra.

3. Estructura del programa

3.1. Los detalles sobre la estructura del programa, el período de estudio y los requisitos de acceso se establecen en el apéndice A. Pueden introducirse cambios en el programa sujetos a la aprobación del Comité del Programa (véase el apartado 4.2) y a los mecanismos de aprobación ordinarios en cada universidad, sin necesidad de renegociar el memorándum de convenio. Dichos cambios se registrarán como adendas al convenio.

3.2. Para obtener el título de máster (MSc), los estudiantes deberán superar un total de

180 créditos SCQF / 90 créditos ECTS. Para los estudiantes que, excepcionalmente, no puedan finalizar el máster, hay dos posibles puntos de salida del programa: la obtención del Certificado de Postgrado (equivalente a 60 créditos SCQF / 30 créditos ECTS) y la obtención del Diploma de Postgrado (equivalente a 120 créditos SCQF /

60 créditos ECTS).

3.3. Los estudiantes que suspendan uno o más módulos en el primer cuatrimestre no podrán pasar al segundo cuatrimestre, y causarán baja del programa conjunto. Sin embargo, a los estudiantes que hayan obtenido una nota de 3C o superior en por lo

menos dos módulos al término del primer cuatrimestre podrá permitírseles pasar al programa de Relaciones Públicas Estratégicas y Gestión de la Comunicación de la Universidad de Stirling para que puedan completar únicamente los requisitos del Certificado de Postgrado.

3.4. La lengua de las clases y de las evaluaciones será el inglés.

4. Responsabilidades administrativas

4.1. Stirling será designada universidad administradora, y será responsable de todos los aspectos relativos a la administración del programa, incluyendo los aspectos financieros y de registro. La universidad administradora será responsable de custodiar los expedientes de los estudiantes y, por consiguiente, será responsable del proceso de matriculación en la universidad. Los procedimientos y normas aplicables a esta cuestión serán los de la universidad administradora.

4.2. Se designará un Comité del Programa para que supervise el programa y la asociación. La composición y las funciones del Comité figuran en el apéndice B.

4.3. Cada una de las partes nombrará a dos miembros del Comité del Programa con autoridad para reunirse en nombre de cada institución y determinar las políticas y procedimientos del programa.

5. Admisiones / Matrícula

5.1. Los estudiantes se preinscribirán directamente en Stirling, en su condición de universidad administradora, pero ambas instituciones serán responsables de seleccionar a los estudiantes admitidos en el programa.

5.2. Como parte de la confirmación formal de admisión, Stirling enviará a los estudiantes información sobre cuándo y cómo deberán matricularse en el programa. La matrícula deberá formalizarse en línea.

5.3. Los estudiantes admitidos en el programa serán matriculados como estudiantes de la Universidad de Stirling únicamente hasta el término del primer cuatrimestre. A partir de entonces los estudiantes del programa serán matriculados como estudiantes de la Universitat Pompeu Fabra. Los estudiantes que decidan realizar su tesis en Stirling deberán volver a matricularse en el tercer cuatrimestre.

5.4. La primera promoción de estudiantes del programa será admitida en septiembre del 2013.

6. Normativa sobre visados

6.1. De acuerdo con las normas actualmente vigentes de la Agencia de Fronteras británica, los estudiantes de fuera del Reino Unido o del Espacio Económico Europeo (EEE) podrán optar por estudiar en Stirling durante un cuatrimestre como estudiantes visitantes o al amparo de la disposición de Nivel 4. En circunstancias normales, los estudiantes que se encuentren en dicha categoría deberán realizar su tesis en la UPF, a menos que, excepcionalmente, se llegue a acuerdos especiales para que puedan regresar al Reino Unido.

7. Normativa

7.1. Los estudiantes estarán sujetos al acta constitutiva (Charter), los Estatutos y las normas de la Universidad de Stirling cuando estén matriculados en Stirling, y al acta constitutiva, los Estatutos y las normas de la UPF cuando estén matriculados en la UPF.

