UNIVERSIDAD DE
MURCIA

Título de Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de comunicación.

Bloque 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DENOMINACIÓN

- **Nombre**

Máster Universitario en análisis de tendencias sociales, de consumo y estrategias de comunicación.

Universidad: Universidad de Murcia

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

- Créditos totales: 60
- Número de créditos en Prácticas externas: 0
- Número de créditos optativos: 0
- Número de créditos obligatorios: 48
- Número de créditos de Trabajo Fin de Máster: 12
- Número de créditos de Complementos de formación: 0

1.3. CENTRO EN EL QUE SE IMPARTE

1.3.1. Centro/s en que se imparte: Facultad de Comunicación y Documentación

1.3.2. Datos asociados al centro:

1) Tipos de enseñanza: **presencial**.
2) Plazas de nuevo ingreso ofertadas:
   - Primer año de implantación: 30
   - Segundo año de implantación: 30

	Tiempo completo		**Tiempo Parcial**	
	ECTS matrícula mínima	ECTS matrícula máxima	ECTS matrícula mínima	ECTS matrícula máxima
Primer curso	30	60	18	30
Segundo curso	30	30	18	30

3) Normas de permanencia: Los alumnos tienen una permanencia máxima autorizada de tres cursos académicos (susceptibles de ser ampliados a otro, previa autorización de la Comisión). En todo caso, la permanencia se supedita a lo estipulado por el Reglamento de Progresión y Permanencia de la Universidad de Murcia (http://www.borm.es/borm/documento?obj=anu&id=568856).

4) Lenguas en las que se imparte: Español.

Bloque 2. JUSTIFICACIÓN

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

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

Los estudios de Comunicación comenzaron a impartirse (a nivel de licenciado) en la Universidad de Murcia en el curso académico 2002/2003. Al amparo de lo estipulado por el Real Decreto 56/2005 de 21 de enero, se pusieron en marcha el Máster en Estudios Avanzados en Comunicación (vigente hasta el curso 2009-2010) y el Programa de Doctorado (a extinguir) Técnicas y Métodos Actuales en Información y Documentación, fruto del cual se vienen presentando en los últimos años un interesante número de tesis doctorales. Con la puesta en marcha de los estudios de Grado, procede ahora actualizar la oferta de estudios de Máster (adaptados ya al nuevo entorno normativo) en el campo de la Comunicación, área donde tradicionalmente hemos tenido una amplia demanda; el Máster en Estudios Avanzados en Comunicación lo cursaron una media de 22 estudiantes por año en las tres ediciones que tuvo:

- 2007/2008: 18 alumnos de nuevo ingreso.
- 2008/2009: 24 alumnos de nuevo ingreso (26 con repetidores).
- 2009/2010: 24 alumnos de nuevo ingreso (32 con repetidores).

Creemos que este curso puede dar respuesta y formar científica y metodológicamente, de forma especializada. Desde el curso 2010/2011, nuestra Facultad ha ofrecido el Máster en Gestión de Información en las Organizaciones, propuesta formativa que, si bien posee un marcado carácter interdisciplinar y transversal (siendo por tanto de interés para estudiantes de Comunicación), ha resultado de mayor interés para estudiantes del Grado en Información y Documentación (en las dos últimas ediciones claramente mayoritarios).

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

Esta propuesta de Máster Oficial pretende capacitar y preparar a los futuros egresados en una creciente especialización en el análisis del entorno social y de consumo y su aplicación a la innovación en el campo de la comunicación comercial, que sirva de base para que las organizaciones, conociendo su medioambiente, establezcan relaciones mutuamente satisfactorias con sus públicos y que éstos, a su vez, puedan sentirse satisfechos con las acciones de la organización.

La propuesta de este estudio parte de la puesta en marcha de un estudio mundial de tendencias para IPSOS Consulting (subsede Brasil), en la que una parte de los profesores que impartirán clase en este máster participan. El estudio se encuentra en su quinta onda de resultados (que se presentan cada dos años). Por lo tanto, partimos de un estudio que lleva 10 años elaborándose y tiene una altísima demanda de grandes empresas de todos los sectores, entre otras Globo Media, Procter & Gamble, Petrobrás, Loreal, Telefónica, Banco Santander, etc.

Creemos que el hecho de que este estudio aún no se realice en España, abre la puerta a un máster académico donde se enseñe la metodología de análisis que ha demostrado que tiene demanda empresarial en países como Brasil y Francia (sede central de IPSOS Consulting).

Asimismo, para adecuar los contenidos impartidos a la posible demanda empresarial, se ha consultado a entidades del ámbito profesional, como son el *Corporate Excellence - Centre for Reputation Leadership* (Madrid), la Asociación de Empresas de Comunicación y Relaciones Públicas (ADECEC), la Asociación de Directivos de la Comunicación (DirCom) y el Colegio profesional de Publicitarios y Relaciones Públicas de Cataluña.

De igual manera en el contexto académico nacional, para adecuar la estructura de la propuesta formativa, se ha consultado a la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AEIC), y la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP).

De igual manera, para adecuar la enseñanza a un contexto internacional, en el que creemos que se podría inscribir el máster, se han consultado el esquema de la rueda de la enseñanza de la IPRA (International Public Relations Association), las recomendaciones del Comité de Enseñanza de la ICA (International Communication Association), la EUPRERA (European Public Relations Education and Research Association) y el “The Professional Bond”, informe elaborado por la Commision on Public Relations Education de la Public Relations Association of America (PRSA).

Añadir que en este momento existen tres títulos propios, de clara vocación profesional, que contienen parte de los contenidos de nuestra propuesta, a saber:

- Postgrado en Comunicación de Moda y Tendencias, Universidad Internacional de Cataluña.
- Máster en Nuevas Tendencias de la Comunicación Publicitaria, Universidad Europea de Madrid.
- Coolhunting. Investigación Cualitativa de Tendencias. Universitat Ramón llul

También la Universidad Jaime I de Castellón tiene un Máster en Nuevas

Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, con cuatro especialidades, tres de carácter profesional y una de investigación ("Dirección Estratégica de la Comunicación", "Creación y Producción Audiovisual", "Periodismo Digital y Multimedia" e "Iniciación a la Investigación", aunque es el que menos se aproxima por contenidos a nuestra propuesta.

La existencia de estos *másteres* refuerza nuestra idea de la necesidad de un máster en análisis de tendencias sociales, de consumo y estrategias de comunicación; de tipo académico, preocupado por aplicar de forma rigurosa metodologías científicas de análisis al ámbito profesional, buscando al mismo tiempo la iniciación a la investigación y el beneficio para las empresas (en la forma de profesionales altamente cualificados).

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

Atendiendo a la especial tipología empresarial de nuestra Comunidad Autónoma en particular, y de España en general, con una presencia mayoritaria de PYMES y Cooperativas (en Murcia, de tipo agrícola y exportador) dentro del tejido empresarial, se contempla la enseñanza específicamente dirigida a preparar a profesionales de esos segmentos, con especial incidencia en el uso y aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Asimismo la vocación exportadora de las empresas regionales se puede ver favorecida si cuentan con herramientas de análisis que les permitan detectar e identificar las tendencias sociales y de consumo de forma anticipada, lo que les permitirá adecuar sus estrategias a un entorno cada vez más cambiante.

De igual manera, la especial configuración de la Universidad de Murcia, dentro de un entorno con fuerte presencia empresarial y económica del Turismo y el Ocio lleva a la consideración de incluir materias relacionadas con la imagen turística y el ocio, aspectos muy interesantes dentro de este sector productivo.

El sector servicios es el más fuerte en la ciudad de Murcia, por lo que procuraremos contar con, al menos, dos especialistas en la promoción del comercio minorista y el de los grandes almacenes.

Finalmente, la creciente inserción de Murcia en los circuitos culturales, no solo de ámbito nacional sino también internacional (bienales de arte, festivales, etc.), ha provocado un esperanzador desarrollo de Industrias Culturales de todo tipo, por lo que la gestión y comunicación cultural también tiene reflejo en la estructura curricular que deberán realizar los alumnos.

2.1.4. Equivalencias externas con estudios de otros países.

No hemos detectado la existencia de estudios que oferten contenidos similares a los de nuestra propuesta de forma conjunta. Tras una exhaustiva revisión hemos detectado que no existen estudios de postgrado de tipo académico o de investigación en el área del Análisis de Tendencias Sociales y de Consumo. Aún así, en el contexto europeo hallamos experiencias de posgrados sobre la Comunicación en las Organizaciones como son los casos del Master in Public Relations (University of Stirling, http://www.external.stir.ac.uk/), el Master in Corporate et Institutional (Paris 3, http://www.univ-paris3.fr) o el Master in Relazioni Pubbliche d´Impresa (IULM, Milán). Estos ejemplos avalan una tradición europea en la realización de ofertas de posgrados en la temática propuesta en este Máster. De igual manera, la European Communication Research and Education Association (ECREA), asociación académica centrada en el estudio de los medios de comunicación, las telecomunicaciones y la investigación informática, incluidos los enfoques relevantes de las ciencias humanas y sociales y que se esfuerza por promover la calidad de la investigación de la comunicación y de la enseñanza en la educación superior en Europa. Esta asociación, con más de 2.700 socios, fomenta en su sección Organizational Communication la especialización de profesionales para gestionar la comunicación en las organizaciones.

En la elaboración de las propuestas se ha tenido presente las competencias contempladas por el informe "Master´s degrees in business and management" (http://www.qaa.ac.uk/Publications/InformationAndGuidance/Documents/BusinessManagementMásteres.pdf), realizado por The Quality Assurence Agency for Higher Education 2007 (QAA). En este informe, en su apartado 2, se destaca la preparación para el desarrollo de la gestión ('management') de las organizaciones, el desarrollo de habilidades de conocimiento en situaciones complejas o los estudios avanzados de las organizaciones, de su dirección y del contexto de los cambios sociales.

2.1.5. Justificación de la orientación investigadora, académica o profesional del mismo.

La elección de una orientación académica para el máster tiene que ver con su doble vertiente de investigación y aplicabilidad profesional. El análisis de tendencias sociales y de consumo exige de calidad investigadora, al mismo tiempo que de conocimiento del mercado y experiencia profesional. Creemos que el conjunto de competencias y contenidos que el titulado adquiere a lo largo del máster, será igualmente aplicable al análisis de las estrategias de comunicación en el entorno profesional como en la toma de datos e interpretaciones posteriores para el comienzo de una carrera investigadora.

2.1.6. En el caso del máster con orientación profesional o investigadora, se deberá relacionar la propuesta con la situación de la I+ D+ i del sector profesional.

El máster es académico.

2.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS Y EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO

Esta memoria de título se inició a elaborar a propuesta de la Comisión de Calidad de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia que, de común acuerdo con el Equipo Directivo de la Facultad, acordó la puesta en marcha del procedimiento de elaboración de esta memoria de título para completar la oferta académica de los futuros graduados de nuestro centro (en junio del año 2014 se graduarán las primeras promociones de Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual). El primer paso fue elaborar el esquema de la propuesta que fue presentado en una Junta de Facultad. El segundo paso fue informar de la misma a los departamentos responsables de la docencia de las materias solicitando su conformidad y disponibilidad para participar en el desarrollo de las mismas (fundamentalmente son dos: Información y Documentación y Comercialización e Investigación de Mercados). El tercer paso consistió en solicitar la viabilidad para la realización de la propuesta a la Comisión de Planificación de las Enseñanzas de la Universidad de Murcia que, previa revisión de las cargas docentes a asignar a las áreas de conocimiento implicadas por parte del Vicerrectorado de Profesorado y verificación de la justificación y razones que nos llevan a poner en marcha esta propuesta de máster, dio su visto bueno a la elaboración de la memoria en su reunión de septiembre de 2013. Esta memoria de título, se ha aprobado, de forma sucesiva, en la Junta de Facultad de Comunicación y Documentación de 10 de octubre de 2013, Comisión de Planificación de las Enseñanzas de 18 de octubre de 2013 y Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia de ….

Los colectivos internos que se han implicado en la elaboración de esta propuesta son el Equipo Directivo de la Facultad de Comunicación y Documentación, el Departamento de Información y Documentación, la Comisión Académica del Máster en Gestión de Información en las Organizaciones que va a verse afectado por esta propuesta (cambios de profesores y modificación de materias) y ha debido por tanto debatirla. Asimismo, se han realizado consultas de tipo organizativo, legal, estructural y académico a la Coordinación de Posgrado del Vicerrectorado de Estudios de la Universidad de Murcia. La elaboración de esta propuesta se ha basado en el Protocolo de Evaluación para la Verificación de Títulos Universitarios Oficiales y la Guía de Apoyo para la elaboración de la memoria para la Solicitud de Verificación de Títulos Oficiales de la ANECA.

De igual manera, se han consultado las normativas específicas que regulan las Universidades y la ordenación de enseñanzas oficiales. Así, documentos consultados han sido la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades y el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que recoge las directrices, las condiciones y el procedimiento de verificación y acreditación.

