



Propuesta de Máster universitario en *Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital* por la Universitat de Lleida y la Universidad de Zaragoza

Según guía para la elaboración y verificación de las propuestas de titulaciones universitarias de máster http://www.agu.cat/doc/doc_42330665_1.pdf

1.DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

- 1.1 Denominación**
- 1.2 Universidad solicitante y centro responsable**
- 1.3 Modalidad de enseñanza**
- 1.4 Oferta de plazas de nuevo ingreso**
- 1.5 Criterios y requisitos de matriculación**

2.JUSTIFICACIÓN

- 2.1 Justificación del título propuesto en el marco del sistema universitario de Catalunya**
- 2.2 Referentes externos (nacionales o internacionales)**
- 2.3 Coherencia con el potencial de la UdL y con su tradición en la oferta de enseñanzas**

3.COMPETENCIAS

- 3.0 Objetivos generales**
- 3.1 Competencias**

4.ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

- 4.1 Sistemas de accesibles información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación**
- 4.2 Criterios**
- 4.3 Sistemas accesibles de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados**
- 4.4 Transferencia y reconocimiento de créditos**
- 4.5 Curso de adaptación**
- 4.6 Complementos formativos**

5.PLANIFICACIÓN DE LA TITULACIÓN

- 5.1 Descripción general del plan de estudios**
- 5.2 Procedimientos movilidad de estudiantes**
- 5.3 Procedimientos de coordinación docente y supervisión**
- 5.4 Cuadro de Plan de Estudios (Anexo 1)**

6.PERSONAL ACADÉMICO

- 6.1 Mecanismos**

7.RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

- 7.1 Justificación**
- 7.2 Previsión**

8.RESULTADOS PREVISTOS

- 8.1 Estimación de valores**
- 8.2 Valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes**

9.SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

10.CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

- 10.1 Cronograma de implantación del título.**
- 10.2 Procedimiento de adaptación**
- 10.3 Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto**

1. DESCRIPCIÓN DEL MÁSTER**1.1 Denominación**

Catalán:

Creació d'empreses audiovisuals i convergència digital

Castellano:

Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital

Inglés:

Creating audiovisual companies and digital convergence

Francés:

*Máster universitario en T, si ocurre en la especialidad E, por la Universitat de Lleida***Especialidad**

Denominación Especialidad	Créditos optativos
Creación audiovisual y convergencia digital	16
Periodismo y convergencia digital	16

*Cabe completar este apartado si se quiere que las especialidades consten en la denominación del título.***1.2 Universidad solicitante y centro responsable**

Universidad solicitante:

Universitat de Lleida- Universidad de Zaragoza

Centro responsable de la enseñanza:

Facultat de Lletres- Escuela de Ingeniería y Arquitectura

Coordinador/a del máster

Laura Bergés Saura

Universidades participantes

Universitat de Lleida y Universidad de Zaragoza

*Para cada universidad participante se tendrá que indicar el centro donde se imparte la titulación. Adjuntar el convenio***1.3 Modalidad de enseñanza:**Régimen de estudios tiempo completo tiempo parcialModalidad presencial semipresencial a distancia*Presencial: 2/3 partes o más de la docencia total del título requieren la presencia del estudiantado en el centro.**Semipresencial: 1/3 o más de la docencia es a distancia.**A distancia: no se requiere la presencia del estudiantado en el centro para la docencia.*

En el caso de títulos con dos modalidades, hay que especificar la información relativa a la tipología de actividades formativas, metodologías y sistemas de evaluación por duplicado, es decir, un despliegue para cada una de las modalidades. (APARTADO 5)

Además, hay que tener presente los requerimientos relativos a personal docente y en infraestructuras en cuanto a la modalidad a distancia.(APARTADO 6 y APARTADO 7).

Periodo lectivo: anual semestral

Horario: mañana tarde horarios especiales (sábados y otros)

1.4 Oferta de plazas de nuevo ingreso:

1er curso	2do curso
30	30

1.5 Criterios y requisitos de matriculación:

Materias	Créditos
Obligatorias	42 ECTS
Optativas	18 ECTS
Complementos formativos	-
Prácticas externas	15 ECTS
Trabajo fin de máster	15 ECTS
TOTAL	90 ECTS

- *En las materias optativas se debe indicar el número de créditos de este tipo en los que el estudiante se ha de matricular y no el número total de créditos ofertados.*
- *Si los complementos formativos no se encuentran incluidos en el máster no se indicarán en este apartado sino que se describirán en el apartado 4.5 de la memoria.*
- *Se debe indicar prácticas externas cuando estas sean obligatorias para la obtención del título. Si son prácticas con carácter no obligatorio o que no deban ser cursadas por todos los estudiantes y que se encuentren asociadas a especialidades, itinerarios,... serán consignadas como créditos optativos.*
- *El trabajo fin de máster, cuando éste tenga carácter investigador, se recomienda que tenga un mínimo de 12 ECTS*

Número mínimo de créditos de matrícula por estudiante y período lectivo y normas de permanencia:

Según normativa académica de los estudios universitarios de máster aprobada por Consejo de Gobierno y por Consejo Social.