7.2. Sin embargo, con el fin de garantizar la coherencia de las normas sobre el programa en todo el programa conjunto, así como la coherencia del certificado académico y del título concedido, los estudiantes deberán cumplir la normativa académica de la Universidad de Stirling, como universidad administradora, a lo largo de todo el programa.

8. Evaluación

8.1. La evaluación de los estudiantes deberá ajustarse en la medida de lo posible a las políticas y procedimientos de ambas universidades. Cuando existan diferencias, el Comité del Programa deberá alcanzar un acuerdo (en particular con respecto a la

'traducción' de las notas a efectos del expediente académico) antes del inicio del curso académico. Cualquiera de estos cambios estará sujeto a la aprobación del

Comité de Aprendizaje y Docencia de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Stirling. Estos cambios deberán así mismo consensuarse con el equipo de Administración Académica de Stirling antes de su implementación a fin

de que puedan reflejarse correctamente en los expedientes de los estudiantes.

8.2. El 10% de todas las evaluaciones será moderado por la universidad asociada.

8.3. Los criterios para la Junta de Examinadores los establecerá Stirling, como universidad administradora. Las juntas de examen tendrán lugar ya sea en Stirling o en Barcelona, y asistirá a ellas un examinador externo acordado por ambas universidades. Dicho examinador externo estará obligado a presentar informes por escrito antes de las reuniones de la junta de examen.

9. Garantía de calidad y seguimiento del programa

9.1. El mantenimiento de los estándares académicos y la gestión y mejora de dichos estándares a efectos de garantizar la calidad del programa son responsabilidad colectiva de ambas instituciones, de acuerdo con sus respectivas actas constitutivas, Estatutos, normas y reglamentos. La responsabilidad principal de garantizar y controlar la calidad del programa corresponderá a Stirling durante el primer cuatrimestre, a la UPF durante el segundo cuatrimestre, y a la universidad en la que el estudiante decida realizar su tesis durante el tercer cuatrimestre.

9.2. Cualquier preocupación sobre la calidad del programa deberá remitirse inicialmente al Comité del Programa.

9.3. La revisión interna del programa que debe realizarse en el marco de los mecanismos de control de calidad de cada institución será coordinada por la universidad administradora a fin de evitar la duplicación de esfuerzos.

10. Graduación

10.1. La universidad administradora preparará los certificados del título concedido y añadirá a los mismos el sello o blasón y las firmas de la institución asociada. El certificado deberá indicar que el título se ha concedido tras la finalización de un programa de estudios aprobado e impartido conjuntamente en colaboración con la institución asociada. El formato y la redacción del certificado deberán ser aprobados por ambas instituciones antes de su producción.

10.2. Los estudiantes tendrán derecho a asistir a una ceremonia de graduación en cualquiera de las dos universidades.

11. Publicidad

11.1. Las actividades de captación de estudiantes y de publicidad del programa deberán llevarlas a cabo ambas universidades.

11.2. La utilización del nombre, del logotipo y de materiales publicitarios similares de ambas partes se pondrá a disposición de ambas universidades únicamente para su utilización en la producción de publicidad para el programa. El material publicitario que incluya el blasón y/o el logotipo de la otra universidad deberá ser aprobado por la universidad a la que pertenezca antes de su utilización.

11.3. Los costes de publicidad del programa serán compartidos a partes iguales por ambas partes.

12. Disposiciones financieras

12.1. El importe de la matrícula del programa será recomendado por el Comité del Programa y aprobado por la Oficina Financiera de cada universidad antes del inicio del primer cuatrimestre. Dicho importe se revisará anualmente en el marco de los procedimientos ordinarios anuales de revisión del importe de las matrículas. La matrícula inicial del programa será de 6.000 libras esterlinas para los estudiantes de la Unión Europea y de 12.000 libras esterlinas para los estudiantes de fuera de la Unión Europea.