De manera externa las consultas con los organismos señalados se han realizado mediante contactos personales, correos electrónicos y reuniones periódicas para pergeñar una propuesta que satisfaga necesidades y capacitaciones empresariales y el necesario rigor académico. De manera específica, se han consultado documentos de trabajo de las organizaciones especializadas en comunicación desde la perspectiva académica y empresarial.

Al ser un título que implica a profesores de varios departamentos y facultades en la Universidad de Murcia, y en otras de España y el extranjero (Francia, Canadá, Portugal y Brasil), se han mantenido diversas reuniones preparatorias y de elaboración de la propuesta, así como conversaciones con responsables y profesorado envuelto. Para ello se ha aprovechado las estancias e intercambios entre estos centros que se han venido realizando de forma habitual durante el último curso académico.

Bloque 3. OBJETIVOS

3.1. COMPETENCIAS BÁSICAS, GENERALES Y ESPECÍFICAS QUE LOS ESTUDIANTES DEBEN ADQUIRIR DURANTE SUS ESTUDIOS, Y QUE SEAN EXIGIBLES PARA OTORGAR EL TÍTULO.

Competencias básicas:

Se garantizan las competencias básicas que se enumeran a continuación establecidas para el título de Máster en el Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre y que figuran en el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), así como las indicadas en los Descriptores de Dublín, en la Estrategia Nacional de Ciencia y Tecnología 2008-2015 (ENCYT) y en el análisis DAFO incluido en el Plan Estratégico de Desarrollo de la Región de Murcia 2007-2013. Estas competencias básicas permiten y garantizan que los estudiantes:

CB1: Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB2: Sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB3: Sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB4: Posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias generales:

CG1: Entender la complejidad de la estructura social actual, sus formas de organización, relación y consumo, y las manifestaciones de identidad individual y colectiva.

CG2 Capacidad de seleccionar las técnicas de análisis adecuadas en función de las necesidades de investigación con criterios científicos.

CG3 Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de trabajos de investigación multidisciplinares con dominio de las técnicas de análisis adecuadas.

CG4 Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.

CG5: Entender la necesidad de la investigación en la toma anticipada de decisiones, herramienta estratégica de la gestión empresarial.

CG6 Poseer las destrezas suficientes para identificar, clasificar y comunicarse de forma eficaz con los diferentes públicos (especializados o no especializados).

CG7 Tener capacidad para la creatividad y la innovación, evolucionando hacia lo desconocido a partir de un sólido conocimiento del proyecto y la estrategia a seguir.

Competencias específicas:

CE1 Entender las diversas y cambiantes relaciones de consumo existentes y su relación con la vida cotidiana de los individuos.

CE2 Aplicar las herramientas de análisis social que más convengan en cada situación para mapear las diferentes manifestaciones socioculturales

CE3: Capacidad para definir y gestionar los proyectos de investigación sobre tendencias sociales y de consumo.

CE4 Aplicar las herramientas de análisis económico y comunicacional que más convengan en cada situación para mapear las diferentes manifestaciones de consumo presentes en nuestra sociedad.

CE5 Aplicar los estudios de tendencias sociales y de consumo a la elaboración de la estrategia de comunicación de las organizaciones.

CE6: Habilidad para detectar oportunidades del mercado y aprendizaje autónomo que permite buscar y profundizar en esas oportunidades.

CE7: Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos culturales de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

CE8: Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.

CE9: Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el Plan de Comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.

CE10: Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.

Bloque 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

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

La Universidad de Murcia habilita una página Web a través de la cual se puede consultar la oferta de enseñanza universitaria de postgrado (http://www.um.es y http://www.um.es/web/vic-estudios/contenido/masteres/titulaciones). En ella constan los perfiles de ingreso, las cuestiones administrativas relacionadas con la matrícula, los objetivos y competencias vinculadas a cada título, así como sobre las becas y ayudas a las que pueden acceder los estudiantes de cara a la realización de sus estudios de postgrado.

Con respecto a los canales de difusión orientados a los potenciales estudiantes, aparte de los ya citados y en relación con la matrícula, la Universidad de Murcia publicita en su Web, así como en la prensa (radio, televisión, periódicos), la apertura de la matrícula en sus estudios, existiendo todo tipo de información en la Web, en un
cuaderno informativo elaborado a tal efecto y en un disco CD que se le entrega a cada persona que adquiere el sobre de matrícula. Además, la Universidad de Murcia ofrece la posibilidad de efectuar fraccionados los pagos de la matrícula.

De manera específica esta propuesta de título de máster generará una página web que contenga toda la información de inscripción, matriculación, fechas de realización, estructura de la enseñanza, curriculum vitae del profesorado, contenido de las diferentes materias, información sobre movilidad, información sobre becas e información sobre la Universidad y la Facultad de Comunicación y Documentación (toda esta información estará en la sección de estudios de Máster de este centro dentro de su web: http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/masteres).

De igual manera, el Coordinador del Máster habilitará un horario específico de atención a los alumnos de nuevo ingreso al Máster para realizar todas las consultas pertinentes que faciliten su incorporación.

4.2. CRITERIOS DE ACCESO Y ADMISIÓN Y PRUEBAS DE ACCESO ESPECIALES (EN SU CASO).

Para acceder a la enseñanza será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Estado Europeo de Educación Superior a nivel de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual y Periodismo. Asimismo, tendrán acceso preferente a estos estudios los Licenciados en

Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual y Periodismo así como los antiguos Licenciados en Ciencias de la Información (en cualquiera de sus especialidades). Igualmente, podrán acceder a este Máster los egresados en grados o licenciaturas de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas y en Humanidades.

De igual manera, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior, sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de Murcia de que aquellos acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso a esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de máster. Estos titulados deberán poseer un dominio suficiente del idioma Español, hablado y escrito.

La admisión se realizara por la Comisión Académica del Máster (formada por todos los profesores con grado de Doctor que formen parte del claustro de profesores del máster). Los criterios de prelación en la selección de los aspirantes serán: (1) que su formación académica previa tenga que ver con las Ciencias de la Información o con Ciencias de la Comunicación; (2) aquellos cuya formación académica previa tenga que ver con la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas o con la rama de Humanidades y que hayan desarrollado parte de su actividad académica o profesional en el campo de las Ciencias de la Información o con Ciencias de la Comunicación; (3) aquellos egresados de esas ramas que no hayan realizado actividades vinculadas con nuestras materias. En todo caso, se les exigirá la presentación de un breve curriculum vitae.

Junto con el orden de prelación, los criterios de admisión se concretan en:

• Expediente académico (70 %).

• Currículum Vitae (publicaciones, actividades profesionales relacionadas con la comunicación, participación en cursos, simposio y seminarios relacionados con la comunicación) (20 %).

• Entrevista personal (se intentará percibir el grado de interés proactivo del estudiante hacia la temática del máster en particular y ponderar positivamente si su TFG pudiera encuadrarse en una línea afín a las materias del máster o si hubiera desarrollado alguna actividad profesional en este campo) (10 %).

Estos criterios de admisión tendrán en cuenta el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

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

Además de lo referido en el apartado 4.2, la Universidad de Murcia cuenta con variados instrumentos al servicio del apoyo y orientación del estudiante en los ámbitos académico, personal, ciudadano y deportivo. Así, además de los servicios centrales de la Universidad de Murcia dedicados a tal fin, los estudiantes de la Universidad de Murcia cuentan con el apoyo del máximo órgano de representación estudiantil, el Consejo de Estudiantes (http://www.um.es/ceum/), así como con la asistencia que, en su caso, les ofrece el Defensor del Universitario (http://www.um.es/estructura/servicios/defensor/). Entre los referidos servicios universitarios merecen especial mención los que se prestan desde la unidad de apoyo a los estudiantes con discapacidad y de atención a la diversidad (http://www.um.es/adyv/diversidad/salud/index.php) a través de la cual, coordinando los esfuerzos del profesorado, el personal de administración y servicios y el alumnado que se implica en tareas de voluntariado universitario, se intenta dar soporte a los estudiantes con discapacidades físicas y/o sensoriales que lo soliciten para garantizar la igualdad de condiciones con el resto de estudiantes y su integración en la Universidad de Murcia en todos los aspectos que afectan a la vida académica.

La comunidad universitaria cuenta con un entorno virtual, SUMA 2, que se ha revelado como una potente herramienta de apoyo al estudiante y que está estructurada en cuatro entornos: (1) Suma Administrativa, (2) Suma Extracurricular, (3) Suma Docente y (4) Suma Comercial.

Este entorno virtual está conectado con una red de terminales del PCI (programa del carné inteligente, ahora denominado "Tarjeta Universitaria Inteligente") que le da acceso a una serie de servicios y de ventajas adicionales dentro de la comunidad universitaria y establecimientos asociados (http://www.um.es/atica/tui/). La Universidad de Murcia ha desarrollado una amplia serie de servicios y procedimientos dentro del campo de la e-administración, destacando el proyecto TOUM de tablón de anuncios electrónico, donde se publican novedades de interés para el estudiante y para toda la comunidad universitaria en general (https://sede.um.es/sede/tablon/inicio.seam).

Para los alumnos que ingresen en el Máster se contempla una serie de iniciativas específicas de inserción y explicación del funcionamiento:

- asignación de un tutor académico que realice funciones de asesoramiento en la estructura organizativa de la Universidad de Murcia y la Facultad de Comunicación y Documentación. Además será la persona a la que acuda el alumno cuando posea dudas sobre cualesquiera otras actividades del departamento de Información y Documentación, de la Universidad de Murcia y la Facultad de Comunicación y Documentación.
- sesión informativa realizada por el Coordinador del Máster sobre las normas de funcionamiento, la estructura curricular, las modalidades de atención del profesorado y del Coordinador (tutorías, asistencia educativa, asesoramiento docente) y sistemas de control de calidad de las asignaturas y módulos.
- sesión presencial e informativa del uso de las instalaciones (laboratorios o salas de ordenadores), servicio de biblioteca y servicio administrativo.
- servicio de buzón de sugerencias en línea en la página web del título

Hay que destacar también que la Universidad de Murcia aprobó el 6 de julio de 2009 una Propuesta de colaboración entre el Centro de Orientación e Información de Empleo (COIE) y el Servicio de Asesoramiento y Orientación Personal (SAOP) y las Facultades y Escuelas de esta Universidad, para la programación y desarrollo de actividades dentro de los procesos clave del SGIC (Orientación a Estudiantes (PC05) y Orientación Profesional (PC10)), en cuyo marco se inscriben las acciones de la Facultad de Comunicación y Documentación. Estos servicios de orientación y empleo cuentan con una dilatada experiencia en la organización y puesta en marcha de actuaciones de orientación para universitarios. La orientación se entiende como un proceso en el que se debe definir poco a poco el objetivo profesional, planificando los pasos necesarios para lograr dicho objetivo. Al amparo de este acuerdo se desarrollan de forma habitual actuaciones dirigidas a los estudiantes que están próximos a su incorporación al mundo laboral entre las que destacan los talleres prácticos impartidos por el COIE orientados a la formación en competencias y a la información sobre las herramientas básicas para enfrentarse a la búsqueda de empleo. Además se organizan mesas redondas con empleadores, tanto públicos como privados, para que los estudiantes

conozcan qué características profesionales demanda el mercado y puedan así orientar de forma más eficiente su formación y búsqueda de empleo.

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

El sistema de transferencia y reconocimiento de créditos propuesto por la Universidad de Murcia queda explicitado en el *Reglamento sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en las Enseñanzas de Grado y Máster conducentes a la obtención de los correspondientes títulos oficiales* de esta universidad (https://sede.um.es/sede/normativa/reglamento-sobre-reconocimiento-y-transferencia-de-creditos-en-las-ensenanzas-de-grado-y-master-conducentes-a/pdf/120.pdf), que en su artículo 6.4 indica:

a) Los créditos superados por el estudiante en enseñanzas oficiales universitarias del mismo nivel (Grado, Máster, Doctorado) que no sean constitutivos de reconocimiento para la obtención del título oficial o que no hayan conducido a la obtención de otro título, deberán consignarse, a solicitud del interesado, en el expediente del estudiante. En el impreso normalizado previsto en el artículo 4.2 de este Reglamento, se habilitará un apartado en el que haga constar su voluntad al respecto.

b) La transferencia se realizará consignando el literal, el número de créditos y la calificación original de las materias cursadas que aporte el estudiante. En ningún caso computarán para el cálculo de la nota media del expediente.

El artículo 8 de ese mismo reglamento está dedicado al reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Máster:

a) A criterio de las Comisiones Académicas de los Másteres, se podrán reconocer créditos de las enseñanzas oficiales realizadas en ésta u otras universidades, siempre que guarden relación con el título de Máster en el que se desean reconocer los créditos.

b) Asimismo los estudiantes que hayan cursado estudios parciales de doctorado en el marco de lo dispuesto en el Real Decreto 778/1998 o normas anteriores podrán solicitar el reconocimiento de los créditos correspondientes a cursos y trabajos de iniciación a la investigación previamente realizados.

c) El reconocimiento se solicitará a la Comisión Académica del Máster que, a la vista de la documentación aportada, elevará propuesta de resolución a la Junta de centro.

d) En las normas e instrucciones de admisión y matrícula se establecerán el procedimiento y la documentación a aportar para la solicitud del reconocimiento de créditos.

