15-16

TITULACIÓN

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA

CÓDIGO 290301

15-16

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA

CÓDIGO 290301

ÍNDICE

PRESENTACIÓN
OBJETIVOS Y COMPETENCIAS
SALIDAS PROFESIONALES, ACADÉMICAS Y DE INVESTIGACIÓN
REQUISITOS ACCESO
CRITERIOS DE ADMISIÓN
NO. DE ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO
PLAN DE ESTUDIOS
NORMATIVA
PRÁCTICAS
DOCUMENTACIÓN OFICIAL DEL TÍTULO
SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD DEL TÍTULO
ATRIBUCIONES PROFESIONALES
ESTUDIANTES CON DISCAPACIDAD
IGUALDAD DE GÉNERO

PRESENTACIÓN

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED, a través del Departamento de Sociología I (Teoría, Metodología y Cambio Social), y a partir del Curso 2014 –2015, oferta el Programa de máster “Comunicación, Cultura, Sociedad y Política”. Los estudios de posgrado que se presentan han sido verificados y aprobados por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación (ANECA), por lo que este título goza de reconocimiento en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Con este máster, la Facultad de Políticas y Sociología ofrece un título de posgrado que tiene como excepcionalidad la formación en la observación metódica y análisis de los procesos de comunicación, ya sea para su aplicación a procesos sociales (a través de instituciones, Administración, ONGs, movimientos sociales o partidos políticos), a procesos políticos (campañas electorales) o a procesos económicos (a través de empresas) en unos momentos en que las nuevas tecnologías permiten convertirse en emisor sin pasar por el filtro de los medios de comunicación tradicionales y más institucionalizados.

La orientación principal del máster es la investigación, aunque también ofrece una formación teórica para actividades profesionales como Asesoría en Comunicación Política, Investigación de Audiencias, Investigación de la Opinión Pública, Dirección de Departamento de Comunicación, Dirección de Comunicación Interna, Diseño de Estrategias Comunicativas o Asesor de Campañas Comerciales o Políticas, que se han ido abriendo hueco durante los últimos años en una sociedad en la que el sistema de comunicación se ha situado en un lugar preferente, donde todo tipo de instituciones (públicas y privadas, comerciales y no comerciales, mediáticas y no mediáticas) se han convertido en receptores y, sobre todo, emisores de información y comunicación, siendo la observación del papel de la interactividad comunicativa en las acciones políticas y sociales uno de los principales retos teóricos y empíricos de esta propuesta de master.

Por otro lado, el Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política pretende ser un foro de reflexión crítica e investigación en torno a procesos socio-comunicativos concretos, especialmente vinculados a la actualidad social y política del entorno cultural cercano (países desarrollados). Por lo tanto, procesos a los que se necesita dar respuesta y que, sin embargo, se incardinan en debates teóricos y metodológicos vigentes como: relación entre modelo del sistema político y modelo del sistema de comunicación mediada, el papel de los distintos tipos de medios de comunicación (tradicionales y nuevos) en la conformación del voto electoral, el lugar de las nuevas tecnologías de la información en el surgimiento y organización de los actuales movimientos sociales, el significado de los procesos de recepción cuando los receptores pueden convertirse fácilmente en emisores, el significado del concepto de audiencia y las posibilidades de registrarla cuantitativamente en procesos de constante fragmentación de la misma, la mediación de los mensajes producidos por los medios de comunicación institucionales y no institucionales en las propias aproximaciones de la investigación empírica politológica o sociológica.

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

El Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política toma como columna vertebral la comunicación, y lo hace desde una particular filosofía y con un doble objetivo general, ya que trata de aproximar la investigación social empírica a los procesos de comunicación, así como plantear los problemas que generan los procesos de comunicación en la producción empírica de la investigación social y el estudio de la realidad política, cultural, social y económica.

En concreto, los objetivos generales del máster son los siguientes:

- Ofrecer una formación avanzada de carácter interdisciplinario en el ámbito de las Ciencias Sociales.
- Formar expertos en el análisis de los procesos socio-comunicativos, en unos momentos en que las transformaciones en la comunicación son protagonistas de los cambios sociales más profundos.
- Formar asesores de instituciones y empresas en el ámbito de la comunicación
- Formar personal docente e investigador en el ámbito del análisis de los procesos de comunicación en las áreas de la ciencia política, la sociología y la antropología.
- Dar a los estudiantes la formación metodológica necesaria para poder acceder al doctorado en Sociología.
- Formar expertos en políticas de comunicación.
- Formar pensadores estratégicos en el ámbito de la comunicación.