12.2. Los ingresos por matrícula se dividirán entre las universidades asociadas proporcionalmente al número de créditos que se estudien en cada universidad, menos un 10% anual por costes de administración, que se abonarán a la universidad administradora.

12.3. Los estudiantes abonarán la matrícula en línea a la Universidad de Stirling, de acuerdo con los procedimientos normales de pago. Stirling reembolsará a la UPF lo que corresponda.

12.4. Los precios y tasas otros que los derechos de matrícula (como por ejemplo las tasas de reevaluación, de matrícula fuera de plazo y de graduación) serán los que fije la Universidad de Stirling en el primer cuatrimestre, la UPF en el segundo

cuatrimestre y la universidad en la que el estudiante haya elegido realizar su tesis en el tercer cuatrimestre.

12.5. En caso de que el número de estudiantes matriculados en cualquier edición del programa sea inferior a diez, la UPF se reserva el derecho de aplazar o cancelar dicha edición previa consulta con Stirling.

13. Seguro

13.1. Ambas partes mantendrán pólizas de seguro que cubran cualquier acto de negligencia, error u omisión en relación con el cumplimiento del convenio, con unos límites de indemnización no inferiores a:

Responsabilidad civil: 5 millones de libras por evento, sin límite agregado.
Responsabilidad de los empleadores: 5 millones de libras por evento, sin límite agregado.

Indemnización profesional: 5 millones de libras en total por año de seguro.

14. Indemnización

14.1. Cada institución indemnizará a la otra institución, a sus empleados, agentes o contratistas contra cualquier gasto, responsabilidad, pérdida, reclamación, daños y procesos judiciales derivados de quejas sobre algún módulo del programa o del programa en su conjunto, o contra cualquier otra queja o negligencia profesional, siempre que se deban a la negligencia probada de la primera institución, sus empleados, agentes o contratistas.

15. Derechos de propiedad intelectual

15.1. Al tratarse de un título conjunto, toda propiedad intelectual generada por los estudiantes de este programa pertenece a ambas partes por igual. Si ha sido generada por el personal, la propiedad intelectual pertenece a la Universidad en la que el miembro del personal esté empleado.

16. Acuerdos en serie

16.1. Ninguna de las partes está autorizada a suscribir ningún acuerdo en serie en virtud del cual ofrezca las partes del programa desarrolladas por la universidad asociada a cualquier otra parte a través de un acuerdo aparte.

17. Fuerza mayor

17.1. Cualquier demora o incumplimiento por cualquiera de las partes con respecto a sus obligaciones en virtud del presente convenio no se considerará un incumplimiento de este convenio si, y en la medida en que, dicha demora o incumplimiento es causado por acontecimientos que escapen al control razonable de dicha parte

–incluyendo, entre otros, los casos de fuerza mayor, los actos, normas y leyes de cualquier gobierno, las huelgas u otros actos concertados de los trabajadores,

incendios, inundaciones, explosiones, disturbios, guerras, rebelión y sabotaje–, y

cualquier plazo para el cumplimiento de una obligación en virtud de este convenio será ampliado con el tiempo real de retraso causado por cualquier acontecimiento de este tipo.

17.2. Si a cualquiera de las partes se le impide llevar a cabo sus obligaciones en las circunstancias establecidas en el artículo 17.1 durante un período continuo de seis (6) meses, cualquiera de las partes podrá rescindir el presente convenio avisando por escrito a la otra parte con un mes de antelación.