Con el fin de evitar diferencias entre másteres se dictan las siguientes reglas:

a) Reconocimiento de créditos procedentes de otros másteres. Se podrán reconocer en un máster créditos superados en otros másteres, a juicio de la Comisión Académica del mismo, siempre que guarden relación con las asignaturas del máster y provengan de un título del mismo nivel en el contexto nacional o internacional.

b) Reconocimiento de créditos procedentes de Programas de Doctorado regulados por normas anteriores al RD- 1393/2007. Como en el caso anterior, se podrán reconocer en un máster créditos superados en otros másteres, a juicio de la Comisión Académica del mismo, que podrá ser la totalidad de los créditos, salvo el TFM, cuando el máster provenga del mismo Programa de Doctorado.

c) Reconocimiento de créditos por experiencia profesional, laboral o de enseñanzas no oficiales. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de los créditos que constituyen el plan de estudios.

d) No obstante lo anterior, los créditos procedentes de títulos propios de la Universidad de Murcia podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el apartado anterior o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el correspondiente título haya sido extinguido y sustituido por un título oficial y así se haga constar expresamente en la memoria de verificación del nuevo plan de estudios.

e) Reconocimiento de créditos superados en Licenciaturas, Arquitecturas o Ingenierías. En este caso se podrá reconocer hasta el 20% de créditos, siempre que concurran todas las siguientes condiciones:

- Cuando la licenciatura o la ingeniería correspondiente figure como titulación de acceso al máster.

- Los créditos solicitados para reconocimiento tendrán que formar parte necesariamente del segundo ciclo de estas titulaciones.

- Los créditos reconocidos tendrán que guardar relación con las materias del máster.

En todo caso, el Trabajo Fin de Máster (TFM) nunca podrá ser objeto de reconocimiento, al estar orientado a la evaluación de las competencias asociadas al título correspondiente de la Universidad de Murcia.

4.5. DESCRIPCIÓN DE LOS COMPLEMENTOS FORMATIVOS NECESARIOS, EN SU CASO, PARA LA ADMISIÓN AL MÁSTER.

No se tiene previsto introducir complementos formativos necesarios en esta propuesta de máster universitario.

Bloque 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

5.1.1. Descripción general

Todas las materias del máster son obligatorias. Este máster cuenta con cinco materias obligatorias y un trabajo final. El total de créditos ECTS es 60. La lengua utilizada será el Español (en todas las materias), si bien será recomendable un dominio suficiente de la lengua inglesa para la consulta de bibliografía o la visualización de documentos audiovisuales en algunas materias.

Denominación de la materia/asignatura	Descripción	Tipo	Créd	Cuat
Sociedad de Consumo, Valores Posmodernos y Cibercultura.	Descripción del contexto sociocultural actual, incluyendo la descripción de las diferentes corrientes sociológicas y comunicacionales actuales, con el objetivo de enmarcar teóricamente el máster.	Oblig	12	1
Técnicas de investigación en Tendencias Sociales y de Consumo.	Asignaturas especializadas en la descripción y aplicación de metodologías de investigación útiles para el trabajo de análisis	Oblig	12	1
Medios y Tendencias. El papel de las audiencias.	El objetivo es comprender el nuevo papel de los públicos dentro de los procesos de comunicación y promoción actuales; el cambio de roles y las nuevas lógicas de distribución de los mensajes	Oblig	6	1
La tecnología móvil como creadora, difusora y canalizadora de tendencias.	Repaso a algunas cuestiones relacionadas con la revolución de la tecnología portátil, su relación con el consumo, el arte y los medios de comunicación	Oblig	6	1
Seminarios de aplicación y/o ampliación	Workshops de una o dos sesiones (entre 1 y 1,5 créditos) para ampliar cuestiones de interés, o explicar formas de aplicación ya puestas en marcha, o explicar contenidos especializados (moda, turismo, etc.).	Oblig	12	2
Trabajo Fin de Máster		Oblig	12	2
		Total	**60**	

Total materias obligatorias:
48.0
Prácticas externas
0.0
Trabajo final
12.0

Total Duración (Prácticas Externas + Trabajo Final + Total Materias)
60.0

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

Por el momento no se han previsto acciones de movilidad específicas para los alumnos de este Máster, sin embargo es un aspecto que en un futuro ha de ser necesariamente contemplado, dada la importancia que presenta para los estudiantes y la posibilidad cierta de llevar a cabo esa movilidad gracias a los convenios ya establecidos a nivel de Posgrado (Máster y Doctorado) que tiene suscritos la Facultad de Comunicación y Documentación, y la ya dilatada experiencia en la gestión de estos programas donde los estudiantes de Comunicación han demostrado un alto interés en participar en ellos.

La movilidad de los estudiantes universitarios aporta un valor añadido a su formación que va más allá de la calidad o cualidad de los contenidos específicos cursados respecto de los que podrían haber realizado en la universidad de origen. Este hecho ha quedado constatado en las experiencias ya realizadas en nuestro centro que han resultado del todo satisfactorias (estamos muy por encima en términos absolutos de convenios Erasmus firmados en los títulos de Comunicación a pesar de la reciente implantación de los mismos y de que el número de estudiantes de nuestra facultad es mediano en comparación con otros centros de nuestra Universidad). Toda esta actividad no sería posible sin la apuesta importante que han llevado a cabo las distintas instituciones nacionales y supranacionales de la Comisión Europea de cara a la promoción y apoyo de iniciativas que fomentan dicha movilidad.

En este momento, la Facultad de Comunicación y Documentación dispone de acuerdos de intercambio, vigentes y funcionando a nivel de Posgrado (Máster y Doctorado). Así podemos poner a disposición de nuestros alumnos los convenios Erasmus de Máster establecidos con la Universidade Aberta de Portugal y la Universidade de Porto en Portugal; con la Universidad Libre de Berlín en Alemania, con la Universidad de Atenas en Grecia, con la Universidad de Parma y la Universidad de Roma-La Sapienza en Italia y con la Universidad de Aute Saboie en Francia. Completa esta oferta internacional los convenios bilaterales suscritos con la Universidade de Sao Paulo (USP), la Universidade Estadual Paulista (UNESP) y la Universidade Federal de Paraíba en Brasil; y la Universidad Autónoma Metropolitana de México.

Además, la Facultad, a través de su Comisión de Calidad y en aplicación del procedimiento **PC-06** *de movilidad de los estudiantes* está homogeneizando y ampliando la oferta de movilidad de alumnos y profesorado en postgrado de nuestro centro.

5.1.3. Procedimientos de coordinación docente horizontal y vertical del plan de estudios.

Resulta conveniente que en la memoria de propuesta de título aparezcan los procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza. En la Facultad de Comunicación y Documentación se ha establecido el siguiente mecanismo de coordinación académica:

1. Existe un/a Coordinador/a del Máster dedicado expresamente a la coordinación académica de la titulación. Su responsabilidad principal será la de diseñar el cuadro horario y el calendario de exámenes de la titulación. Entre las tareas de este/a coordinador/a destaca especialmente la de velar por el cumplimiento de los objetivos específicos de las materias a impartir en cada curso y por la verificación de la consecución de las competencias por parte de los estudiantes.
2. En todo momento, la Comisión Académica del Máster tiene la obligación de velar por el adecuado desarrollo de las enseñanzas y de coordinar la actividad docente con los Departamentos implicados en la titulación.
3. Serán funciones del coordinador o coordinadora de máster:
    - Actuar en representación de la Comisión Académica.
    - Informar a los Departamentos y presentar al Centro la planificación del plan de estudios del máster.
    - Presidir la Comisión Académica.
    - Elaborar el informe preceptivo sobre las solicitudes de autorización de matrícula en los casos que se requiera.
    - Hacer llegar a la Facultad de Comunicación y Documentación, dentro de los plazos establecidos, la propuesta de estudiantes admitidos en un título de Máster.
    - Coordinar el desarrollo del título y el seguimiento del mismo.
    - Asistir al Coordinador para la Calidad del Centro en los procesos de evaluación de la calidad del título.
    - Someter a la Comisión Académica del Máster las modificaciones en la oferta docente, estructura o profesorado aprobadas por la Comisión Académica.
    - Comunicar a la Facultad de Comunicación y Documentación las resoluciones de la Comisión Académica sobre el reconocimiento de créditos cursados en otros estudios universitarios oficiales.

- Difundir entre el profesorado del máster cualquier información relativa a la gestión académica del mismo.
- Aquellas otras funciones que le asignen los órganos competentes.

4. Serán funciones de la Comisión Académica del Máster:
   - Asistir al coordinador en las labores de gestión.
   - Aprobar la selección del alumnado.
   - Establecer criterios homogéneos de evaluación y resolver conflictos que pudieran surgir al respecto.
   - Proponer los tribunales que habrán de juzgar los Trabajos de Fin de Máster elaborados en el programa.
   - Aprobar, con anterioridad al inicio del curso académico correspondiente y dentro de los plazos establecidos por la Comisión de Estudios de Máster, las modificaciones en la oferta docente, profesorado o estructura del programa de estudios que se estimen oportunas.
   - Establecer los criterios para la utilización de los recursos económicos para la financiación de los estudios de Máster, según el caso, dentro de las directrices fijadas por la Universidad.
   - Propuesta de resolución a la Junta de Centro de las solicitudes de reconocimiento de créditos cursados en otros estudios universitarios oficiales.
   - Nombrar las subcomisiones que la propia Comisión Académica estime oportunas para el óptimo funcionamiento de la oferta de estudios de máster. Las actividades y propuestas de estas subcomisiones deberán estar sujetas a la aprobación de la Comisión Académica.
   - Analizar, en colaboración con el Coordinador para la Calidad del Centro, los resultados del plan de estudios que indique el sistema de garantía de calidad e informar a la Comisión de Calidad del Centro.
   - Aquéllas otras que les asignen los órganos competentes.
5. Asimismo, la Comisión de Calidad de la Facultad de Comunicación y Documentación asume, en virtud de lo estipulado en el Manual de su Sistema Interno de Garantía de la Calidad (SGIC) (http://www.um.es/f-comunicacion/calidad/), el desarrollo y aplicación de la siguiente serie de procedimientos destinados a velar por la mejora de las enseñanzas de la Facultad:

   Procedimientos Estratégicos:

   PE03 *Diseño de la oferta formativa*

   Procedimientos Clave:

PC01 *Oferta formativa de los Centros de la UMU*

PC02 *Diseño, revisión y mejora de las titulaciones*

PC06 *Desarrollo de la enseñanza*

PC07 *Evaluación del aprendizaje*

PC11 *Análisis de resultados académicos*

La Comisión de Calidad realiza un seguimiento sistemático del desarrollo de cada programa formativo (**PC06** *Planificación y desarrollo de las enseñanzas*) y revisa, bien ella misma o por medio de comisiones de titulación (si se han creado) todo el contenido de cada programa formativo, desde los objetivos hasta el contenido y los resultados conseguidos, utilizando toda la información disponible (**PM01** *Medición, análisis y mejora*). En este seguimiento interno, se pondrá especial atención en comprobar que el plan de estudios se está llevando a cabo de acuerdo con su proyecto inicial, para lo que se tendrá en cuenta la Memoria presentada para la solicitud de verificación de la titulación y los criterios y directrices contenidos en dicho documento.

De forma anual el Coordinador de Calidad del Centro recogerá información procedente de los diferentes procesos del SGIC y la presentará a la Comisión de Calidad para que ésta analice la validez de los planificado y desarrollado en los diferentes programas formativos y proponga las mejoras que considere adecuadas (este proceso ya de por sí supone una actuación de medición, análisis y mejora continua).

5.2. ACTIVIDADES FORMATIVAS

El plan de estudios se estructura en materias. Consideramos la materia como la unidad de estructuración del plan de estudios, que agrupa la descripción de las competencias, resultados de aprendizaje, los contenidos de enseñanza, las asignaturas que forman parte de la materia, la metodología y los sistemas de evaluación. Cada materia puede integrar una o varias asignaturas, todas ellas tienen asociado un plan docente, que es el documento básico de referencia para el estudiante durante un curso académico. En la Universidad de Murcia se han definido, a efectos de planificación, las siguientes tipologías de actividades formativas susceptibles de ser utilizadas en cada una de las materias de este máster, de acuerdo con sus características y especificidades.