Se adjunta la dirección de la UdL donde consta la normativa académica vigente.

http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio_academica/xNormativa_Acadxmica_-_Estudis_Oficials_Masters_curs_2012-13._xCG_28.03.2012x.pdf

Estudiantes a tiempo completo:

Número mínimo de créditos a matricular el primer curso: 60ECTS

Número máximo de créditos a matricular el primer curso: 60ECTS

Número mínimo de créditos a matricular el resto de cursos: ---
Número máximo de créditos a matricular el resto de cursos: ---

Estudiantes a tiempo parcial:

Número mínimo de créditos a matricular el primer curso: 20ECTS

Número máximo de créditos a matricular el primer curso: 59ECTS

Número mínimo de créditos a matricular el resto de cursos: ----

Número máximo de créditos a matricular el resto de cursos: ----

Idiomas de impartición de la titulación

Idiomas
Castellano
Catalán
Inglés

Las lenguas que se incluyan solamente en asignaturas optativas, o que solo aparezcan en algún itinerario no deben incluirse.

Si existen grupos diferenciados por lengua de impartición, se deberán marcar todas las lenguas utilizadas.

Se ha de requerir como criterio de admisión un nivel mínimo de la tercera lengua (diferente castellano/catalán) que se indique en este apartado.

Rama:

Ciencias sociales y jurídicas

Ramas de conocimiento: Artes y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas o Ingeniería y Arquitectura.

En el caso de títulos que estén relacionados con más de una disciplina, se debe señalar la rama principal a la que se adscribe el título.

Profesión regulada:

No

Si es afirmativa la respuesta se ha de indicar la profesión para la que habilita y la normativa aplicable.

ISCED1

Técnicas audiovisuales y medios de comunicación

ISCED2

Periodismo

Clasificación internacional ISCED1 e ISCED2 que corresponda. Consultar los ámbitos de estudio en este enlace:

<http://www.ikasketak.ehu.es/p266->

[shprmaact/eu/contenidos/informe_estudio/propuesta_documentosrelacionad/eu_document/adjuntos/Codigos_ISCED.pdf](http://www.ikasketak.ehu.es/p266-shprmaact/eu/contenidos/informe_estudio/propuesta_documentosrelacionad/eu_document/adjuntos/Codigos_ISCED.pdf)

2. JUSTIFICACIÓN

2.1 Justificación del título propuesto en el marco del sistema universitario de Catalunya

La industria y los mercados audiovisuales están sujetos a un intenso y continuo proceso de cambios, impulsados por los desarrollos tecnológicos, la evolución de unos mercados globalizados, la progresiva convergencia con las industria de tecnologías de la información y las telecomunicaciones, además de por el proceso de crisis más general que afecta al conjunto de la actividad económica.

Los modelos de negocio, el entorno de competencia, las prácticas profesionales, la oferta de productos y servicios, se transforman para adaptarse a la digitalización, entendida como un proceso inacabado, en el que se van desarrollando nuevas formas de creatividad, nuevas oportunidades de distribución y consumo, y también nuevas posibilidades de financiación.

Al mismo tiempo, fruto de estos cambios, de la crisis económica general y de las transformaciones en los modelos de gestión empresarial, el sector de la comunicación se caracteriza también por la externalización de los procesos de producción, que dibuja un escenario industrial formado por grandes grupos empresariales en coexistencia con pequeñas y medianas empresas y microempresas que asumen partes de los procesos de producción o se especializan en nichos de mercado específicos. Así pues, mientras la ocupación directa en los medios de comunicación, escritos y audiovisuales, disminuye, aumentan las posibilidades para profesionales innovadores que tengan la capacidad de asumir el desarrollo de negocios dirigidos al consumidos final o, sobre todo, a las empresas con mayor capacidad económica que actúan en el mercado intraindustrial.

Estos dos elementos -la convergencia digital, y especialmente los más recientes desarrollos que afectan al audiovisual, y la externalización y descentralización de las actividades empresariales- son la base de la propuesta formativa del máster en Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital.

La propuesta se ajusta a los objetivos de fomento de la creación de empresas y de desarrollo de proyectos innovadores que figuran tanto en los planes autonómicos como nacionales de formación y de fomento de la ocupación y la actividad empresarial. Así, el Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016 define una línea de Acción Estratégica en Economía y Sociedad Digital en la que se señalan como prioridades temáticas el Internet del futuro y los sistemas, plataformas, servicios y procesos orientados al diseño, producción y empaquetamiento de contenidos digitales y la difusión audiovisual. Así mismo, se señala como objetivo la formación especializada en contenidos digitales y, en general, la formación orientada al fomento de la ocupabilidad y de la innovación empresarial. La implicación de la universidad en el fomento de la innovación y la creación de empresas es también una de las prioridades de las políticas de universidad y empresa de la Generalitat.

El máster que se propone incide precisamente en estos aspectos, con una oferta formativa que combina el desarrollo de competencias ligadas a la emprendedoría y la innovación empresarial, con materias que profundizan en las especificidades del sector de los contenidos digitales y la difusión audiovisual, teniendo en cuenta tanto los aspectos tecnológicos como profesionales.

Dentro del sistema universitario catalán y español, el máster se ofrece como una oportunidad de especialización profesional, con un énfasis especial en las nuevas demandas derivadas de los procesos de cambio en la industria audiovisual digitalizada. También se fomenta la innovación y la ocupabilidad en el sector, con un planteamiento que pone en contacto a los estudiantes con profesionales en activo de reconocido prestigio en el sector, y les exige el desarrollo de un proyecto de producción o de creación de empresas insertas en la realidad del mercado audiovisual.