Por otra parte, los estudios diseñados giran en torno a las siguientes competencias:

- Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.
- Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión, etc.
- Ser capaz de aplicar técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, en el campo comunicativo y referido a la aspectos concretos de la realidad política, cultural y socioeconómica.
- Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.

- Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.
- Ser capaz de analizar y evaluar encuestas de opinión, especialmente las referidas a seguimiento de la intención de voto, con aplicación de análisis longitudinal de las mismas en el contexto de una campaña electoral.
- Ser capaz de interpretar los resultados de mediciones de audiencia.
- Ser capaz de buscar y analizar fuentes secundarias estadísticas (oficiales o públicas y privadas) que aborden la demanda cultural de la sociedad española y que, por lo tanto, establezcan el marco de consumos de bienes culturales y de medios de comunicación. En especial, la Encuesta de Hábitos Culturales, la Encuesta de Empleo del Tiempo, la Encuesta de Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares o el Estudio General de Medios.
- Ser capaz de realizar trabajos científicos aplicando conocimientos adquiridos para su presentación y defensa.

SALIDAS PROFESIONALES, ACADÉMICAS Y DE INVESTIGACIÓN

Este máster tiene como orientación principal la investigación y como finalidad más inmediata la capacitación investigadora para la realización de la tesis doctoral. No obstante, los diversos cursos también proporcionan una formación teórica apropiada para actividades profesionales en el ámbito de la comunicación y la opinión pública como:

•Asesoría en Comunicación Política
•Investigación de Audiencias
•Investigación de la Opinión Pública
•Dirección de Departamento de Comunicación
•Dirección de Comunicación Interna
•Diseño de Estrategias Comunicativas o Asesor de Campañas Comerciales o Políticas, etc.

REQUISITOS ACCESO

Con carácter general, para tener acceso a este Programa Oficial de Master, la persona interesada deberá acreditar tener el título de Licenciatura o de Grado, o en su defecto acreditar el título de Doctor o enseñanzas equivalentes.
Los solicitantes con títulos o grados no españoles o europeos homologables del EEES deberán, por lo demás, cumplir los mismos requisitos académicos de excelencia y de procedencia disciplinar que el resto de los estudiantes.
Los estudiantes extranjeros o no residentes en España podrán usar los centros asociados de la UNED en otros países para realizar las pruebas presenciales de las asignaturas del máster o defender sus Trabajos de Fin de Máster.

CRITERIOS DE ADMISIÓN

La selección de estudiantes a este Máster Universitario será resuelta por una Comisión académica que tendrá en cuenta los siguientes criterios para la valoración y admisión de las candidaturas presentadas:

•Currículum vitae resumido del estudiante y certificado académico donde se especifique las calificaciones obtendias en el grado o licenciatura a partir del cual pretende acceder al máster.

•Documento de solicitud del estudiante explicando sus principales motivaciones para cursar el máster. Este documento deberá tener los siguientes contenidos:

•Razones de su interés por el Máster Comunicación, Cultura, Sociedad y Política (máximo 500 palabras).

•Expectivas sobre lo que cree que va a obtener a lo largo del máster (máximo 200 palabras).

•Objetivo principal para después de cursar el máster (para completar trayectoria profesional, desarrollo de la carrrera académica, etc.) (máximo 100 palabras).

El baremo de selección utilizado por la Comisión es el siguiente:

- Expediente académico: se valora hasta un 80% de la puntuación final.
- Curriculum: se valora hasta un 20% de la puntuación final.
- Motivación para cursar el máster: se valora hasta un 10% de la puntuación final.

Si existiera un número mayor de candidatos que plazas ofertadas, la Comisión establecerá una lista de reserva con las restantes candidaturas que cumplan con los requisitos anunciados, y que podrán ser admitidos en el caso de producirse renuncias o vacantes entre los estudiantes ya seleccionados.

NO. DE ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO

El número máximo de nuevos estudiantes admitidos por curso académico no podrá superar el límite de 50 plazas.