- AF1: Exposición teórica / Clase magistral
- AF2: Tutoría ECTS o trabajos dirigidos
- AF3: Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo / Otros
- AF4: Prácticas con ordenadores / Aula informática / Laboratorio de idiomas

Cada tipología de actividades formativas tiene asociada una dimensión de grupo y un determinado tipo de presencialidad. Las leccciones magistrales se imparten al grupo completo de estudiantes, las tutorías ECTS o revisión de trabajos dirigidos se llevarán a cabo en grupos reducidos de estudiantes y el resto de las actividades (AF3) podrán realizarse indistintamente con grupo completo o con grupos reducidos, en función del objetivo concreto de la actividad.

5.3. METODOLOGÍAS DOCENTES

Con carácter general conviene definir los tipos de actividades formativas, su metodología y el tipo de actividades e instrumentos de evaluación. De esta manera, en las fichas de las materias sólo enunciaremos las actividades formativas y de evaluación que se utilizarán, en concreto, para cada una de ellas en función de su especificidad.

MD1: Actividades teóricas.

- **MD1.1: Actividades de clase expositiva**: exposición teórica, clase magistral, proyección..., dirigida al gran grupo, con independencia de que su contenido sea teórico o práctico. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información.
- **MD1.2: Actividades de clase práctica de aula:** actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos.
- **MD1.3: Seminarios**: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

MD2: Actividades prácticas

- **MD2.1: Actividades prácticas de campo**: actividad de los alumnos, dirigida a conocer un espacio o centro de interés que exige desplazamiento y estancia en el mismo.
- **MD2.3: Actividades prácticas con ordenador**: actividades de los alumnos en aulas de informática, realizadas en grupos reducidos o individualmente, dirigidas al uso y conocimiento de TIC, supervisadas por el profesor.

MD3: Tutorías

Dirigir el trabajo de los alumnos cuando están fuera del aula y disponer de un sistema de orientación, tutoría y seguimiento de esas tareas es crucial en el conjunto del proceso.

- **MD3.1: Tutorías en grupo**: sesiones programadas de orientación, revisión o apoyo a los alumnos por parte del profesor, realizadas en pequeños grupos, con independencia de que los contenidos sean teóricos o prácticos.
- **MD3.2: Tutorías individualizadas:** sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

5.4. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

En el marco de una evaluación continua y formativa, el seguimiento del alumno en el desarrollo de las diferentes actividades formativas del máster es una tarea fundamental. Además, algunas actividades específicas que nos ayudan a la verificación del grado de consecución de las competencias por parte de los alumnos son:

- SE1: Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes… realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.
- SE2: Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios… con independencia de que se realicen individual o grupalmente
- SE3: Presentación pública de trabajos: exposición de los resultados obtenidos y procedimientos necesarios para la realización de un trabajo, así como respuestas razonadas a las posibles cuestiones que se plantee sobre el mismo.
- SE4: Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros…

En cada materia se especifica, en función de los resultados de aprendizaje, los instrumentos susceptibles de ser utilizados para el proceso de evaluación. El peso de las diferentes estrategias de evaluación estará en consonancia con el que tengan las actividades formativas y su correlación con las diferentes competencias.

Con carácter general para todas las asignaturas, y de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del Real Decreto 1125/ 2003, los resultados obtenidos por el alumno se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4.9: Suspenso; 5.0-6.9: Aprobado; 7.0-8.9: Notable; 9.0-10: Sobresaliente.

En cuanto al trabajo autónomo del alumno, si las sesiones de clase suponen una parte fundamental de la interacción del alumno con el profesor, el trabajo que los alumnos realizan fuera de clase es, si está bien dirigido, el complemento imprescindible del proceso de enseñanza y aprendizaje. El trabajo autónomo del alumno no es necesariamente sinónimo de trabajo hecho en solitario. Además de la dirección que el profesor aporta para llevar adelante esos trabajos, hay ámbitos de acción para que el alumno colabore con sus compañeros. Entre las diferentes actividades a realizar por los alumnos en el trabajo autónomo podemos distinguir:

- **Trabajos escritos**: elaboración y presentación de informes escritos que realizan los alumnos, individualmente o en pequeños grupos, en respuesta a un problema, proyecto, tareas o interrogantes que propone el profesor y que, en algunos casos, pueden hacerse públicos y debatirse.
- **Búsqueda y selección de información**: consulta de libros, revistas científicas, artículos, prensa y publicaciones divulgativas, publicaciones en Internet, informes sobre experiencias prácticas, etc. y selección de información relevante relacionada con las materias de estudio.
- **Lectura de artículos y documentos:** lectura comprensiva y crítica mediante la realización de un resumen de un mapa conceptual o una breve recensión, incluyendo su valoración desde criterios diversos (interés, compatibilidad con ideas, viabilidad en la práctica, utilizada para la formación…).
- **Participación en Foros de opinión**: participación en un foro, utilizando la aplicación SUMA, dando respuesta a interrogantes propuestos por el profesor u otros alumnos, sobre textos escritos o sobre unas situaciones didácticas problemáticas.
- **Estudio individual**: que el alumno realiza para comprender, reelaborar y retener un conocimiento científico-disciplinar, así como su posible aplicación en el ámbito profesional.

Utilización del entorno virtual SAKAI y otros recursos online para el aprovechamiento de los elementos disponibles en redes digitales que posibilitan el estudio y trabajo de la materia y asignaturas.

5.5. MATERIAS

SOCIEDAD DE CONSUMO, VALORES POSMODERNOS Y CIBERCULTURA	
Carácter:	Obligatoria.
Créditos ECTS:	12
Cuatrimestre:	1º
Resultados de Aprendizaje	
Contenidos Descripción del contexto sociocultural actual, incluyendo la descripción de las diferentes corrientes sociológicas y comunicacionales actuales, con el objetivo de enmarcar teóricamente el máster. **Descriptores de contenidos:** . Los estudios de tendencias en su contexto social . Marcas, consumo y cultura posmoderna . Culturas urbanas visuales . Cultura Digital - Cibercultura	
Observaciones	
Competencias o destrezas que se van a adquirir: • **<u>Básicas:</u>** CB2: Ser capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. CB4: Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. • **<u>Generales</u>** CG1: Entender la complejidad de la estructura social actual, sus formas de organización, relación y consumo, y las manifestaciones de identidad individual y colectiva. CG7: Tener capacidad para la creatividad y la innovación: evolucionando hacia lo desconocido a partir de un sólido conocimiento del proyecto y la estrategia a seguir.	

- **Específicas del título**

CE1: Entender las diversas y cambiantes relaciones de consumo existentes y su relación con la vida cotidiana de los individuos.

CE6: Habilidad para detectar oportunidades del mercado y aprendizaje autónomo que permite buscar y profundizar en esas oportunidades.

CE7 Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos culturales de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

CE8: Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.

Actividades Formativas

- Actividades presenciales: 35% (AF1+AF2+AF3) + 3,34%(SE) = 42 h + 4 h = 46 h
- Actividades no presenciales: 61,66%

Actividad Formativa	Horas	% presencialidad
AF1: Exposición teórica / Clase magistral	**24**	**57,1%**
AF2: Tutoría ECTS o trabajos dirigidos	**6**	**14,3%**
AF3: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos	**12**	**28,6%**

Metodología docente

- MD1.1: Actividades de clase expositiva
- MD1.2: Actividades de clase práctica de aula
- MD2.3: Actividades prácticas con ordenador
- MD3.1: Tutorías en grupo
- MD3.2: Tutorías individualizadas

Sistemas de evaluación

- SE1. Prueba escrita (examen): 50%-60% de ponderación
- SE2. Informes escritos, trabajos y proyectos: 30% -40% de ponderación
- SE3. Presentación pública de trabajos: 5%-10%
- SE4. Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: 5%-10%

Asignaturas

1. **Asignatura 1: Los estudios de tendencias en su contexto social**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatorio
   Lengua en la que se Imparte: Español

2. **Asignatura 2: Marcas, consumo y cultura posmoderna**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatorio
   Lengua en la que se Imparte: Español-Portugués

3. **Asignatura 3: Culturas urbanas visuales**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatorio
   Lengua en la que se Imparte: Portugués-Español

4. **Asignatura 4: Cultura Digital-Cibercultura**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatorio
   Lengua en la que se Imparte: Francés-Español

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TENDENCIAS SOCIALES Y DE CONSUMO	
Carácter:	Obligatoria.
Créditos ECTS:	12
Cuatrimestre:	1º
Resultados de Aprendizaje:	
Contenidos Asignaturas especializadas en la descripción y aplicación de metodologías de investigación útiles para el trabajo de análisis de tendencias, incidiendo todas ellas en la idea de interdisciplinariedad **Descriptores de contenidos:** . Bases documentales para la investigación . Inglés científico avanzado . Metodologías cualitativas de investigación . Metodologías cuantitativas de investigación . Antropología Visual	
Observaciones	
Competencias o destrezas que se van a adquirir: • **Básicas:** CB1: Saber 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. CB3: Saber comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. • **Generales** CG2: Capacidad para aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos. CG3: Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de trabajos de investigación multidisciplinares con dominio de las técnicas análisis adecuadas. • **Específicas del título** CE2: Aplicar las herramientas de análisis social que más convengan en cada situación para mapear las diferentes manifestaciones socioculturales	

CE3. Capacidad para definir y gestionar los proyectos de investigación sobre tendencias sociales y de consumo.

CE4: Aplicar las herramientas de análisis económico y comunicacional que más convengan en cada situación para mapear las diferentes manifestaciones de consumo presentes en nuestra sociedad.

Actividades Formativas

- Actividades presenciales: 35% (AF1+AF2+AF3+AF4) + 3,34%(SE) = 42 h + 4 h = 46 h
- Actividades no presenciales: 61,66%

Actividad Formativa	Horas	% presencialidad
AF1: Exposición teórica / Clase magistral	**21**	**50 %**
AF2: Tutoría ECTS o trabajos dirigidos	**6**	**14,3 %**
AF3: Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo	**9**	**21,4 %**
AF4: Prácticas con ordenadores / Aula informática / Laboratorio de idiomas	**6**	**14,3 %**

Metodología docente

- **MD1.1: Actividades de clase expositiva**
- **MD1.2: Actividades de clase práctica de aula**
- **MD1.3: Seminarios**
- **MD2.1: Actividades prácticas de laboratorio**
- **MD2.3: Actividades prácticas con ordenador**
- **MD3.1: Tutorías en grupo**
- **MD3.2: Tutorías individualizadas**

Sistemas de evaluación

- SE1. Prueba escrita (examen): 50%-60% de ponderación
- SE2. Informes escritos, trabajos y proyectos: 30% -40% de ponderación
- SE3. Presentación pública de trabajos: 5%-10%
- SE4. Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: 5%-10%

Asignaturas

1. **Asignatura 1: Bases documentales para la investigación**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatoria
   Lengua en la que se Imparte: Español

2. **Asignatura 2: Inglés científico avanzado**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatoria
   Lengua en la que se Imparte: Inglés-Español

3. **Asignatura 3: Metodologías cualitativas de investigación / Antropología Visual**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatoria
   Lengua en la que se Imparte: Español-Portugués

4. **Asignatura 4: Metodologías cuantitativas de investigación**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatoria
   Lengua en la que se Imparte: Español

MEDIOS Y TENDENCIAS. EL PAPEL DE LAS AUDIENCIAS	
Carácter:	Obligatoria.
Créditos ECTS:	6
Cuatrimestre:	1º
Resultados de Aprendizaje:	
Contenidos **El objetivo es comprender el nuevo papel de los públicos dentro de los procesos de comunicación y promoción actuales; el cambio de roles y las nuevas lógicas de distribución de los mensajes** **Descriptores de contenidos** **. Investigación del público-consumidor** **. La producción de contenidos en los medios de comunicación** **. Grupos de comunicación y lógicas de distribución.**	

Competencias o destrezas que se van a adquirir:

- **Básicas:**

CB1: Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB4: Posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

- **Generales**

CG1: Entender la complejidad de la estructura social actual, sus formas de organización, relación y consumo, y las manifestaciones de identidad individual y colectiva.
CG4: Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
CG6: Poseer las destrezas suficientes para identificar, clasificar y comunicarse de forma eficaz con los diferentes tipos de público (especializado o no especializado).

- **Específicas del título**

CE1: Entender las diversas y cambiantes relaciones de consumo existentes y su relación con la vida cotidiana de los individuos.
CE3. Capacidad para definir y gestionar los proyectos de investigación sobre tendencias sociales y de consumo.
CE5. Aplicar los estudios de tendencias sociales y de consumo a la elaboración de la estrategia de comunicación de las organizaciones.