El diseño del plan de estudios, la selección del profesorado y la dirección del máster aseguran los objetivos mencionados, gracias a:

- una formación interdisciplinar que combina tres áreas fundamentales: ciencias empresariales, ciencias de la comunicación e ingeniería de las tecnologías de la información y la comunicación.
- una presencia importante de docentes proveniente del mundo profesional, implicado en la innovación de productos y servicios, y en la gestión de proyectos y empresas de comunicación, junto con profesorado de la UdL y la Universidad de Zaragoza de las tres

áreas mencionadas;

- docencia semipresencial, para facilitar la participación de este perfil de profesorado y para facilitar también la participación de estudiantes insertos ya en el mundo profesional;
- un alto porcentaje de actividad práctica especializada en las distintas plataformas de creación y distribución de contenidos audiovisuales digitales;
- un peso significativo del trabajo de fin de máster orientado al desarrollo de proyectos profesionales y empresariales, y tutorizado por el equipo docente;
- prácticas externas en empresas que conectan a los estudiantes directamente con el mundo profesional;
- colaboración con los principales centros de producción audiovisual del territorio –*Magical*, en Lleida, y el *Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales (Parque Tecnológico Walqa, Huesca)* y el *Centro de Arte y Tecnología-Milla Digital (Zaragoza)*- que incorporan las últimas tecnologías de producción audiovisual digital;
- dirección en manos de un profesional de larga y reconocida experiencia profesional en el sector audiovisual y actual presidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España.

Con estas características, el máster se propone atraer tanto a graduados en estudios vinculados a la comunicación (Comunicación audiovisual, Periodismo, Publicidad y relaciones públicas) como provenientes otros grados, principalmente de administración de empresas y otras ciencias sociales, así como a profesionales que quieran mejorar su formación.

Los destinatarios más directos del máster son los propios estudiantes del Grado de Comunicación y Periodismo Audiovisual de la UdL y del Grado en Periodismo de la Universidad de Zaragoza, con 60 estudiantes de nuevo ingreso anuales cada uno.

De acuerdo con su planteamiento docente, el máster se dirige también a estudiantes de otros grados de las universidades participantes:

- Estudios ingleses / catalanes y occitanos / hispánicos (UdL): 120 alumnos de nuevo ingreso.
- Administración y gestión de empresas (UdL): 220 alumnos de nuevo ingreso.
- Historia / Historia del Arte / Geografía y ordenación del territorio (UdL): 100 alumnos de nuevo ingreso.
- Grado en Información y Documentación (UZ). 40 alumnos de nuevo ingreso anuales.

La especificidad del máster, especialmente en el territorio fuera del área metropolitana de Barcelona, ha de permitir también captar estudiantes de comunicación de otras universidades catalanas.

- Universitat Rovira i Virgili:
 - o Comunicación Audiovisual: 40 alumnos de nuevo ingreso
 - o Publicidad y relaciones públicas: 40 alumnos de nuevo ingreso
 - o Periodismo: 40 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat de Girona:
 - o Publicidad y relaciones públicas: 80 alumnos de nuevo ingreso
 - o Comunicación cultural: 40 alumnos de nuevo ingreso
 - o Audiovisual y multimedia: 50 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat de Vic:
 - o Comunicación Audiovisual: 50 alumnos de nuevo ingreso
 - o Publicidad y relaciones públicas: 50 alumnos de nuevo ingreso
 - o Periodismo: 60 alumnos de nuevo ingreso
 - o Multimedia: 18 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat Autònoma de Barcelona:
 - o Comunicación Audiovisual: 80 alumnos de nuevo ingreso
 - o Publicidad y relaciones públicas: 80 alumnos de nuevo ingreso
 - o Periodismo: 295 alumnos de nuevo ingreso
- Universitat Pompeu Fabra:
 - o Comunicación Audiovisual: 80 alumnos de nuevo ingreso
 - o Publicidad y relaciones públicas: 80 alumnos de nuevo ingreso
 - o Periodismo: 80 alumnos de nuevo ingreso

- Universitat de Barcelona:
 - o Comunicación Audiovisual: 50 alumnos de nuevo ingreso
 - o Publicidad y relaciones públicas: 120 alumnos de nuevo ingreso
 - o Cine y medios audiovisuales: 100 alumnos de nuevo ingreso
 - o Información y documentación: 65 alumnos de nuevo ingreso

Finalmente, el máster resulta de interés para profesionales que quieran actualizar su formación y, especialmente, que quieran adquirir competencias emprendedoras para afrontar los cambios en el sector audiovisual.

En el máster se forman profesionales expertos en la dirección y realización audiovisual para distintas plataformas de distribución audiovisual digital, con capacidad para gestionar proyectos de producción y empresas en estos ámbitos.

Los estudiantes pueden encontrar salidas profesionales en diversos ámbitos del sector público y privado, tanto en empresas de producción audiovisual y de contenidos digitales, como en medios de comunicación audiovisual y digital, como en empresas e instituciones culturales. Además, abre oportunidades de auto-ocupación en estas ramas de actividad, caracterizadas por una estructura industrial en la que conviven grandes grupos empresariales con un amplio sector de pequeñas y medianas empresas, microempresas y profesionales autónomos.