PLAN DE ESTUDIOS

El presente Máster oferta en un único curso académico los 60 ECTS que exige para su realización, aunque al estudiante no está obligado a cursar un número mínimo de créditos cada año.

El plan formativo del Máster establece la obligatoriedad de cursar 32 créditos ECTS (procedentes de las asignaturas obligatorias y el Trabajo Fin de Máster), quedando los restantes créditos, hasta 60 ECTS, repartidos entre las distintas asignaturas optativas que se ofertan. El plan de estudios queda ofertado en dos semestres:

<table>
<tr><td colspan="3">El presente master consta de 3 módulos y Trabajo Fin de Master:
MÓDULO 1: COMUNICACIÓN Y POLÍTICA Total: 16 ECTs (3 Asignaturas Obligatorias + 1 Asignatura Optativa)
MÓDULO 2: PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS Total: 16 ECTs (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)
MÓDULO 3: METODOLOGÍA Y PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS Total: 16 ECTs (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)
TRABAJO FIN DE MASTER 12 ECTs</td></tr>
<tr><td colspan="3">MÓDULO 1: COMUNICACIÓN Y POLÍTICA
Total: 16 ECTs (3 Asignaturas Obligatorias + 1 Asignatura Optativa)</td></tr>
<tr><td>EL MÓDULO 1 SE COMPLETA SELECCIONANDO 3 ASIGNATURAS OBLIGATORIAS Y 1 ASIGNATURA OPTATIVA</td><td>ASIGNATURA: Medios de comunicación y política
TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTs)</td><td>PRIMER SEMESTRE</td></tr>
<tr><td>ASIGNATURA: Comunicación política en las democracias
TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTs)</td><td>PRIMER SEMESTRE</td><td>ASIGNATURA: Culturas políticas, ciudadanía y democracia: procesos de transformación
TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTs)</td></tr>
<tr><td>PRIMER SEMESTRE</td><td>ASIGNATURA: Encuestas y campañas, líderes políticos y ciudadanos
TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)</td><td>PRIMER SEMESTRE</td></tr>
<tr><td>ASIGNATURA: Movimientos sociales y comunicación
TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)</td><td>PRIMER SEMESTRE</td><td>MÓDULO 2: PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS
Total: 16 ECTs (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)</td></tr>
<tr><td>EL MÓDULO 2 SE COMPLETA SELECCIONANDO 1 ASIGNATURA OBLIGATORIA Y 3 ASIGNATURAS OPTATIVAS</td><td>ASIGNATURA: Sociedad mundial: procesos de construcción
TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTs)</td><td>SEGUNDO SEMESTRE</td></tr>
</table>

ASIGNATURA: **Nuevas necesidades de información ciudadana** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE	ASIGNATURA: **Opinión pública y participación** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)
SEGUNDO SEMESTRE	ASIGNATURA: **Género y medios de comunicación** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE
ASIGNATURA: **Estructura, marcos y modelos culturales en la comunicación pública: los casos de la alimentación y el cambio climático** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE	ASIGNATURA: **Comunicación e instituciones totales** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)
SEGUNDO SEMESTRE	ASIGNATURA: **Religion on line –on line religion. Actores, comunidades y comunicación de la religión en la red** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE
MÓDULO 3: METODOLOGÍA Y PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS **Total: 16 ECTs (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)**		
EL MÓDULO 3 SE COMPLETA SELECCIONANDO 1 ASIGNATURA OBLIGATORIA Y 3 ASIGNATURAS OPTATIVAS	ASIGNATURA: **Análisis sociológico para campañas de comunicación y social** TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE
ASIGNATURA: **Relaciones de comunicación en investigación** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE	ASIGNATURA: **Retórica, comunicación y sociedad: metáfora y marcos cognitivos** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)
PRIMER SEMESTRE	ASIGNATURA: **El estudio de las audiencias** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE
ASIGNATURA: **La recepción en el sistema de comunicación mediada** TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE	**TRABAJO FIN DE MASTER 12 ECTs**

TRABAJO FIN DE MÁSTER (Está programado para iniciarse a principio de curso, 12 ECTs). De acuerdo con las normas de la UNED, los alumnos no podrán permanecer en el máster

más de cuatro cursos desde que se matriculen por primera vez (véase la normativa sobre permanencia en el apartado "Normativa" de esta misma guía).