Actividades Formativas

- Actividades presenciales: 35% (AF1+AF2+AF3) + 3,34%(SE) = 21 h + 4 h = 25 h
- Actividades no presenciales: 61,66%

Actividad Formativa	Horas	% presencialidad
AF1: Exposición teórica / Clase magistral	**12**	**57,1%**
AF2: Tutoría ECTS o trabajos dirigidos	**3**	**14,3%**
AF3: Seminarios / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos /	**6**	**28,6%**

Metodología docente

- **MD1.1: Actividades de clase expositiva**

- **MD1.2: Actividades de clase práctica de aula**
- **MD1.3: Seminarios**
- **MD3.1: Tutorías en grupo**
- **MD3.2: Tutorías individualizadas**

Sistemas de evaluación

- SE1. Prueba escrita (examen): 50%-60% de ponderación
- SE2. Informes escritos, trabajos y proyectos: 30% -40% de ponderación
- SE3. Presentación pública de trabajos: 5%-10%
- SE4. Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: 5%-10%

Asignaturas

1. **Asignatura 1: Investigación del público objetivo-consumidor**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: obligatoria
   Lengua en la que se Imparte: Portugués-Español

2. **Asignatura 2: Grupos de comunicación, producción de contenidos y lógicas de distribución**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: obligatoria
   Lengua en la que se Imparte: Español

LA TECNOLOGÍA MÓVIL COMO CREADORA, DIFUSORA Y CANALIZADORA DE TENDENCIAS	
Carácter:	Obligatoria.
Créditos ECTS:	6
Cuatrimestre:	1º
Resultados de Aprendizaje:	
Contenidos **Repaso a algunas cuestiones relacionadas con la revolución de la tecnología portátil, su relación con el consumo, el arte y los medios de comunicación** **Descriptores de contenido** **. Nuevas formas de comercio electrónico** **. Explorando el arte digital** **. Crowdsourcing y Grounsdwell: relaciones corporativas en la red**	
Competencias o destrezas que se van a adquirir: • **<u>Básicas:</u>** CB1: Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. CB4: Posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. • **<u>Generales</u>** CG1: Entender la complejidad de la estructura social actual, sus formas de organización, relación y consumo, y las manifestaciones de identidad individual y colectiva. CG4: Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos. CG6: Poseer las destrezas suficientes para identificar, clasificar y comunicarse de forma eficaz con los diferentes tipos de público (especializado o no especializado).	

- **Específicas del título**

CE1: Entender las diversas y cambiantes relaciones de consumo existentes y su relación con la vida cotidiana de los individuos.

CE8: Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.

CE9: Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el Plan de Comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.

CE10- Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.

Actividades Formativas

- Actividades presenciales: 35% (AF1+AF2+AF3) + 3,34%(SE) = 21 h + 4 h = 25 h
- Actividades no presenciales: 61,66%

Actividad Formativa	Horas	% presencialidad
AF1: Exposición teórica / Clase magistral	**12**	**57,1%**
AF2: Tutoría ECTS o trabajos dirigidos	**3**	**14,3%**
AF3: Seminarios / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos /	**6**	**28,6%**

Metodología docente

- **MD1.1: Actividades de clase expositiva**
- **MD1.2: Actividades de clase práctica de aula**
- **MD1.3: Seminarios**
- **MD3.1: Tutorías en grupo**
- **MD3.2: Tutorías individualizadas**

Sistemas de evaluación

- SE1. Prueba escrita (examen): 50%-60% de ponderación
- SE2. Informes escritos, trabajos y proyectos: 30% -40% de ponderación
- SE3. Presentación pública de trabajos: 5%-10%
- SE4. Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: 5%-10%

Asignaturas

1. **Asignatura 1: Nuevas formas de comercio y relaciones corporativas en la red: Crowdsourcing y Grounsdwell**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatorio
   Lengua en la que se Imparte: Español

2. **Asignatura 1: Explorando el arte digital**
   Cuatrimestre: 1º Créditos ECTS: 3 Carácter: Obligatorio
   Lengua en la que se Imparte: Francés-Español

SEMINARIOS DE AMPLIACIÓN Y APLICACIÓN	
Carácter:	Obligatoria.
Créditos ECTS:	12
Cuatrimestre:	1º y 2º (Anual)
Resultados de Aprendizaje:	

Contenidos

La idea de esta materia es ofrecer la oportunidad a los alumnos de conocer de primera mano como es el trabajo profesional de investigación en tendencias y/o como se aplican esos resultados de investigación en diversos ámbitos productivos y organizacionales.

Estamos trabajando en la firma de convenios de colaboración con organizaciones de los ámbitos de actuación y universidades de interés para nuestro máster que nos permitan organizar seminarios especializados de entre 0,5 y 1 crédito.

En todo caso, dentro de la programación anual del máster para esta materia, se llevarán a cabo seminarios específicos sobre análisis de tendencia de consumo e igualdad y análisis de tendencia de consumo y estudios de género. Igualmente se abordarán seminarios dedicados a los principios de oportunidad y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y con los valores propios de una Cultura de la Paz y de respeto a los valores democráticos en la sociedad actual.

Competencias o destrezas que se van a adquirir:

- **Básicas:**

CB4: Posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

- **Generales**

CG3- Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de trabajos de investigación multidisciplinares con dominio de las técnicas de análisis adecuadas.

CG5: Entender la necesidad de la investigación en la toma anticipada de decisiones, herramienta estratégica de la gestión empresarial.

- **Específicas del título**

CE3. Capacidad para definir y gestionar los proyectos de investigación sobre tendencias sociales y de consumo.

CE5: Aplicar los estudios de tendencias sociales y de consumo a la elaboración de la estrategia de comunicación de las organizaciones.

CE7: Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos culturales de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

CE8: Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.

CE9: Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el Plan de Comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.

CE10: Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.

Actividades Formativas

- Actividades presenciales: 35% (AF1+AF2+AF3) + 3,34%(SE) = 21 h + 4 h = 25 h
- Actividades no presenciales: 61,66%

Actividad Formativa	Horas	% presencialidad
AF1: Exposición teórica / Clase magistral	**24**	**57,1%**
AF2: Tutoría ECTS o trabajos dirigidos	**6**	**14,3%**
AF3: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos	**12**	**28,6%**

Metodología docente

- **MD1.1: Actividades de clase expositiva**
- **MD1.2: Actividades de clase práctica de aula**
- **MD1.3: Seminarios**
- **MD2.1: Actividades prácticas de laboratorio**
- **MD2.2: Actividades prácticas de campo**

• **MD2.3: Actividades prácticas con ordenador** • **MD2.3. Actividades prácticas artísticas**
Sistemas de evaluación • SE1. Prueba escrita (examen): 50%-60% de ponderación • SE2. Informes escritos, trabajos y proyectos: 30% -40% de ponderación • SE3. Presentación pública de trabajos: 5%-10% • SE4. Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: 5%-10%
Asignaturas

TRABAJO FINAL DE MÁSTER	
Carácter:	Obligatoria.
Créditos ECTS:	12
Cuatrimestre:	2º
Resultados de Aprendizaje:	
Contenidos **Desarrollo completo de un proyecto de análisis de tendencias sociales y/o de consumo, desde su planificación hasta el análisis final de los resultados.**	

Competencias o destrezas que se van a adquirir:

- **Básicas:**

CB1: Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB2: Sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB3: Sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB4: Posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

- **Generales**

CG1: Entender la complejidad de la estructura social actual, sus formas de organización, relación y consumo, y las manifestaciones de identidad individual y colectiva.

CG2: Capacidad de seleccionar las técnicas de análisis adecuadas en función de las necesidades de investigación con criterios específicos.

CG3: Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de trabajos de investigación multidisciplinares con dominio de las técnicas de análisis adecuadas.

CG5: Entender la necesidad de la investigación en la toma anticipada de decisiones, herramienta estratégica de la gestión empresarial.

CG7: Tener capacidad para la creatividad y la innovación: evolucionando hacia lo desconocido a partir de un sólido conocimiento del proyecto y la estrategia a seguir.

- **Específicas del título**

CE1: Entender las diversas y cambiantes relaciones de consumo existentes y su relación con la vida cotidiana de los individuos.

CE2: Aplicar las herramientas de análisis social que más convengan en cada situación para mapear las diferentes manifestaciones socioculturales

CE3: Capacidad para definir y gestionar los proyectos de investigación sobre tendencias sociales y de consumo.

CE4: Aplicar las herramientas de análisis económico y comunicacional que más convengan en cada situación para mapear las diferentes manifestaciones de consumo presentes en nuestra sociedad.

CE5: Aplicar los estudios de tendencias sociales y de consumo a la elaboración de la estrategia de comunicación de las organizaciones.

CE6: Habilidad para detectar oportunidades del mercado y aprendizaje autónomo que permite buscar y profundizar en esas oportunidades.

CE8: Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.

CE10: Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales

Actividades Formativas

- Actividades presenciales: 10% (AF2+AF3) + 3,34%(SE) = 14 h
- Actividades no presenciales: 86,66 %

Actividad Formativa	Horas	% presencialidad
AF2: Tutoría ECTS o trabajos dirigidos	**6**	**50%**
AF3: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos	**6**	**50%**

Metodología docente

- **MD1.3: Seminarios**
- **MD3.2: Tutorías individualizadas**

Sistemas de evaluación • SE2. Informes escritos, trabajos y proyectos: 60% - 70% de ponderación • SE3. Presentación pública de trabajos: 20% - 30% • SE4. Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: 5%-10%
Asignaturas

Bloque 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1. PROFESORADO

Los profesores del departamento de Información y Documentación, mayoritario en este Máster, verán reflejado en su POD la dedicación en créditos ECTS, del mismo modo se procederá con el resto de departamentos de la Universidad de Murcia.; procurando, como norma general, no generar necesidades de profesorado extras.

El profesorado de otras universidades españolas trabajará durante periodos cortos (el máximo de créditos por asignatura son 3) por lo que el coste será asumible por el Máster.

En cuanto a los profesores extranjeros invitados, asumirán los costes del viaje, utilizando fondos Erasmus, ILA, o cualquier otra fuente de financiación puesta a su disposición por parte de sus universidades de origen. El máster se hará cargo de los gastos de manutención y alojamiento. Todos estos profesores poseen el suficiente nivel de conocimiento del idioma Español para poder impartir sus clases adecuadamente.

En el momento de elaboración de nuestra propuesta (octubre de 2013) contamos con el Currículum Vitae de 26 profesores universitarios (todos ellos doctores) y 10 profesionales de prestigio que impartirán clase en la materia de seminarios.

- Porcentaje del total del profesorado que son doctores

  72,22% del total del profesorado del máster

  100% del profesorado universitario

- Categorías académicas del profesorado disponible

  3 catedráticos (1 francés)

  16 titulares (2 brasileños, 1 portugués, 1 canadiense)

  7 contratados doctores (2 portugueses)

Los 10 profesionales que impartirán la materia de seminarios tienen título de licenciados o suficiencia investigadora/máster de iniciación a la investigación

❖ Número total de personal académico a tiempo completo y su porcentaje de dedicación al título. (horas impartidas)

Créditos y profesorado por departamento de la Universidad de Murcia:

Departamento de Información y Documentación (25 créditos) 11 profesores

- Área de Biblioteconomía y Documentación: 2 créditos, 1 profesor
- Área de Comunicación Audiovisual: 6 créditos, 3 profesores
- Área de Periodismo: 6 créditos, 3 profesores
- Área de Publicidad y Relaciones Públicas: 10 créditos, 4 profesores

Departamento de Filología Inglesa (2 créditos) 1 profesor

Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados (4 créditos) 2 profesores.

Además hay que contemplar la carga docente, en dedicación y créditos que supondría la tutela de los Trabajos Fin de Máster (30 alumnos máximo, 12 créditos cada trabajo); entendiendo que la mayoría del peso recaería sobre los profesores a tiempo completo de la Universidad de Murcia (en este caso existe la posibilidad de vincular a otros profesores que no hayan impartido docencia en el Máster).

❖ Número total de personal académico a tiempo parcial y horas/semanas de dedicación al título.

Todos los profesores de la Universidad de Murcia (14) que impartirán clase son profesores a tiempo completo, el resto son profesores invitados provenientes de otras universidades españolas, extranjeras o profesionales en activo; En su caso impartirán 0,5, 1 ó 2 créditos máximo, con una dedicación entre 5 y 20 horas aproximadamente.

❖ Experiencia docente.

El 100% del profesorado universitario del máster tiene más de 10 años de experiencia docente en el ámbito de las Ciencias Sociales; y el 30% más de 20 años de docencia.

(12, 15, 12, 13, 18, 15, 12, 15, 14, 22, 40, 25, 15, 11, 28, 18, 21, 16, 15, 20, 10, 23, 12, 12, 21, 12) Años de experiencia.

❖ Experiencia investigadora

El 84% del profesorado universitario, español, envuelto en el máster tiene 1 o más sexenios investigadores. Y el 97% ha participado en proyectos de investigación subvencionados en convocatoria competitiva.

(1, 1, 1, 0, x, x, 1, 1, x, 4x, 3, 2, 1, 1, 1, 1, 2, 0, 1, 2, x, 2, 1, 0, x, x) Sexenios de investigación reconocidos excluyendo a los profesores extranjeros, que no participan de nuestro sistema.