A pesar de la alta concentración de la industria audiovisual en Madrid y Barcelona, la oferta de los estudios de este máster en Lleida y Zaragoza responde a la apuesta de estos dos territorios por ganar peso en el sector. Así, en Lleida, además de las empresas de medios más tradicionales, encontramos el centro de producción audiovisual Magical, que está generando nueva actividad audiovisual en la ciudad, tanto con proyectos de producción de fuera que utilizan sus instalaciones y servicios –entre otros, cabe destacar las grabaciones de El mecanoscrit del segon origen, o la realización de diversos cortometrajes-, como con proyectos de empresas locales. En esta línea, está prevista la apertura, para el próximo año, de un vivero de empresas audiovisuales en el propio centro Magical. Además, el Parque Tecnológico en el que se incluye el Magical acoge también otras empresas punteras del sector de las tecnologías y contenidos digitales, entre las que se pueden mencionar Indra, Lleida.net Acustics Ambient, GFT, R Play Serveis Audiovisual, Webspilon 2.0 o Use-It Easy Interfaces, todas ellas empresas con un gran componente de innovación y dedicación a nuevas plataformas digitales.

Por su parte, Zaragoza constituye el principal centro de la industria audiovisual y digital de Aragón, y cuenta con importantes infraestructuras de producción. La Televisión de Aragón, cuyo director forma parte del equipo docente del máster, es una de las empresas destacadas en el ámbito audiovisual. Hay que mencionar también la existencia de los dos centros tecnológicos que colaboran con el máster, como dinamizadores del sector y las inversiones en nuevos productos y servicios digitales. El parque Tecnológico Walqa cuenta con la División de Tecnologías Multimedia compuesta por 11 técnicos que vienen desarrollando su actividad en líneas tales como Nuevas Formas de Interactividad como Realidad Aumentada/Virtual, motores gráficos de videojuegos, aplicación de técnicas de inteligencia artificial o tecnologías móviles, Análisis Inteligente de Imagen y Video o Tecnologías Audiovisuales entre las que se encuentra TV interactiva con el nuevo estándar HbbTV. Además, el parque acoge también una veintena de empresas del sector de las aplicaciones, web y productos y servicios para telefonía móvil.

La propuesta tiene que justificar el interés del título, poniendo de relieve su pertinencia dentro del contexto de la programación del sistema universitario catalán. Por ejemplo:

- *Previsión de la demanda (referentes autonómicos): evolución de la demanda en titulaciones de la ordenación académica del curso anterior o de titulaciones similares. En el caso de máster, número de graduados en las titulaciones previas que le dan acceso. Previsión de captación de nuevos entornos.*
- *Territorialidad de la oferta (oferta de titulaciones similares en el territorio)*
- *Potencialidad del entorno productivo:*
 - o *Empleabilidad (tasas de ocupación y calidad de la inserción) de titulaciones similares o equivalentes en la ordenación académica anterior.*
 - o *Situación de I+D+i en el sector académico y profesional: grupos de investigación, proyectos de I+D+i, publicaciones científicas, infraestructuras de investigación.*

- o *Consonancia con las líneas de investigación prioritarias según las administraciones competentes en esta materia.*

En todo caso, es necesario que la propuesta justifique su interés en los cimientos de la disciplina académica y, si procede, de la práctica profesional.

Se han de justificar la inclusión de especialidades, si es el caso, en el título.

En el caso de títulos de máster que propongan dos modalidades de impartición de la docencia justificación del número de plazas de ingreso para cada modalidad, y en cualquier caso, justificación de la pertinencia de la modalidad escogida para la adquisición de las competencias planteadas en el Título.

2.2 Referentes externos (nacionales o internacionales)

En la actualidad, existe en España una amplia oferta de programas educativos de postgrado en el ámbito de la Comunicación. Bajo esta premisa, hay que esclarecer que muchos de ellos están dedicados a la investigación y el doctorado, mientras que otros muchos con carácter profesionalizante están relacionados con la comunicación aplicada a varios campos, como pueden ser: los problemas socioculturales, el periodismo deportivo, la educación, el sector audiovisual, el periodismo económico, industrias creativas, la publicidad, comunicación multimedia, marketing, comunicación científica, psicología, relaciones públicas, cultura, periodismo digital, redes sociales, televisión o reporterismo.

Existen 35 programas de postgrado impartidos por universidades españolas públicas y privadas verificados por ANECA como títulos oficiales y que podrían contar con características similares en alguna parte de su programa académico con el Máster Universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y convergencia digital, aunque nunca en su totalidad. A éstos, hay que añadir los distintos títulos propios ofrecidos por las universidades.