FIRMADO por los representantes debidamente autorizados de las partes:

En nombre de la Universidad de Stirling: Sra. Jocelyn Prudence, secretaria de la Universidad

Firma:

Fecha:

En nombre de la Universitat Pompeu Fabra:

Firma:

Fecha:

APÉNDICE A: Estructura del programa

Título: Máster (MSc, titulación conjunta) en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas

Títulos de salida: Diploma de Postgrado / Certificado de Postgrado

Directora del programa: Dra. Julia Jahansoozi

Programa de estudio: a tiempo completo (titulación conjunta)

<table>
<tr><td>Otoño (Stirling)</td><td>PREP61</td><td colspan="2">PREP62</td><td colspan="2">PREP63</td><td>PREP64</td></tr>
<tr><td>Primavera</td><td>PREP65</td><td>PREP66</td><td>PCMPX2</td><td>PCMPX5</td><td colspan="2">PREP67</td></tr>
<tr><td>Verano (Stirling o Pompeu</td><td>PREP10</td><td colspan="5"></td></tr>
</table>

Duración de los estudios – a tiempo completo

MSc	12 meses
Diploma	9 meses
Certificado	3 meses

Requisitos de acceso:

Unos estudios de grado con una nota equivalente a un upper second class (notable) cursados en una universidad o escuela universitaria reconocida por la Universidad de Stirling.

Los hablantes no nativos de inglés deben acreditar así mismo el dominio de la lengua inglesa, por ejemplo con una puntuación mínima en el IELTS de 6,5 puntos (con un mínimo de 6 en cada habilidad) o en el TOEFL: comprensión oral, 23 puntos; lectura, 23 puntos; expresión oral, 23 puntos, y expresión escrita, 23 puntos.

Módulos clave

Los siguientes módulos se designan como módulos clave, en los cuales los estudiantes deben haber superado el nivel 11 del SCQF (Marco Escocés de Créditos y Calificaciones) para poder pasar a la fase de la tesis del programa de máster:

PREP61, PREP62, PREP64, PREP63, PREP64, PREP65, PREP66, PCMPX2, PCMPX5, PREP67

Código Módulos básicos	Título del módulo	Disponibilidad, coordinador	Evaluación	Créditos SCQF / ECTS	Nivel del SCQF
PREP61	Planificación de Estratégicas	Otoño	Trabajo de curso	15 / 7,5	11
PREP62	Teoría de las Relaciones Públicas y Comunicación	Otoño	Trabajo de curso 50%	15 / 7,5	11
PREP63	Relaciones con los	Otoño	Trabajo de curso	15 / 7,5	11
PREP64	Investigación para la	Otoño	Trabajo de curso	15 / 7,5	11
PREP65	Las Relaciones	Primavera	Trabajo de curso	15 / 7,5	11
PREP66	Investigación y Práctica	Primavera	Trabajo de curso	10 / 5	11
PCMPX2	Asuntos Públicos e	Primavera	Trabajo de curso	10 / 5	11
PCMPX5	Diplomacia Pública y Estratégica	Primavera	Trabajo de curso	10 / 5	11
PREP67	Relaciones Públicas y	Primavera	Trabajo de curso	15 / 7,5	11
PREP10	Tesis	Verano	Trabajo de curso	60 / 30	11

APÉNDICE B: Comité del Programa

1 Composición del Comité del Programa

1.1 La Universidad de Stirling nombrará a un director del programa y la Universitat Pompeu Fabra nombrará a un codirector. El director del programa informará al Comité del Programa.

1.2 El Comité del Programa estará formado por un máximo de dos miembros de cada universidad. El Comité del Programa incluirá entre sus miembros al director y al codirector del programa.

1.3 El Comité del Programa será convocado por el director del programa y se reunirá (virtual o físicamente) por lo menos dos veces al año.

2 Funciones del Comité del Programa

Las responsabilidades del Comité del Programa incluirán las siguientes:

2.1 Garantizar la representación de los intereses de cada universidad.

2.2 Garantizar la comunicación apropiada de la información relevante entre ambas universidades.

2.3 Promover la coordinación entre las partes en la provisión del programa.

2.4 Revisar anualmente los criterios de admisión.

2.5 Garantizar el cumplimiento de las reglas y normas de cada universidad que se detallan en el convenio.

2.6 Aprobar los cambios de política del programa.

2.7 Recibir y analizar los informes sobre el funcionamiento del programa y hacer recomendaciones con respecto a los mismos.