NORMATIVA

- RD 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales
- RD 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales
- Actualización de los procedimientos de organización y gestión académica de los Másteres Universitarios oficiales y Doctorado de la UNED, para su adaptación en lo dispuesto en el RD. 1393/2007.
- Normas y criterios generales de reconocimiento y transferencia de créditos para los másteres.
- Normas de permanencia en estudios conducentes a títulos oficiales de la Universidad Nacional de Educación A Distancia.
- Regulación de los trabajos de fin de master en las enseñanzas conducente al título oficial de master de la UNED.

PRÁCTICAS

Este Máster no cuenta con prácticas profesionales.

DOCUMENTACIÓN OFICIAL DEL TÍTULO

La Ley Orgánica de Modificación de la Ley Orgánica de Universidades (LOMLOU) y los decretos que la desarrollan, establecen que todos los títulos oficiales de todas las universidades han de someterse a un proceso de verificación-acreditación por parte de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) o los órganos competentes de las Comunidades Autónomas, según el caso, tanto en el momento de presentar la propuesta de desarrollo de cada título (solicitud de verificación), como una vez que ha sido completamente implantado (solicitud de renovación de la acreditación).

El proceso de verificación comienza con la elaboración de la memoria del título por la Universidad. El Consejo de Universidades (CU) recibe la memoria para su verificación y comprueba que la propuesta se ajusta a los protocolos establecidos, después la remite a la ANECA para su evaluación.

La Agencia elabora un informe final de evaluación que será favorable o desfavorable y lo remite al Consejo de Universidades. El Consejo de Universidades dicta la resolución de verificación que será positiva, si se cumplen las condiciones establecidas o negativa, en caso contrario. La resolución de verificación se comunicará al Ministerio de Educación y a la

Universidad correspondiente.

El Ministerio elevará al Gobierno la propuesta de carácter oficial del título y su inclusión en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), cuya aprobación será publicada en el Boletín Oficial del Estado. Finalmente, la Universidad publicará el plan de estudios en el Boletín Oficial del Estado.

La ANECA cada dos años elabora un informe de seguimiento del título que proporciona una valoración externa sobre cómo se está realizando su implantación.

•Memoria del Título
•Informe final de evaluación de la ANECA
•Resolución de verificación del CU
•Inscripción del Título en el Registro de Universidades, Centros y Títulos
•Publicación del Plan de Estudios en el BOE
•RUCT

SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD DEL TÍTULO

La UNED considera imprescindible garantizar la calidad de todas las titulaciones oficiales que imparte y de los servicios que ofrece. Para ello, ha desplegado un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC), cuyo diseño ha sido certificado por la ANECA, que incluye el desarrollo de un conjunto de directrices mediante las cuales se asegura la calidad de sus enseñanzas, la mejora continua y una adecuada respuesta a la demanda de necesidades y expectativas de todos los grupos de interés.

El SGIC de la UNED contempla todos los procesos que desarrollan las facultades/escuelas y otros servicios universitarios, necesarios para asegurar el control y revisión de los objetivos de las titulaciones, los procesos de acceso y admisión de estudiantes, la planificación, seguimiento y evaluación de los resultados de la formación, la movilidad, orientación académica e inserción laboral, la adecuación del personal académico y de apoyo y los recursos materiales, entre otros.
Para la implantación del SGIC, la UNED ha creado:

1. El ***Portal estadístico***, que aporta información a toda la comunidad universitaria tanto de los resultados de la formación como de los resultados de la percepción obtenidos a través de los cuestionarios de satisfacción aplicados a los distintos grupos de interés.
2. Un repositorio denominado ***Sistema de información para el seguimiento del título*** (SIT), que recoge todas las evidencias del funcionamiento del SGIC.

La Oficina de tratamiento de la información y la **Oficina de Calidad** proporcionan anualmente toda esta información a los responsables del título, con el objetivo de que

reflexionen y establezcan acciones de mejora.

•Resultados de satisfacción y de la formación (Portal estadístico)
•Documentación del Sistema de información para el seguimiento del título (SIT)
•Sistema de Garantía Interna de Calidad de la UNED (SGIC)

ATRIBUCIONES PROFESIONALES

ESTUDIANTES CON DISCAPACIDAD

https://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,154331&_dad=portal&_schema=PORTAL

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.