Entre todos estos programas, oficiales y propios, cabe destacar los siguientes como los referentes más cercanos y que se han tenido en cuenta en la elaboración de la presente propuesta:

Títulos en universidades públicas:

Universidad Autónoma de Barcelona

Máster Universitario en Diseño y Gestión de la Producción Audiovisual

Universidad Carlos III

Máster en Dirección de la Empresa Audiovisual * (no ofertado en el curso 2013-2014)

Universidad Carlos III

Máster en Gestión y Dirección de Medios en Internet

Universitat Oberta de Catalunya

Postgrado Universitario en Innovación en Creación de Contenidos Audiovisuales

Postgrado en Creación de contenidos para nuevos medios audiovisuales

Títulos en universidades privadas:

Universidad Ramón Llull

Máster Universitario en Producción y Gestión de la empresa Audiovisual

Universidad de Navarra

Gestión de Empresas de Comunicación *

Universidad San Pablo-CEU

Máster Universitario en Comunicación Multimedia

Universidad Camilo José Cela

Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Audiovisuales

Universidad Europea de Madrid

Máster Universitario en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales Mediaset

Universidad de Valencia

Máster Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales

Universidad de Deusto

Máster Universitario en Gestión de la Comunicación Audiovisual, Empresarial e institucional

Universidad de Vigo

Máster universitario en Creación, Desarrollo y Comercialización de Contenidos Audiovisuales

Universidad Católica San Antonio

Máster Universitario en Gestión y Producción Audiovisual Multiplataforma

(Aparecen con un asterisco * aquellos programas de postgrado que han sido reconocidos entre los cinco mejores de su especialidad en el especial de el Ranking 2012/2013 del periódico *El Mundo* publicado el 20 de junio de 2012).

Los distintos masters mencionados, y la nueva propuesta que se presenta, coinciden en gran parte en una propuesta docente que, con distintos énfasis, trata los diversos aspectos de la gestión empresarial en actividades de comunicación (dirección, marketing, producción, financiación, forma jurídica). Los medios audiovisuales, con mayor oferta de títulos, e Internet y nuevas plataformas digitales son las actividades que reciben mayor atención, aunque también hay ofertas, como la de la Universidad de Navarra, que ofrecen una perspectiva más amplia, considerando el conjunto de actividades de comunicación. La estructura de los distintos mercados y ramas dentro de la industria de la comunicación es también otra área de atención compartida por los distintos postgrados, incluyendo ahí tanto la situación en cuanto a oferta y demanda, como la regulación y aspectos tecnológicos que inciden en la estructura y dinámica de dichos mercados. En este marco compartido, las ofertas docentes presentan especificidades, principalmente por su mayor atención a un medio u otro, y por su mayor atención a aspectos de creación y producción de contenidos, o un mayor énfasis en distintas facetas de la gestión empresarial. En este sentido, la propuesta docente que se presenta delimita su área de interés, en cuanto a actividades y mercados, en el nuevo espacio del audiovisual conectado, fruto de la convergencia digital. Y se profundiza en tres aspectos que se consideran clave para la gestión empresarial y el desarrollo de proyectos, como son las tecnologías y las características y nuevos requerimientos de las profesiones implicadas, y el escenario industrial y de mercado.

Así pues, en relación a la oferta existente, el título propuesto viene a cubrir un vacío en el sistema público del área territorial de Catalunya (especialmente fuera del área metropolitana de Barcelona, donde se concentran los dos masters, uno público y otro privado, relacionados con la producción y gestión audiovisual) y Aragón.

Al mismo tiempo, el nuevo título propuesto ofrece algunas especificidades respecto a los títulos existentes, ya sean de universidades públicas como privadas. Así, el máster se propone dotar a los alumnos de capacidades emprendedoras, aspecto compartido con algunos de los programas mencionados, pero con un énfasis específico en lo que ya es una realidad en el sector, los medios emergentes nacidos de Internet y su interrelación con la radio y la televisión, a diferencia de otros programas, más centrados en lo audiovisual, por un lado, o en Internet, por otro.

El título propuesto ofrece, también, una formación específica en aspectos tecnológicos que resulta innovadora respecto a los masters analizados y que responde a la evolución de un sector, el de los contenidos, cuyo principal motor de cambio son estas tecnologías de la información y la comunicación. Así mismo, se contempla también el impacto de estas tecnologías en el campo de la gestión empresarial más en general.

A semejanza de algunos programas existentes en innovación y gestión empresarial, el máster que se presenta otorga una importancia capital al desarrollo de un proyecto empresarial que se inserte en la realidad del sector y dispone de las instalaciones de centros de producción audiovisual del territorio.

A nivel internacional existe también una amplia oferta de estudios de postgrado relacionados con la producción audiovisual y digital, tanto con un enfoque centrado en las cuestiones creativas, como orientados a la formación en conocimientos y habilidades empresariales. Entre estos últimos, cabe señalar los siguientes, cuyos planteamientos se han tenido en cuenta en el diseño del máster:

Boston University

Master of Science in Business & Economics Journalism

MS in Television

King's College London

MA Cultural & Creative Industries

Copenhagen Business School

MSC of Social Science in Management of Creative Business Processes

University of Southern California

Business of Entertainment Program

Cardiff Business School and Cardiff's School of Journalism, Media and Cultural Studies

MBA in Media Management

Metropolitan College of New York

MBA in Media Management

St. Edward University (Austin, Texas)

MBA in Digital Media Management

University of Cambridge

Cultural, Arts & Media Management

Drexel's Antoinette Westphal College of Media Arts & Design

Graduate Program in Television Management

Estos programas comparten una formación que se centra en aspectos industriales y de mercado, así como en las particularidades del marketing, la producción y la financiación de las empresas de medios y empresas culturales, aspectos que se recogen también en la presente propuesta formativa.

