



MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, AUDIENCIAS Y PRÁCTICA PROFESIONAL EN EUROPA

| | |
|--|---|
| Centro responsable: Facultad de Ciencias de la Comunicación | Coordinador académico: Dr. Francisco J. Paniagua Rojano Dra. Teresa Vera Balanza Dr. Bernardo José Gómez Calderón |
| Orientación: Investigadora | Tipo: Departamental |
| Duración: 60 | |
| Periodo lectivo: Anual (dos semestres) | |
| Modalidad: Presencial Lengua utilizada en el proceso formativo: Español | |

Régimen de estudios: Tiempo Completo (los estudiantes deberán matricular, al menos 60 créditos)/ Tiempo parcial (los estudiantes que realicen por primera vez su matrícula en el primer curso del plan de estudios deberán formalizar su matrícula en un mínimo de 24 créditos).

Más info: <http://www.uma.es/secretariageneral/newsecgen/>

Conocimientos y competencias:

BÁSICA Y GENERALES:

- Capacitar al alumnado para analizar críticamente y saber interpretar el mundo en el que se vive, mediante la utilización del desenvolvimiento histórico estructural socioeconómico-mediático como herramienta práctica para comprender los acontecimientos.
- Emplear pautas de reflexión desde el marco audiovisual y digital, teniendo en cuenta especialmente su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, lo cultural y lo político.
- Adquirir habilidades para exponer de manera razonada y argumentada los resultados de la investigación y /o el análisis, adecuada a los distintos soportes (oral, escrita, audiovisual y digital) y en las diferentes vías del conocimiento: publicaciones, informes, divulgación científica.
- Concebir, desarrollar, diseñar, poner en práctica y adoptar temas de investigación que puedan contribuir al conocimiento, avance, compromiso social y debate de la información y de la comunicación como bienes públicos
- Aplicar el conocimiento adquirido para el desarrollo de Tesis Doctorales desde la exigencia de una visión crítica, propia de la cultura democrática, con un fuerte componente ético que busque, sobre todo, la contribución al desarrollo de las libertades en un espacio, el del periodismo, de especial proyección pública.
- Interpretar y valorar los mensajes de los medios en relación con su contexto histórico y en su interacción sistémica global.
- Capacitar para el uso crítico de las fuentes de información y para interpretar y valorar la documentación como fuente de conocimiento.
- Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
- Desempeñar las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos
- Comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad
- Conocer las nuevas tendencias y hábitos de consumo de contenidos informativos y de entretenimiento, y de la incidencia de las NTIC en el comportamiento del público.
- Capacitar para contextualizar las estrategias del campo de la comunicación en el sector televisivo y en su proyección social.
- Identificar y emplear los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.
- Guiar en el desarrollo de trabajos periodísticos que respeten la igualdad, la pluralidad, el respeto por los derechos humanos en la práctica rigurosa de la información

TRANSVERSALES:

- Habilitar para la búsqueda de recursos e información en el entorno científico-técnico en red y disponer de habilidades operativas en el uso de las tecnologías comunicativas.



- Adquirir un compromiso de respeto de los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, así como la promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal junto con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos.
- Comprender el escenario de la investigación en comunicación: sus coordenadas espacio-temporales, el manejo de las hipótesis teóricas de la comunicación y del periodismo, la utilización de las herramientas metodológicas de la investigación aplicada y la obtención de resultados rigurosos
- Facultar para la expresión fluida y eficaz en las lenguas propias y en las de uso común, de manera oral y escrita, aprovechando los recursos lingüísticos, literarios, hipertextuales, interactivos y visuales que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación y a los distintos canales de diseminación del conocimiento
- Habilitar para al alumnado para trabajar en equipos interdisciplinares y en entornos de creación y generación de contenidos.
- Formar para la recuperación, organización, análisis y procesamiento de información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos públicos, privados o colectivos
- Formular diseños en sus aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de las técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.
- Familiarizar al alumnado con los campos de la innovación periodística y la investigación prospectiva, de la interacción entre los medios y sus públicos, la evolución de los soportes y de las prácticas profesionales y la detección de herramientas metodológicas aplicadas a los nuevos espacios de la comunicación
- Contribuir al desarrollo de una mentalidad multimedia de la profesión periodística
- Fomentar el compromiso con el derecho a la comunicación de las
- personas y los colectivos y manejar un lenguaje inclusivo y respetuoso
- con la diversidad de sujetos.