❖ Experiencia profesional diferente a la académica o investigadora

Una parte del profesorado universitario ha realizado labores de consultoría externa para empresas o instituciones, pero creemos que lo verdaderamente interesante de este apartado es destacar la presencia de 10 profesionales destacados de los ámbitos relacionados con la temática del máster; al ser nuestro máster académico creemos que contrapone y complementa la perspectiva académico-investigadora muy bien, situándose, gracias a esta mezcla de profesorado, como un auténtico máster mixto, que relaciona la investigación universitaria con la aplicación al mercado.

Estamos en conversaciones con diferentes empresas e instituciones para involucrarlas en el desarrollo de nuestro proyecto, hasta ahora ya hay varias que han expresado de formar parte del mismo. Así, ***El Corte Inglés***, se ha comprometido a colaborar con un workshop-seminario impartido por su jefa de comunicación de moda; ***Médicos sin Fronteras***, participará con otro seminario impartido por su directora de comunicación para Europa; ***Perfumes & Diseño*** enviará a su director creativo para hablar de eventos y presentaciones de producto; ***BlackboxInnova*** colaborará con un seminario sobre Innovación en gestión de proyectos culturales; ***La calle es tuya*** se hará cargo del seminario sobre nuevas tendencias publicitarias; ***Gestur*** y ***TurEspaña*** hablarán sobre marca turística. Y ampliaremos la lista hasta un total de 10 empresas o instituciones, representantes destacados de los sectores objeto de nuestro interés, nuestra intención es que los ponentes-profesores que participen tengan, asimismo, un amplio currículum profesional y un prestigio reconocido en su sector, relacionado con nuestra temática.

- Justificación de que se dispone de profesorado o profesionales adecuados para ejercer la tutoría de las prácticas externas en empresas, etc.

No están previstas las prácticas curriculares en la formación de este máster.

- En los títulos con un elevado contenido práctico y/o una orientación profesionalizante, la propuesta debe contar con un cuadro de profesores con la suficiente experiencia como para hacerse cargo de manera adecuada de las prácticas.

Nuestra propuesta de máster es académica.

- En caso de títulos conjuntos, deberá incluirse información sobre la forma en la que se organizará la participación del profesorado procedente de las distintas universidades participantes.

El título será gestionado íntegramente por la Universidad de Murcia.

- Si la modalidad es semipresencial o a distancia, se debe justificar que se dispone de profesorado con experiencia en este tipo de docencia y la dedicación al título. Se debe indicar también la manera de computar la dedicación del profesorado en esta modalidad.

El máster es presencial.

6.2. OTROS RECURSOS HUMANOS

El personal del centro y del área de gestión académica de la Universidad desempeñará la atención informativa y administrativa a estudiantes y profesorado tal como establece el procedimiento PA05 (gestión del personal académico y de apoyo a la docencia) del Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad de Comunicación y Documentación. La Universidad de Murcia cuenta además con el personal de apoyo necesario y cualificado en sus correspondientes servicios de Tecnologías de la Información (http://www.um.es/atica), Asesoramiento y Orientación Pedagógica (extremadamente necesario para estudiantes con necesidades especiales de atención con vistas a favorecer su aprendizaje, http://www.um.es/adyv/) y Campus Virtual (http://aulavirtual.um.es)

La Universidad de Murcia como responsable del título dispone con suficiente y consolidado personal tal y como a continuación se describe:

Área de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Aplicadas

Personal responsable del Área:

Dirección 1.

Analista 1.

Defensa usuarios 1.

Administrativa 1.

Auxiliar administrativa 1.

Auxiliares de servicio 2.

Servicio de Desarrollo, Aplicaciones y Metodologías

Este servicio es el encargado del análisis, desarrollo y mantenimiento de cuantas aplicaciones se realizan en el Área de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Aplicadas (ATICA) de la Universidad de Murcia, del establecimiento de estándares y normativa del área y de la gestión, garantía y control de calidad del software desarrollado y los servicios prestados.

Personal que componen este servicio:

Jefa de Servicio 1.

Jefe de Sección de Proyectos y Aplicaciones 1.

Coordinador de proyectos de Gestión Económica, Presupuestaria y CONTRA 1.

Programadores 14.

Operador 1.

Proyectos 2.

Jefe de Sección de Metodologías, Normalización y Calidad de Software 1.

Programador 1.

Operadora 1.

Sección de Seguridad y Sistemas

Dedicada a intentar que los sistemas se comporten como los usuarios esperan de ellos, está compuesta por:

Jefe de Sección Seguridad y Sistemas 1.

Responsable Seguridad y Certificación 1.

Responsable Sistemas y Dbs 1.

P. Seguridad y Sistemas 1.

D.P. Seguridad y Sistemas 4.

Servicio de Redes y Comunicaciones

Los servicios aquí ofrecidos son:

Instalación y Mantenimiento de nuestra red que cuenta 3 Campus, 37 edificios y 5400 nodos de red. Gestión del Sistema de interconexión intercampus (internetworking).

Gestión de la conexión de la UM a RedIRIS/Internet y del dominio delegado um.es.

Instalación y Mantenimiento de los servicios telemáticos de Comunicaciones (correo electrónicos corporativo @um.es).

Instalación y Mantenimiento de los servicios telemáticos de Información.

Correo Electrónico Internet (E-mail) bajo del dominio @um.es.

Listas de Distribución de difusión local y nacional.

Grupos de noticias temáticas Usenet NEWS.

Mecanismo de difusión de la información generada en la Universidad en los ámbitos de la docencia, la investigación, las actividades culturales, las gestiones administrativas, etc.

Mantenimiento del servidor de información www.um.es.

Servicio de Información WWW. Hospedaje de páginas.

Servicios de localización e importación de ficheros: FTP anónimo.

Distribución de software licenciado (ofimático, paquetes estadísticos, compiladores, sistemas operativos) y de libre distribución entre los miembros de la UM.

Servicios Multimedia Audiovisuales de Videoconferencia. Aula Permanente de Vídeo y Audioconferencia para uso de la comunidad universitaria.

Directorio LDAP o paginas amarillas electrónicas para búsqueda de datos sobre miembros de nuestra Universidad o de otras instituciones. También centraliza los mecanismos de autenticación convirtiéndose en un repositorio central de cuentas de usuarios.

Mecanismo de acceso a la información disponible en la red para el desarrollo de la labor administrativa, docente e investigadora.

La Universidad de Murcia es proveedora de acceso a Internet para los 5300 nodos de la red Umnet así como para los usuarios que acceden de forma remota y autenticada. La Um está integrada dentro de la red nacional I+D con enlaces de alta velocidad a las diferentes redes regionales e instituciones afiliadas a Rediris. Los enlaces externos a Internet e Internet-2 son suministrados por Rediris para todas las instituciones:

Para mejorar los accesos externos la Um dispone un servidor proxy/caché con acceso priorizado.

La configuración de este proxy es automática y se realiza mediante la url http://www.um.es/atica/proxy.pac

Búsquedas bibliográficas en línea en las bibliotecas de la Universidad (OPAC)

Acceso a todos los fondos de las Bibliotecas de la Universidad. http://www.um.es/biblioteca/ Acceso en línea a más de 100 bases de datos científicas en línea (Medline, Aranzadi, CSIC, Colex Data, MathSCI, PSICLit, etc.).

Acceso mediante cliente ICA o mediante pasarela WWW.

Acceso a través de Internet a proveedores de bases de datos científicas entre las que se encuentra SWETnet (más de 250 revistas electrónicas con listas de distribución de difusión selectiva de información a los usuarios suscritos).

Cuenta con el siguiente personal:

Jefe de Servicio de Infraestructuras TICs 1.

Jefe Sección de Redes 1.

Configuración y Administración de Red 1.

D. P. Redes y Servicios Telemáticos 1.

Técnico Especialista Sistemas Cableado 1.

Jefe Sección de Telemática 1.

D. P. Redes y Servicios Telemáticos 2.

Proyectos 2.

Sección de Soporte a Usuarios

Las funciones son:

Atención al usuario: Sistema DUMBO.

Instalación y Mantenimiento de los servicios ofimáticos del PAS (950 usuarios) por medio de la red Novell.

Gestión de la Biblioteca de Programas Informáticos para la distribución de software.

Mantenimiento de las Aulas de Informática para el Alumnado (728 ordenadores): Aulas de Libre Acceso (ALA) (331 puestos de trabajo)y Aulas de Docencia y Libre Acceso (ADLA) (397 puestos de trabajo).

Atención en materia hardware/software a los 4000 usuarios PAS y PDI de Unimurnet.

Servicios para el Alumnado.

Cuenta con el siguiente personal:

Jefe Sección Soporte a Usuario 1.

Responsable de Soporte 1.

P. Aulas Informáticas 1.

Operador Aulas Informáticas 1.

P. Red Ofimática 3.

P. Centro de Respuesta 1.

O. Centro de Respuesta 1.

Operador Campus 3..

Personal de apoyo disponible Facultad de comunicación y Documentación (resumen)						
Tipo de puesto	**Años de experiencia**					**Total**
	> 25	**20-25**	**15-20**	**10-15**	**< 10**	
Personal de Secretaría	2				1	3
Personas adscritas al Decanato	1					1
Personas adscritas a las administraciones de Departamentos			1			
Técnicos y Mozos de Laboratorio						
Subalternos	1	2			1	4
Personal de biblioteca	1	1				2

6.3 ATENCIÓN A LOS CRITERIOS DE IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES Y DE NO DISCRIMINACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN RELACIÓN CON LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL

En la contratación de personal docente e investigador y de personal de administración y servicios de la Universidad de Murcia se cumplen los criterios de igualdad y no discriminación marcados por las leyes y por los Códigos de Responsabilidad Social de la Administración Pública.

Por su parte, la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de Abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de Diciembre, de Universidades determina que “las universidades contarán entre sus estructuras de organización con unidades de igualdad para el desarrollo de las funciones relacionadas con el principio de igualdad entre mujeres y hombres”. (Disposición adicional duodécima).

La Universidad de Murcia cuenta con la Unidad para la Igualdad de entre mujeres y hombres (http://www.um.es/u-igualdad/). Con esta decisión la Universidad de Murcia tiene como misión fundamental llevar a buen término el compromiso de la Universidad de Murcia con la sociedad en la consecución de la igualdad. Las funciones que asignadas a esta Unidad le dan una gran potencialidad para convertirse en la principal dinamizadora de las políticas para el logro de la igualdad entre mujeres y hombres en la institución.

Sus acciones preferentes están orientadas a la consecución de dos objetivos:

1. Dotación de una estructura de trabajo que sirva para coordinar una Comisión de Igualdad que estará integrada por representantes de todos los sectores de la Comunidad universitaria con el fin de la elaborar un diagnóstico de la situación en la Universidad de Murcia.
2. Elaboración del Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la Universidad de Murcia.

Bloque 7. RECURSOS MATERIALES Y ACADÉMICOS

7.1. JUSTIFICACIÓN DE LOS MEDIOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES

7.1.1. Medios materiales y servicios disponibles

La docencia de este máster se llevará a cabo en las instalaciones de la Facultad de Comunicación y Documentación. Este centro dispone de aulas suficientes para albergar esta nueva oferta docente porque además de su edificio dispone de hasta ocho aulas de diferentes tamaños en el Aulario General de la Universidad de Murcia.

En la facultad contamos con todos los medios necesarios para realizar clases magistrales, seminarios de ampliación y conferencias, en diferentes espacios adaptados para ello. En concreto, se cuenta con 1 aula con 50 puestos equipada con medios audiovisuales e informáticos para la docencia de las materias del máster que cubre satisfactoriamente todas las necesidades (supera en ocupación al máximo previsto de estudiantes). Además, la Facultad dispone de 2 ADLAS (alas docentes de libre acceso) de informática con 24 puestos cada una y que serán de ocupación preferente para las materias del máster que la necesiten. Se dispone también del Seminario 1/3 idóneo para la realización de tutorías en grupos pequeños (máximo 12 personas) que a su vez está dotado de equipamiento informático.

Además, para la realización de charlas y/o conferencias se cuenta con el Salón de Grados de la Facultad y con los servicios de la Biblioteca General del Campus de Espinardo con la que compartimos edificio y en la que nuestra facultad dispone de una sección específica.

Para el seguimiento de las actividades formativas no presenciales y tutorías, así como para habilitar canales de comunicación o repositorios de documentación, temas, etc., el programa cuenta con el Campus Virtual SAKAI, tal como se comentó en el punto 4.3. Todos los materiales y servicios son accesibles a todo el alumnado ya que la Universidad de Murcia gestiona y suministra la información vía Web siguiendo criterios de “política de accesibilidad”, de forma que no se excluya a aquellos usuarios con cualquier tipo de discapacidad visual o auditiva, leve o severa, por limitaciones de tipo tecnológico. Por ello, el profesorado se compromete a que el contenido docente debe satisfacer las directrices de accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AA y se utilizan formatos estándar establecidos por el W3C (en cualquier caso, las citadas directrices suponen el reconocimiento del cumplimiento de la Ley sobre igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad (Ley 51/2003, de 2 de diciembre).