Algunos ejemplos de referentes para fundamentar el interés académico de la propuesta son los siguientes:

- *Planes de estudios de universidades nacionales, europeas o internacionales con una calidad contrastada en el sector.*
- *Títulos del catálogo vigente a la entrada en vigor de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, de modificación de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.*
- *Informes de asociaciones o colegios profesionales que justifiquen o avalen el interés científico-profesional de la propuesta.*
- *Existencia de documentos internacionales sobre objetivos de formación en la enseñanza universitaria, como por ejemplo los Subject benchmark statements del Reino Unido.*
- *Otros, con la justificación de su calidad o interés académico. Por ejemplo, la consulta a expertos internacionales que valoren la propuesta.*

Se tienen que detallar los procedimientos de consulta utilizados y cómo la información que resulta (acuerdos, informes, convenios, cartas de apoyo, información no sistematizada, etc.) ha contribuido al plan de estudios.

Se tienen que especificar los colectivos internos (junta de centro, comisiones específicas, departamentos, profesorado, estudiantes, etc.) y organismos o colectivos externos a la universidad (colegios profesionales, asociaciones, organizaciones empresariales, graduados, etc.) que han sido consultados en la elaboración del plan de estudios y la forma en que se ha llevado a cabo la consulta y la aprobación del mencionado plan de estudios.

2.3 Coherencia con el potencial de la UdL y con su tradición en la oferta de enseñanzas

El máster en *Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital* responde a los objetivos estratégicos de las universidades implicadas, en su apuesta por los estudios en Comunicación y Periodismo Audiovisual, por un lado, y en atención a una formación profesionalizante que vincule a la universidad con el mundo profesional y empresarial, por otro lado.

En la Universitat de Lleida, una vez asentados los estudios de grado en Comunicación y Periodismo Audiovisual, cuya primera promoción de graduados finalizó los estudios en el curso 2012-2013, la puesta en marcha del máster supone una oportunidad para estos estudiantes de proseguir con su formación, con una oferta claramente orientada a la inserción laboral. Así mismo, con este máster se abre una vía para el acceso a los estudios de doctorado de aquellos estudiantes interesados en proseguir una carrera de investigación académica. Así pues, la oferta del máster da continuidad a unos estudios, los del grado en Comunicación y Periodismo

Audiovisual, que han consolidado una demanda de 60 alumnos nuevos por curso.

La apuesta de la UdL por la formación y la investigación en el área de la comunicación y el periodismo audiovisual se refleja también en la puesta en marcha, en 2011, de la Cátedra de Universidad y Empresa de Periodismo y Comunicación de la UdL, que tiene como objetivos ampliar la colaboración entre la UdL y las empresas de medios de comunicación, promover la investigación en comunicación y organizar actividades científicas, jornadas de reflexión, conferencias y otras actividades en el campo del periodismo y la comunicación, con un énfasis especial en la búsqueda de puentes entre el entorno universitario y el entorno profesional, empresarial y social. Una de las actividades promovidas por la Cátedra es la celebración de un seminario sobre Periodismo y Política, dirigido por Iñaki Gabilondo. La UdL aporta también su experiencia en el área de Ingeniería informática, en la que destaca el grupo de investigación en Interacción persona ordenador e integración de datos.

De la misma manera, la puesta en marcha del máster supone también la oportunidad para los estudiantes del Grado en Periodismo de la Universidad de Zaragoza (cuya primera promoción ha finalizado en el año 2012) de proseguir su formación de cara a la inserción laboral, o de acceder a los estudios de doctorado.

La Universidad de Zaragoza ha complementado la formación de sus estudiantes de Periodismo con diferentes actividades entre las que se destaca la puesta en marcha de Radio Unizar (radio.unizar.es) y diversos cursos de verano desarrollados en Jaca. Además, la participación de la Universidad de Zaragoza aporta su experiencia en el campo de la ingeniería de las telecomunicaciones y la tecnología audiovisual.

El profesorado implicado en la docencia del máster ha participado en distintos grupos de investigación y en publicaciones que guardan relación directa con los contenidos del máster. Además, forman parte del equipo docente profesionales de dilatada experiencia en el sector audiovisual, cuya aportación se considera imprescindible para un máster claramente orientado a la profesionalización.

Libros:

Alonso Martínez, José Manuel (2009) *Quadern de l'emprenedor. Guia per a l'elaboració del Pla d'empresa*, Diputació de Lleida. CEEI.

Ruiz González, Manuel; Alonso Martínez, José Manuel (1999) *Lleida, dels Pirineus a la Plana*. Estudi Estratègic Comarcal. Lleida: Pages Editors

Ruiz González, Manuel; Alonso Martínez, José Manuel; Otal Portolés, María Luisa y Esther Serra Barberá (1997) *Manual para la redacción de un Plan de Empresa*. Paperkite Editorial.

Ruiz González, Manuel; Alonso Martínez, José Manuel y UPD-UdL (1996) *Agentes de Promoción Económica en la provincia de Lleida*. Paperkite Editorial.

Cabrera, Daniel (2011) *Comunicación y cultura como ensoñación social. Ensayos sobre el imaginario neotecnológico*. Madrid: Fragua.