ESPECÍFICAS:

- Identificar y utilizar apropiadamente las fuentes significativas para el estudio de la información y de la comunicación en el presente.
- Evaluar el impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea y su influencia en los contenidos de los medios, los géneros, el diseño de la información, y las rutinas profesionales.
- Formar en el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como en el uso de las técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos, sistemas mediáticos combinados y multimedia, así como en sus aplicaciones interactivas
- Conocer y utilizar herramientas de monitorización para profundizar en el tratamiento de los contenidos, distinguiendo entre la actualidad y el acontecimiento, y en los perfiles de consumo de información de actualidad (share multimedia)
- Conocer, diagnosticar y evaluar el estado del mundo y de su historia reciente a través del análisis de los medios de comunicación.
- Descifrar, explicar e interpretar la realidad social, política, y económica de Europa.
- Conocer las principales líneas de actuación de la UE en materia de comunicación (política audiovisual, Sociedad de la Información, etc.), así como su desarrollo.
- Valorar las tendencias de la nueva información audiovisual en el contexto de la convergencia de medios como televisión e Internet y de la interactividad con las audiencias.
- Identificar y comprender los principales fenómenos y corrientes de la cultura audiovisual en la era de la comunicación digital y discernir los aspectos creativos, empresariales y de recepción.
- Aplicar los análisis prospectivos en el análisis de las tendencias de consumo de la información a través de las prácticas generacionales

Plan de estudios abreviado:

Para obtener el título los/as alumnos deberán cursar y superar, al menos, 60 créditos. Atendiendo al carácter de las materias/asignaturas los créditos a superar por los/as alumnos/as se muestran en la siguiente tabla:

| Tipo de Materia | Creditos |
|-----------------------|----------|
| Obligatorias | 18 |
| Optativas | 30 |
| Trabajo Fin de Máster | 12 |
| Total | 60 |

El Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica profesional en Europa por la Universidad de Málaga se estructura a través de dos módulos más el Trabajo Fin de Máster. Se ofertan un total de 72 créditos (con 18 obligatorios, 42 optativos y 12 correspondientes al TFM)



El plan de estudios se organiza en los siguientes módulo, materias y asignaturas:

