17-18

TITULACIÓN

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA

CÓDIGO 290301

UNED

17-18

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
MODALIDAD DE LAS ENSEÑANZAS
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 objetivo 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, 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. 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.

Este máster 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, y 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.

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 los 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 a cualquiera de las anteriores en alguna de las siguientes áreas: Sociología, Ciencia Política, Psicología Social, Publicidad, Periodismo o cualquier otra área afín a las mencionadas.
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.

CRITERIOS DE ADMISIÓN

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

- Certificado académico donde se especifique las calificaciones obtenidas en el grado o licenciatura a partir del cual pretende acceder al máster.
- Currículum vitae resumido del estudiante, conteniendo aquellos trabajos y tareas relevantes para valorar su perfil y trayectoria profesional, y el nivel de conocimiento del idioma inglés acreditado mediante sistema homologado o equivalente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- 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 en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política (máximo 200 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:

a) Nota media expediente académico: 40%.

b) Adecuación perfil académico: 20%

c) Adecuación perfil profesional: 20%

d) Conocimiento del idioma inglés: 10%

e) Motivación para cursar el máster: 10%.

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 superará 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>
</table>

EL MÓDULO 2 SE COMPLETA SELECCIONANDO 1 ASIGNATURA OBLIGATORIA Y 3 ASIGNATURAS OPTATIVAS	ASIGNATURA: **Sociedad mundial: procesos de construcción** TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE
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
- RD 43/2015, de 2 de febrero, 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, y el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado.
- 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

De acuerdo con la legislación vigente, todas las Universidades han de someter sus títulos oficiales a un proceso de verificación y acreditación.
En el caso de la UNED, el Consejo de Universidades recibe la memoria del título y la remite a la ANECA para su evaluación y emisión del Informe de verificación. Si el informe es favorable, el Consejo de Universidades dicta la Resolución de verificación, y el Ministerio de Educación eleva al Gobierno la propuesta de carácter oficial del título, ordena su inclusión en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) y su posterior publicación en el Boletín Oficial del Estado.
Los títulos oficiales de máster han de renovar su acreditación antes de los seis años, desde la fecha de inicio de impartición del título o de renovación de la acreditación anterior, con el objetivo de comprobar si los resultados obtenidos son adecuados para garantizar la continuidad de su impartición. Si son adecuados, el Consejo de Universidades emite una Resolución de la acreditación del título.
Estas resoluciones e informes quedan recogidos en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT).

- Memoria del Título
- Informe de Verificación 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
- Informe de seguimiento del título
- Informe/s de modificación del Plan de Estudios

SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD DEL TÍTULO

La UNED dispone de un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC-U) que alcanza a todos sus títulos oficiales de grado, máster y doctorado, así como a los servicios que ofrece, cuyo diseño fue certificado por la ANECA.
El SGIC-U contempla todos los procesos necesarios para asegurar la calidad de su profesorado, de los recursos y de los servicios destinados a los estudiantes: el acceso, la admisión y la acogida, las prácticas externas, los programas de movilidad, la orientación académica e inserción laboral, el seguimiento y evaluación de los resultados de la formación, la atención de las sugerencias y reclamaciones y la adecuación del personal de apoyo, entre otros.
Los responsables del SGIC son:

- La Comisión Coordinadora del Título
- La Comisión de Garantía de Calidad del Centro
- El Equipo Decanal o de Dirección

•La Comisión de Garantía de Calidad de la UNED

A través del Portal estadístico, la UNED aporta información a toda la comunidad universitaria tanto de los resultados de la formación como de los resultados de satisfacción de los distintos colectivos implicados.

Documentos del SGIC del título:

•Principales resultados de rendimiento

•Resultados de satisfacción de los diferentes colectivos

•Objetivos de Calidad del Centro

>

ATRIBUCIONES PROFESIONALES

No es aplicable en el presente máster.

MODALIDAD DE LAS ENSEÑANZAS

El máster se imparte en modalidad semipresencial, lo que quiere decir que contiene algunas actividades presenciales que, de acuerdo con la planificación de las enseñanzas, no pueden llevarse a cabo mediante medios telemáticos o virtuales. Actualmente, se realizan con este carácter pruebas presenciales, sesiones presenciales y la defensa del trabajo fin de máster. La primera actividad se encuentra descentralizada, de modo que los estudiantes pueden acudir a los centros asociados, dentro de España o fuera, para rendir sus exámenes. Las otras dos actividades están centralizadas en la sede del máster, que es la Facultad de CC. Políticas y Sociología de la UNED en Madrid. Actualmente se están llevando a cabo dos sesiones presenciales por curso, en torno a octubre y febrero. Sólo en circunstancias extraordinarias sujetas a la evaluación del equipo de coordinación del máster, se permitiría la utilización de medios virtuales para la presentación del TFM.

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.