(2006) *Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Biblos.

Campo Vidal, M. (2011) *¿Por qué los profesionales no comunicamos mejor?*. Madrid: RBA.

(2008) *¿Por qué los españoles comunicamos tan mal?*. Madrid: Plaza y Janés.

(1996) *La transición audiovisual pendiente*. Barcelona: Ediciones B.

(1986) *Confidencias: La TV por dentro*. Barcelona: El Aleph Editores.

Gallego, María (coord.) *El debate del debate. España 2011*. Madrid: AcademiaTV y Universidad Rey Juan Carlos.

(2010) (coord.) *La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital*. Madrid: Academia y EOI.

(2009) (coord.) *El debate de los debates. España y Estados Unidos, 2008*. Barcelona: Àmbit Serveis Editorials.

Gallizo Larraz, José L.; Ramon Saladríguez, Manuel Salvador (2009) *Financial Convergence in Transition Economies: EU Enlargement*. Lleida: UdL.

Marta, Carmen (2005) *La televisión en la mirada de los niños*. Barcelona: Gedisa.

Marta, Carmen, et altri (2008) *Consumos y mediaciones de familias y Pantallas*. Zaragoza: Gobierno de Aragón.

de Mateo, R.; Bergés, L. y Sabater, M. (2009) *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

(2009) *Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

Nieto, Jorge (2013) *Cine en papel. Cultura y crítica cinematográfica en España, 1962-1982*. Valencia: Generalitat Valenciana.

(2012) (ed.) *1808-1810. Cine e independencias*.

(2011) (ed.) *El destino se disculpa. El cine de José Luis Sáenz de Heredia*.

(2009) *Cine en Papel. Cultura y crítica cinematográfica en España, 1939-1962*. Valencia: Generalitat Valenciana.

(2006) *Posibilismos, memorias y fraudes. El cine de Basilio Martín Patino*. Valencia: Ediciones de la Filmoteca.

(2006) (ed.) *Por un cine de lo real. Cincuenta años después de las «Conversaciones de Salamanca»* (premi al millor treball col·lectiu de recerca de la Asociación Española de Historiadores del Cine en 2006).

Terribas, M. (1997). *Televisió, identitat nacional i esfera pública. Formats*.

Vaca Berdayes, Ricardo (2010). *El perfil de la audiencia de Cuatro y la Sexta: 2005-2008*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(2009) *El puzle de la audiencia televisiva*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(2006) *El Ojo Digital. Audiencias 2*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(2004) *El Ojo Digital. Audiencias 1*. Madrid: Fundación Ex Libris.

(1997) *Quién manda en el mando. Comportamiento de los espectadores ante la televisión*. Madrid: Editorial Visor.

Capítulos de libro:

Alonso Martínez, José Manuel (2007) "Influencia de la familia en la creación de empresas. Una revisión de la literatura", en: *Gestión de la empresa familiar*. McGraw Hill.

(2003) "Creació d'empreses en entorns rurals. Resultats del projecte europeu ROW en les comarques de Lleida", en: *L'empresa en la societat del coneixement*. Edicions de la Universitat de Lleida. Pàg.15-43.

(2000) "Promoción y apoyo empresarial a través de las Unidades de Promoción y Desarrollo", en: *Jornadas Internacionales de Desarrollo Rural*. Centro Tecnológico Forestal de Catalunya, pág.179-186.

(2000) "Promoción y apoyo empresarial a través de las Unidades de Promoción y Desarrollo", en: *Jornadas Internacionales de Desarrollo Rural*. Centro Tecnológico

Forestal de Catalunya, pág.179-186.

José Ramón Beltrán; Raquel Lacuesta. "Multiresolution Approaches for Edge Detection and Classification Based on Discrete Wavelet Transform", en: *Discrete wavelet transforms - algorithms and applications*. pp. 81 - 100.2011. ISBN 978-953-307-4.

José Ramón Beltrán Blázquez - Miguel Ángel Varona Badorrey y Sergio Lasuén Hernández. "Sistema de sonificación del arte mudéjar mediante composición automática basada en la simetría en el plano", en: *Mudéjar- el legado andalusí en la cultura española* :[exposición] Paraninfo de la Universidad de Zaragoza del 6 de octubre de 2010 al 9 de enero de 2011.pp. P. 393 - 407.2010.ISBN 9788492522262

Bergés, Laura y Reguero, Núria (2013) "Media regulators in Europe: Spain", a: Helena Sousa, Wolfgang Trützschler, Joaquim Fidalgo i Mariana Lameiras (eds.) *Media Regulators in Europe: a cross-country comparative analysis*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) Universidade do Minho. http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1546/1448

Bergés, Laura; Sabater, Marta. (2013) "La publicitat", en: Civil, M; Blasco, J.J.; Guimerà, J.A. (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2011-2012*. Barcelona: InCom-Generalitat de Catalunya, Col·lecció Lexikon.

(2011) "La publicitat", a: Miquel de Moragas i Spà, Marta Civil i Serra, Isabel Fernández Alonso, José Joaquín Blasco Gil, Bernat López (eds.). *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2009-2010*. Barcelona: Generalitat de Catalunya-Universitat Autònoma de Barcelona.