| Módulo | Materia | Asignatura | ECTS | |
|--|---|---|---|---|
| Fundamentos de investigación en Comunicación | Fundamentos de investigación en Comunicación | Metodología general - Obligatoria 1º semestre | 3 | |
| | | Comunicación, cultura digital e innovación - Obligatoria 1º semestre | 3 | |
| | | Políticas de comunicación y espacio público en la UE - Obligatoria 1º semestre | 3 | |
| | | Seminario de tendencias avanzadas en comunicación - Obligatoria Anual | 3 | |
| | Metodológico I | Periodismo e Innovación digital: Práctica profesional y Nuevos enfoques metodológicos - Obligatoria 1º semestre | 3 | |
| Optativas | Audiencias y ciudadanía I | Medios continuos y audiencias activas - Obligatoria 1º semestre | 3 | |
| | | Medios y mediaciones | Análisis de la actualidad europea e internacional – Optativa 1º semestre | 3 |
| | Medios y mediaciones | El discurso de los medios de comunicación audiovisuales como formas de análisis de la realidad. Los ejemplos español y europeo – Optativa 2º semestre | 3 | |
| | | Calidad de la libertad de expresión en España. Análisis comparativo entre prensa de referencia española y de la UE a través del uso de las Fuentes – Optativa 2º semestre | 3 | |
| | | Periodismo, igualdad y derechos humanos en Europa – Optativa 2º semestre | 3 | |
| | | Audiencias y ciudadanía II | Periodismo audiovisual y calidad periodística. Formatos, representación y participación de la audiencia en el contexto europeo – Optativa 2º semestre | 3 |
| | Audiencias y ciudadanía II | Minorías y medios en el siglo XXI - Optativa 2º semestre | 3 | |
| | | Alfabetización Mediática: estrategias e investigación – Optativa 1º semestre | 3 | |
| | | Perfiles Profesionales emergentes | Áreas de especialización emergentes en la prensa de referencia del entorno europeo – Optativa 1º semestre | 3 |
| | | | Estrategias de la industria periodística en los nuevos escenarios: empresa y estructura profesional – Optativa 1º semestre | 3 |
| | Análisis, producción y diseño de contenidos, productos y servicios en los nuevos medios y dispositivos móviles – Optativa 1º semestre | | 3 | |
| | Comunicación, cambio social y desarrollo. Los nuevos imaginarios del periodismo participativo – Optativa 2º semestre | | 3 | |
| | Metodológico II | Gestión y Difusión del Conocimiento - Optativa 1º semestre | 3 | |
| | | La información en el entorno digital: Técnicas de investigación – Optativa 2º semestre | 3 | |
| | | Taller formativo – Optativa 2º semestre | 3 | |
| Trabajo Fin de Máster | Trabajo Fin de Máster | Trabajo Fin de Máster - Obligatoria 2º semestre | 12 | |

Perfil de ingreso y requisitos de formación previa:

Como titulaciones con acceso preferente al Máster, el perfil de ingreso recomendado será el de las titulaciones del ámbito de la Comunicación en particular Periodismo, y las titulaciones de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. También podrán acceder los titulados universitarios (Graduados/Licenciados) en la Rama de Humanidades o de Ciencias Sociales y Jurídicas. En todo caso, los contenidos y las competencias que aspira a desarrollar el curso presuponen un alumnado con un conocimiento extenso, pero sobre todo crítico, de los nuevos



escenarios multimedia en el contexto europeo de la Sociedad de la Información.

Con preferencia ALTA: Titulaciones del área Titulaciones del área de Periodismo y Ciencias de la Comunicación (porcentaje 1)

Con preferencia MEDIA: Titulaciones del ámbito de las Ciencias Sociales, Ciencias Jurídicas y Humanidades (porcentaje 0,75)

Con preferencia BAJA: Otras titulaciones (porcentaje 0,50)

Los titulados conforme a sistemas educativos extranjeros (con títulos afines a los anteriores) podrán acceder a este máster sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de Málaga o el Distrito Único Andaluz y acreditación de que tienen un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos españoles de grado y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a estudios de posgrado.

Los estudiantes extranjeros cuya lengua materna no sea el castellano, deberán acreditar por las instituciones oficiales, competentes y reconocidas por las Universidades de Andalucía, el nivel C1, o superior, del marco común europeo de referencia para las lenguas (MCERL) del mencionado idioma.

Criterios de admisión:

Como criterio de admisión se establecen:

- Expediente académico (70%)
- Currículo - formación académica, experiencia profesional, formación complementaria y otra información relevante o relacionada con el título ofertado- (30 %)

Plazas: 35

Importe aproximado de Matrícula (precios públicos 19/20):
13,68 euros/crédito

Información sobre fechas y plazos para la preinscripción

<http://www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa/squit/>

<http://www.infouma.uma.es/acceso/>

Más información / Contactos:

Preinscripción y Acceso: acceso_master@uma.es

Centro responsable: deccomunicacion@uma.es

Coordinación Académica: fjpaniagua@uma.es / mvb@uma.es / bjgomez@uma.es

Web del Máster: <https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/>

Web posgrado UMA: <http://www.uma.es/cjpd>