Como se ha indicado en el punto 6.2, desde el Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado se ofrece apoyo a los estudiantes con discapacidad y/o necesidades especiales (http://www.um.es/adyv/) coordinando los esfuerzos del profesorado, el personal de administración y servicios y los alumnos y alumnas que se implican en tareas de voluntariado universitario, se

da soporte a los estudiantes con discapacidad física y sensorial que lo soliciten para garantizar la igualdad en condiciones con el resto de estudiantes y su integración en la Universidad de Murcia en todos los aspectos que afectan a la vida académica.

La Facultad de Comunicación y Documentación dispone asimismo de unas instalaciones audiovisuales que se pondrán también a disposición de los estudiantes del máster:

- Plató TV/Fotografía
- Estudio de radio.
- Sala de Postproducción Digital (ADLA "Perdiz"): 10 puestos equipados a partir del proyecto digital.es del Gobierno de España.
- Sala de Edición y Montaje Digital (Sala "MAC")
- Laboratorios de Locución y Edición de Audio

Tanto la facultad como el Área de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Aplicadas (sección http://tv.um.es) y el Vicerrectorado de Economía e Infraestructuras tienen prevista la construcción de un edificio anexo a la facultad para prácticas audiovisuales (Edificio Aured: "audiovisuales en red"). Este anexo polivalente (también servirá para actividades audiovisuales relacionadas con los objetos de aprendizaje y para la edición no lineal de noticias universitarias) estará en funcionamiento para febrero de 2014 y acogerá las actuales instalaciones y áreas de trabajo y docencia.

7.1.2. Mecanismos de actualización de materiales y servicios

El Coordinador del Máster junto con la Comisión Académica del mismo y con el apoyo del equipo decanal y los servicios universitarios de apoyo pertinentes, asegurarán en todo momento el buen funcionamiento de los citados medios e infraestructuras, así como su mantenimiento y actualización, mediante reuniones periódicas con los coordinadores de las materias, con los representantes de los alumnos y con el PAS del Máster y mediante los mecanismos y procedimientos que se habiliten al efecto en el Sistema de Garantía de la Calidad del Centro (**PA06**. Gestión de los recursos materiales y servicios).

Con relación a los mecanismos de coordinación de materiales y servicios, tanto las aulas de alta capacidad de la facultad como del aulario, los seminarios y aulas pequeñas para docencia en grupos menores y aulas de informática (ADLAS) están sujetas a la normativa general de uso de este tipo de infraestructuras de la Universidad de Murcia, dependiendo el mantenimiento cotidiano de la Facultad de Comunicación y Documentación en el caso de aulas de alta capacidad y espacios para grupos menores, mientras que el de las ADLAS depende directamente del Vicerrectorado de Economía e Infraestructura. Este equipamiento debe ser totalmente renovado a lo largo del período 2014-2016 en aplicación del plan de inversiones de este

vicerrectorado.

El Campus Virtual SAKAI (http://aulavirtual.um.es) depende del Vicerrectorado de Economía e Infraestructura, que atiende su mejora y mantenimiento a través del Servicio ATICA, encargado de gestionar todas las aplicaciones informáticas de la Universidad de Murcia, y que atiende la incidencias a través de peticiones telemáticas que asignan un operario e indican el tiempo de demora previsto para la resolución de la incidencia en cuestión. Esta plataforma e-learning, desarrollada en su origen en la Universidad de Míchigan y en la Universidad de Indiana, a las que se unieron el Instituto Tecnológico de Massachusetts y la Universidad de Standford, junto a la Iniciativa de Conocimiento Abierto (OKI) y el consorcio uPortal, es actualmente una de las comunidades punteras en este campo a nivel mundial. Para gestionar el proyecto se ha creado la Fundación Sakai, a la que pertenecen más de cien universidades de todo el mundo, entre ellas la Universidad Politécnica de Valencia, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Murcia (http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto_Sakai).

La Biblioteca de la Facultad de Comunicación y Documentación es una sección dentro de la Biblioteca General (sita en el mismo edificio que nuestra facultad). Incluye también la Hemeroteca y tiene su propio Reglamento. El personal de la Biblioteca depende del Vicerrectorado de Investigación, siendo el encargado de la catalogación de los fondos y del mantenimiento de una herramienta informática de búsqueda de títulos y gestión de los mismos (préstamos, peticiones), que atiende no sólo los fondos de dicha biblioteca sino también los del resto de bibliotecas de la Universidad de Murcia, de manera que los recursos bibliográficos están centralizados en su gestión, aunque no en su ubicación física. Dicha herramienta también gestiona los préstamos interbibliotecarios. Tanto la facultad como el Departamento de Información y Documentación (responsable de la docencia de alrededor del 70% de las materias en nuestro centro), contribuyen, en la medida de sus posibilidades a actualizar la colección de libros, revistas y bases de datos.

El COIE (Centro de Orientación e Información al Empleo), SIDI (Servicio de Idiomas) y el Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado son servicios de ámbito universitario que dependen de diferentes vicerrectorados y tienen sus propios reglamentos de funcionamiento interno.

Para cualquiera de estos espacios y servicios existe una convocatoria de Infraestructura de carácter anual mediante la cual los distintos servicios, centros y departamentos solicitan la adquisición de material inventariable para la actualización de sus respectivas infraestructuras. Dicha convocatoria tiene un apartado específico para la adquisición de fondos bibliográficos, otro para la realización de viajes para prácticas y una partida importante para cubrir los gastos derivados de prácticas docentes. Excepto la adquisición de material inventariable y la realización de obras, cuya gestión del gasto centraliza el Vicerrectorado de Economía e Infraestructura, el resto de partidas son gestionadas directamente por los servicios y unidades solicitantes, que incorporan las cantidades concedidas a su capacidad de gasto.

Por último, la Universidad de Murcia cuenta con la Unidad Técnica, servicio de mantenimiento para atender las reparaciones de tipo genérico que puedan surgir durante el curso: pequeñas obras, fontanería, carpintería, electricidad, etc, además de un Servicio de Limpieza que afecta a la totalidad de las instalaciones y que se lleva a cabo mediante contratación externa, y personal subalterno adscrito a Centros y Servicios.

7.2. EN EL CASO DE QUE NO SE DISPONGA DE TODOS LOS RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS NECESARIOS EN EL MOMENTO DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE ESTUDIOS, SE DEBERÁ INDICAR LA PREVISIÓN DE ADQUISICIÓN DE LOS MISMOS

En los últimos años se ha realizado un importante esfuerzo financiero para dotar de los recursos informáticos, bibliográficos y de base datos para cubrir las necesidades vinculadas a los estudios de Comunicación y Documentación. Aún así, está prevista la adquisición de fondos bibliográficos adicionales, que se realizará con cargo a los presupuestos ordinarios de los Departamentos y de la Facultad, al capítulo específico de la convocatoria anual de infraestructura junto con las posibles aportaciones que pudieran derivarse de los proyectos de investigación.

Bloque 8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1. ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS PARA LOS INDICADORES QUE SE RELACIONAN A CONTINUACIÓN Y LA JUSTIFICACIÓN DE DICHAS ESTIMACIONES

El Sistema de Garantía de Calidad (SGC) de los Centros de la Universidad de Murcia aprobado en su versión inicial por el Consejo de Gobierno de 12 de febrero de 2008 y en la versión revisada el 24 de noviembre de 2011, y que alcanza a la titulación de Máster en "Análisis de tendencias sociales, de consumo y estrategias de comunicación" incluye el proceso PC05-*Resultados Académicos* en el que se propone la utilización de una serie de indicadores, entre los que están los definidos en los Reales Decretos 1393/2007 y 861/2010 (Tasa de Graduación, Tasa de Abandono y Tasa de Eficiencia) como:

- **Tasa de Graduación**: porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el Plan de Estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada.

- **Tasa de Abandono**: relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior. Para los másteres cuya duración sea de un año, la Guía de apoyo para la elaboración de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (grado y máster) editada por ANECA, define la tasa de abandono como la relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el posterior.

- **Tasa de Eficiencia**: relación porcentual entre el número total de créditos del Plan de Estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de graduados de un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.

Atendiendo al perfil de ingreso recomendado, los objetivos planteados, la metodología de enseñanza y otros elementos indicados a lo largo de la presente memoria así como los valores alcanzados en los años anteriores en que se ha impartido un título similar (las ediciones del Máster Estudios Avanzados en Comunicación de 2007, 2008 y 2009), las estimaciones propuestas son las siguientes:

Tasa de graduación: 70%

Tasa de abandono: 20%

Tasa de eficiencia: 75%

Somos especialmente precavidos en el establecimiento de las tasas de graduación y de eficiencia en tanto estamos atravesando un delicado momento socioeconómico y cabe la posibilidad de que los estudiantes no puedan completar en un curso el total de los créditos al tener que compatibilizar los estudios con actividades laborales que motiven un descenso en su rendimiento académico. Por otro lado, cabe la posibilidad de que el alto coste de las tasas obligue a algún estudiante a poder matricularse de menos créditos de los deseados y esto influya en la tasa de eficiencia. Finalmente, la experiencia previa en este tipo de docencia es que la tasa de abandono es escasa, pero el contexto socioeconómico no va a ayudar a disminuirla, sino todo lo contrario, por eso la situamos alrededor de un 20%.

8.2. PROCEDIMIENTO GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA PARA VALORAR EL PROGRESO Y LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES

La Universidad de Murcia no tiene establecido un procedimiento específico para valorar el progreso de los resultados de aprendizaje de los estudiantes. Se entiende que dicha valoración queda garantizada como consecuencia de la suma de las valoraciones de las diferentes materias que configuran el Plan de Estudios. Los resultados son analizados y se transforman en las correspondientes acciones de mejora siguiendo los diferentes procesos que configuran el SGC de los Centros de la Universidad de Murcia.

Nuestro Sistema de Garantía de Calidad contiene, entre otros, los procedimientos documentados **PC01**-*Planificación y desarrollo de las enseñanzas. Evaluación del aprendizaje* y **PC05**-*Resultados académicos*.

El procedimiento **PC01** establece el modo por el cual los centros de la Universidad de Murcia garantizan que las enseñanzas oficiales de grado y máster que ofertan se imparten de acuerdo con lo indicado en sus memorias de verificación aprobadas, para lo que planifican, implantan y desarrollan sus programas formativos de modo que los estudiantes puedan alcanzar los objetivos establecidos en los diferentes planes de estudio. Dentro de esta planificación y seguimiento del desarrollo de su impartición, dado su carácter singular, se dedica interés especial a garantizar que la evaluación del aprendizaje de sus estudiantes se lleva a cabo tal y como se indica en las correspondientes guías docentes de las asignaturas aprobadas y difundidas.

El procedimiento **PC05** recoge cómo los centros de la Universidad de Murcia garantizan que se miden y analizan los resultados del aprendizaje, y como a partir de los mismos se toman las decisiones para la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas en el centro.

Además, se cuenta con el procedimiento **PM01**-*Medición, Análisis y Mejora* que obliga a las titulaciones a comprobar que se han cumplido todos los requerimientos marcados en los diferentes procedimientos del SGC, incluyendo la revisión del propio SGC.

Por otro lado, la existencia de un Trabajo Fin de Máster, con una duración prevista de 12 ECTS, permite valorar, como el *RD 1393/2007 de 30 de octubre* y el posterior *861/2010 de 2 de julio* indican, que se han alcanzado los resultados de aprendizaje asociados al título.

Bloque 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

9.0. PROGRAMA AUDIT DE LA ANECA

La Facultad de Comunicación y Documentación dispone de un Sistema de Garantía de Calidad (SGC), evaluado positivamente por ANECA el 16 de septiembre de 2009 (de hecho, nuestra Facultad fue uno de los tres centros pilotos de la Universidad de Murcia junto con Química y Veterinaria). El alcance de este sistema corresponde a todas las titulaciones oficiales de las que el Centro es responsable, entre las que se encontrará, de ser aprobada esta memoria, el Máster Oficial en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación. El SGC de la Facultad de Comunicación y Documentación se elaboró siguiendo las directrices del programa AUDIT de ANECA, y contempla el contenido del punto 9 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre modificado posteriormente por el RD 861/2010. Tras el inicio de la implantación del sistema y con la aparición de documentos sobre el seguimiento y acreditación de las titulaciones ya verificadas, se consideró necesario realizar una revisión profunda, que ha generado una nueva versión del SGC de los Centros de la Universidad de Murcia, que se presentó al Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia de 24 de noviembre de 2011, entendiendo que no es necesaria la aprobación de la ANECA ya que las modificaciones en el Sistema de Garantía de la Calidad no son consideradas como sustanciales dentro de los diferentes plantes de estudio. Igualmente, la Unidad de Calidad ha desarrollado un software específico para la gestión de este sistema de calidad –aplicación UNICA- que ha dado sus primeros pasos en septiembre de 2013 con la carga retrospectiva y debidamente documentada de la documentación generada en los centros desde la puesta en marcha de los sistemas de garantía de la calidad.-

El SGC de la Facultad de Comunicación y Documentación está documentado con base en un Manual que contiene la política y objetivos generales de calidad de la Facultad y las directrices generales de actuación relativas a la garantía de la calidad de las titulaciones, a la orientación al aprendizaje de los alumnos, a la gestión de los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de las mismas, al análisis de resultados y rendición de cuentas e información a los diferentes grupos de interés (http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/documentos).