2.8 Hacer el seguimiento de la ejecución del programa a intervalos regulares (por lo menos dos veces al año) e informar a través de los canales apropiados a cada universidad por lo menos una vez al año.

2.9 Elaborar un informe anual que se entregará a los órganos académicos apropiados de ambas universidades a través de los conductos jerárquicos internos apropiados.

2.10 Revisar los materiales publicitarios y obtener la aprobación de los mismos por parte del órgano apropiado de cada universidad.

2.11 Aprobar previamente cualquier gasto compartido en publicidad.

2.12 Estudiar cualquier petición o queja de los estudiantes del programa.

2.13 Recomendar la introducción en el convenio de los cambios necesarios.

2.14 Analizar el número de estudiantes matriculados en el programa y acordar si el programa debe o no ofrecerse en la próxima edición.

12. Modificación anexo A

ANEXO A: Estructura del programa

Título: MSc en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas (doble titulación)

Titulaciones intermedias: Diploma de postgrado/Certificado de postgrado

Director del programa: Dra. Alenka Jelen (Universidad de Stirling)
Codirector del programa: Prof. Jordi Xifra (Universidad Pompeu Fabra)

Plan de estudios (a tiempo completo, titulación conjunta)

Otoño (Stirling)	Relaciones Públicas y Teorías de las Comunicaciones Públicas		Relación con los Medios y Producción		Investigación para el Trabajo de Fin de Máster / Diseño de la Investigación
Primavera (Pompeu Fabra)	Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas	Investigación y Evaluaciónpara las Prácticas	Asuntos Públicos e Incidencia Política	Diplomacia Pública y Comunicación Estratégica	Relaciones Públicas y Medios Digitales
Verano (Stirling o Pompeu Fabra)	Trabajo de Fin de Máster				

Período de estudio (a tiempo completo)

MSc	16 meses (180 créditos SCQF / 90 créditos ECTS)
Diploma	9 meses (120 créditos SCQF / 60 créditos ECTS)
Certificado	3 meses (60 créditos SCQF / 30 créditos ECTS)

Requisitos de ingreso

Titulaciones equivalentes a un segundo grado superior de una universidad reconocida por la Universidad de Stirling.

Los estudiantes no nativos deben poder demostrar que dominan la lengua inglesa, por ejemplo, con una puntuación mínima en el IELTS de 6,5 (mínimo de 6 en cada parte) o el TOEFL (comprensión oral 23, lectura 23, conversación 23, redacción 23).

Título del módulo	Disponibilidad, coordinador	Evaluación	Créditos SCQF/ ECTS	Nivel SCQF

Módulos básicos

Relaciones Públicas y Teorías de la Comunicación Social	Otoño Por confirmar	Trabajo de curso 50% Examen 50% R	20/10	11
Relaciones con los Medios y Producción	Otoño Por confirmar	Trabajo de curso 100%	20/10	11
Investigación para el Trabajo de Fin de Máster/ Diseño de la Investigación	Otoño Por confirmar	Trabajo de curso 100%	20/10	11
Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas	Primavera Por confirmar	Trabajo de curso 100%	15/7,5	11
Investigación y Evaluación de las Prácticas	Primavera Por confirmar	Trabajo de curso 100%	10/5	11
Asuntos Públicos e Incidencia Política	Primavera Por confirmar	Trabajo de curso 100%	10/5	11
Diplomacia Pública y Comunicación Estratégica	Primavera Por confirmar	Trabajo de curso 100%	10/5	11
Relaciones Públicas y Medios Digitales	Primavera Por confirmar	Trabajo curso 100%	15/7,5	11
Trabajo de Fin de Máster	Verano Por confirmar	Trabajo de curso 100%	60/30	11