El contenido del Manual se despliega en una serie de procesos comunes a toda la Universidad de Murcia relativos a las titulaciones (diseño, planificación y desarrollo, revisión y mejora y suspensión), a los estudiantes (desde la captación y selección hasta el análisis de la inserción laboral), a los grupos de interés en general (personal académico y de apoyo a la docencia, personal de administración y servicios), a los recursos materiales y servicios y a la rendición de cuentas e información pública. Estos procesos, que conforman el correspondiente mapa de procesos del SGC alimentan un proceso global de

medición, análisis y mejora, que garantiza la mejora continua del Sistema y, en consecuencia y como aplicación del mismo, de las titulaciones que oferta la Facultad de Comunicación y Documentación (http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/documentos).

Los registros que emanan de la aplicación del SGC evidencian la correcta implantación del mismo, entre las que figuran las actividades que proponen realizar los reales decretos de referencia para esta titulación.

MANUAL

MSGIC-01 EL SGIC DE LOS CENTROS DE LA UMU

MSGIC-02 PRESENTACIÓN DEL CENTRO

MSGIC-03 ESTRUCTURA DE LOS CENTROS PARA EL DESARROLLO DEL SGIC

MSGIC-04 POLÍTICA Y OBJETIVOS DE CALIDAD

MSGIC-05 GARANTÍA DE CALIDAD DE LOS PROGRAMAS FORMATIVOS

MSGIC-06 ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE

MSGIC-07 PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO

MSGIC-08 RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

MSGIC-09 RESULTADOS DE LA FORMACIÓN

MSGIC-10 INFORMACIÓN PÚBLICA

PROCEDIMIENTOS ESTRATÉGICOS

PE01 ESTABLECIMIENTO, REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA POLÍTICA Y LOS OBJETIVOS DE LA CALIDAD

PE02 POLÍTICA DE PERSONAL ACADÉMICO Y PAS DE LA UMU

PE03 DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA

PROCEDIMIENTOS CONTROL

PC01 OFERTA FORMATIVA DE LOS CENTROS DE LA UMU

PC02 DISEÑO, REVISIÓN Y MEJORA DE LAS TITULACIONES

PC03 PERFILES DE INGRESO Y CAPTACIÓN ESTUDIANTES

PC04 SELECCIÓN, ADMISIÓN Y MATRICULACIÓN DE ESTUDIANTES DE LOS CENTROS DE LA UMU

PC05 ORIENTACIÓN A ESTUDIANTES

PC06 DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA

PC07 EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

PC08 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LOS CENTROS DE LA UMU

PC09 PRÁCTICAS EXTERNAS

PC10 ORIENTACIÓN PROFESIONAL

PC11 ANÁLISIS DE RESULTADOS ACADÉMICOS

PC12 INFORMACIÓN PÚBLICA

PC13 INSERCIÓN LABORAL

PROCEDIMIENTOS ACTUACIÓN

PA01 GESTIÓN DE LOS DOCUMENTOS Y LOS REGISTROS

PA02 SUSPENSIÓN DE UN TÍTULO

PA03 SATISFACCIÓN, EXPECTATIVAS Y NECESIDADES

PA04 Gestión de incidencias, reclamaciones y sugerencias

PA05 Gestión del personal académico y de apoyo (captación y selección, formación, evaluación y promoción)

PA06 Gestión de los recursos materiales (selección de proveedores, adquisición y mantenimiento)

PA07 Gestión de la prestación de servicios

PA08 Gestión de expedientes y tramitación de títulos

Procedimientos medición

PM01 Medición, análisis y mejora: Análisis de resultados

9.1. RESPONSABLES DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE LA CALIDAD DEL PLAN DE ESTUDIOS

El responsable de la aplicación del SGC de la Facultad de Comunicación y Documentación a todas las titulaciones que se imparten en la misma es su Coordinador de Calidad, apoyado en la Comisión de Calidad del Centro (CC). En el caso del plan de estudios del Máster Oficial en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación es fundamental la participación del Coordinador del Máster y de su Comisión Académica (con la inclusión de representantes de alumnos) en el análisis de los resultados concretos del máster y de las correspondientes propuestas de mejora, debiendo aportar a la CC toda la información que el SGC de la Facultad demanda. El coordinador del máster formará parte de la Comisión de Calidad.

Se considera la fuente clave para las evidencias, las actas de las diferentes comisiones (Académica del Máster y de Calidad del Centro) en las que se recoge la información a analizar, el resultado del análisis de la misma y las propuestas de mejora que, en su caso, se consideren procedentes. Estas actas serán publicadas en el apartado de Calidad del centro por medio de la aplicación UNICA desarrollada a tal fin (http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/sgc/evidencias).

Por otro lado, y como órgano máximo de gobierno del centro está la Junta de Facultad que ha de aprobar todo lo concerniente a la elaboración, desarrollo, revisión y mejora de los diferentes planes de estudio correspondientes a las titulaciones oficiales impartidas en la misma. El capítulo 3 del Manual del SGC de la facultad establece la composición y funciones de la Comisión de Calidad (http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/comision), mientras que las de la Junta de Facultad están establecidas en el Reglamento de Régimen Interno (http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/normativa), asegurando en todas ellas la participación de profesores, PAS y alumnos, atendiendo a lo marcado por los Estatutos de la Universidad de Murcia (el 55% serán profesores funcionarios, incluyendo Directores de Departamento, un 10% del resto del personal docente e investigador, el 30% de alumnos y el 5% de personal de administración y servicios). Además, en todos los procedimientos que forman parte del SGC se incluye un apartado con las responsabilidades, mecanismos de participación y de rendición de cuentas de los grupos de interés de los mismos.

9.2. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA Y EL PROFESORADO.

En relación con la evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza se encuentran, entre otros, los **PC01** *Planificación y desarrollo de las enseñanzas*. *Evaluación del aprendizaje*, **PC02** *Revisión y mejora del plan de estudios*, **PC05** *Resultados académicos*, **PM01** *Medición, análisis y mejora*. Y en relación con el profesorado los **PE01** *Establecimiento, revisión y actualización de la política y los objetivos de la calidad* y **PA05** *Gestión del personal académico y de apoyo a la docencia*, que contemplan la evaluación de la actividad docente del profesorado según la adaptación del programa DOCENTIA de ANECA.

Por medio de los diferentes procedimientos del SGC, el responsable del plan de estudios del Máster Oficial en Análisis de Tendencias sociales, de consumo y estrategias de comunicación recoge la información necesaria para su análisis y posterior establecimiento de acciones de mejora en el seno de la Comisión Académica del Máster y de la Comisión de Calidad, debiendo ser finalmente aprobadas en Junta de Facultad.

9.3. PROCEDIMIENTOS PARA GARANTIZAR LAS PRÁCTICAS EXTERNAS Y LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD.

El plan de estudios del Máster Oficial en Análisis de Tendencias sociales, de consumo y estrategias de comunicación, por medio del SGC de la Facultad de Comunicación y Documentación, dispone de los procedimientos **PC06** *Movilidad de los estudiantes* y **PC07** *Prácticas externas*, que garantizan el desarrollo de las actividades indicadas, con el apoyo de servicios externos a la Facultad como el Servicio de Relaciones Internacionales (SRI) y el Centro de Orientación e Información de Empleo (COIE), respectivamente.

Como se indica en dichos procedimientos, los Coordinadores de Prácticas Externas y de movilidad del Centro, coordinan los planes de difusión de las actividades y de evaluación de las mismas, contando con el apoyo de los órganos indicados en 9.1, a los que mantiene puntualmente informado y que son responsables de la adopción de propuestas de mejora para su aprobación por la Junta de Facultad. La facultad cuenta con un Vicedecanato específico para la internacionalización del centro.

9.4. PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS Y DE LA SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA Y EN SU CASO SU INCIDENCIA EN LA REVISIÓN Y MEJORA DEL TÍTULO.

En el procedimiento **PC08** *Inserción Laboral*, del SGC de los centros de la Universidad de Murcia, se muestra el mecanismo seguido por el Observatorio de Empleo del COIE (https://observatorio.um.es/observatorio/) para la obtención de la información procedente de los egresados (inserción laboral y satisfacción con la formación recibida), que es analizada en el seno de la Comisión Académica del Máster o de la Comisión de Calidad, realizando las propuestas de acciones para la mejora de la titulación que se consideren adecuadas, que, siguiendo los procedimientos ya comentados, han de ser comunicadas a la Junta de Facultad para su aprobación.

9.5. PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS IMPLICADOS (ESTUDIANTES, PERSONAL ACADÉMICO Y DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS, ETC.) Y DE ATENCIÓN A LAS SUGERENCIAS O RECLAMACIONES Y, EN SU CASO, SU INCIDENCIA EN LA REVISIÓN Y MEJORA DEL TÍTULO.

Los grupos de interés relacionados, de forma general con las titulaciónes oficiales que se imparten en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia, se encuentran identificados en el capítulo 4 del Manual del SGC de dicha Facultad. Atendiendo al procedimiento **PA03** *Satisfacción, expectativas y necesidades*, la Comisión Académica del Máster en Química identifica de forma concreta cuáles de esos grupos de interés de la Facultad le afectan directamente y establece su plan de recogida de opiniones. Además, se dispone del procedimiento del **PA04** *Gestión de incidencias (S-Q-R-F)* que permite analizar las sugerencias, quejas, reclamaciones y felicitaciones recibidas.

El Coordinador del Máster en colaboración con el Coordinador de Calidad del Centro, recoge la información necesaria para su análisis en la Comisión Académica del Máster o en la Comisión de Calidad, proponiendo la toma de decisiones que han de ser aprobadas en Junta de Facultad.

La información a los grupos de interés internos de la titulación de Máster Oficial en Análisis de Tendencias sociales, de consumo y estrategias de comunicación, como del resto de titulaciones de la Facultad, queda garantizada

en tanto que todos están representados en los diferentes órganos de decisión, cuyos responsables se encargan de hacer llegar la información a todos sus componentes. En cada uno de los procedimientos elaborados se indican los mecanismos que permiten la rendición de cuentas de los aspectos contemplados en los mismos a los principales grupos de interés implicados.

Anualmente, la Facultad de Comunicación y Documentación elabora una Memoria que, tras su aprobación en Junta de Facultad, coloca en su página web y en la que recoge los principales resultados de las actividades realizadas (http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/centro/conocenos/memorias). Tal como indican los Estatutos de la UMU, elabora anualmente para su presentación en sesión plenaria del Claustro, un informe con las propuestas de mejora adoptadas a partir del análisis de los resultados académicos de sus diferentes titulaciones (http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/planes-mejora).

En cuanto a los grupos de interés externos (empleadores, egresados, administraciones públicas y sociedad en general), el Equipo Decanal de la Facultad de Comunicación y Documentación mantiene permanentemente actualizada su página web con la información más destacable de la Facultad y sus titulaciones, así como, cuando la información lo requiere, se dirige directamente a ellos por los medios de comunicación habituales (**PC09** *Información pública*).

9.6. Criterios específicos en el caso de extinción del título.

El procedimiento **PA02** *Suspensión de un título*, garantiza que, en caso de suspensión de una titulación oficial, los estudiantes que hubiesen iniciado las correspondientes enseñanzas van a disponer un adecuado desarrollo efectivo de las mismas hasta su finalización, de acuerdo con las normativas de permanencia en vigor.

Bloque 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1. CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO

El presente programa de Máster Interuniversitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación se pretende implantar, una vez sea verificado, en el curso académico 2014-2015.

El cronograma de implantación del Máster Universitario se esquematiza en la siguiente figura:

Curso 2014-2015	1º cuatrimestre	2º cuatrimestre
	1ª Edición Máster Universitario Implantación de las asignaturas correspondientes al 1º cuatrimestre	**1ª Edición Máster Universitario** Implantación de las asignaturas correspondientes al 2º cuatrimestre
Cursos académicos siguientes	1º cuatrimestre	2º cuatrimestre
	Sucesivas Ediciones del Máster Universitario Implantación de las asignaturas correspondientes al 1º cuatrimestre	**Sucesivas Ediciones del Máster Universitario** Implantación de las asignaturas correspondientes al 2º cuatrimestre

10.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN, EN SU CASO, DE LOS ESTUDIANTES DE LOS ESTUDIOS EXISTENTES AL NUEVO PLAN DE ESTUDIOS

No es necesario el establecimiento de un procedimiento de adaptación.

10.3. ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN POR LA IMPLANTACIÓN DEL CORRESPONDIENTE TÍTULO PROPUESTO

Al ser un título de nueva implantación no se extingue ninguna titulación.