(2009) "La publicitat", a: de Moragas, M.; Fernández Alonso, M.I.; Almirón, N.; Blasco, J.J.; Corbella, J.M.; Civil, M. Gibert, O. (eds.). *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2007-2008*. Barcelona: Generalitat de Catalunya-Universitat Autònoma de Barcelona.

(2007) "La publicitat", a: de Moragas, M.; Fernández Alonso, M.I.; Blasco, J.J.; Guimerà, J.J.; Corbella, J.M.; Gibert, O. (eds.). *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2005-2006*. Barcelona: Edicions UAB.

(2005) "La publicitat", en: Corominas, M.; Moragas, M; Guimerà, J.A. (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2003-2004*. Bellaterra: UAB-Aldea Global.

Vartanova, Elena; Bergés Saura, Laura; Steemers, Jeanette; Papathanassopoulos, Stylianos (2011) "Media industries: ownership, copyright and regulation", en: Trappel, Josef / Meier, Werner A. / d'Haenens, Leen / Steemers, Jeanette / Thomass, Barbara (eds.) (2011): *Media in Europe Today*. Bristol, Intellect.

Bergés Saura, L. y Gunn Sara Enli (2011) "Commercial Television: Business in Transition", en: Trappel, Josef / Meier, Werner A. / d'Haenens, Leen / Steemers, Jeanette / Thomass, Barbara (eds.) (2011): *Media in Europe Today*. Bristol, Intellect.

Bergés, Laura. (2010) "Culture and Business in the Revision of Copyrights", a: Vartanova, Elena (ed.) *Content, Channels and Audiences in the New Millennium: Interaction and Interrelations*. Moscou: Faculty of Journalism, Lomonosov MSU – MediaMir.

(2009) "Actors, Evolution, and Production Models in the Commodification of Spanish Television", en: *Comparative Media Systems. European and Global Perspectives*. Budapest: Central European University Press.

(2000) "Finançament i economia de la televisió pública", en: *La televisió pública a l'era digital*. Barcelona: Pòrtic.

de Mateo, R. y Bergés, L. (2011) "Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la industria de la comunicación y en la gestión empresarial", en: Campos Freire (coord.) *El nuevo escenario mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

(2007) "Fat Cats: Private Commercial Television in Europe", en: *Power, Performance and*

Politics. Media Policy in Europe. Baden Baden: Nomos.

de Mateo, R., Bergés, L., y Garnatxe, A. (2010) "Crisis, ¿qué crisis? Los medios de comunicación: empresas y periodismo en tiempos de crisis.", a: f. Campos, *El cambio mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

de Mateo, R.; Becerra, M. y Bergés, M (2009) "La información en el mercado global de la comunicación.", a: Julio Carvajal i Gustavo Rodríguez (eds.) *Comunicación informativa y nuevas tecnologías*. Buenos Aires: Gran Aldea Editores.

de Mateo, R., Bergés, L.; Sabater, M (2005) "Grups de comunicació", en: Corominas, M.; Moragas, M; Guimerà, J.A. (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya, 2003-2004*. Bellaterra: UAB-Aldea Global.

de Mateo, Rosario, Puig, Núria, Bergés, Laura (2003) "Grups de comunicació", en: Corominas, M.; Moragas, M (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya 2001-2002*. Bellaterra: UAB-Aldea Global.

de Mateo, R., Bergés, L., Puig, N., Sabater, M. (2000) "Els grups de comunicació", en: Corominas, M.; Moragas, M (eds.) *Informe de la Comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: INCOM.

M.A. Santiago, G. Cisneros, E Bernues (2011) "Iterative Restoration Methods to Loose Estimations Dependency of Regularized Solutions", en: *Image Restoration*, INTECH. ISBN 979-953-307-619-4

Gómez Ponce, M.; Torres Burriel, D. (2009). "Periodismo 2.0 y experiencias de usuario. Nuevas formas de contar historias en la red". En: *La formación en competencias del futuro periodista digital en Aragón. Retos del periodismo digital. Reflexiones desde la Universidad*. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón, 2009.

Marta, Carmen (2011) "Infancia y adolescencia en la web 2.0." Gedisa.

(2011) "Aplicación del mapa mental como modo de estructurar el relato radiofónico en el entorno web". Madrid: Fragua.

(2010) "Medición de audiencias: prensa escrita y prensa digital". Madrid: Editorial Universitas.

(2008) "Education in values through televisión". Observatorio Europeo de la Televisión Infantil.

(2007) "Telebasura vs televisión de calidad". Eunsa.

Saladrigues, Ramon (2008) "El marco conceptual de la contabilidad", en: *El Nuevo PGC en la práctica. Ejercicios y soluciones*. Barcelona: Bresa Ed-ACCID.

Schroeder, Alan. "John F. Kennedy Press Conferences," a brief history of live news conferences conducted by President John F. Kennedy, 1961-1963; and "Irving R. Levine," a profile of the veteran newsman. In Murray, Michael D. (Ed.). *The Encyclopedia of Television News*. Phoenix: Oryx Press, 1999.

Terribas, M. (2005). "La información en televisión: explicar i interpretar la realitat". A VV.AA., *Informe de la Comunicació a Catalunya 2004*. Barcelona: UAB.

Gifreu, J. & Terribas, M. (2001). "L'agenda electoral en els mitjans de comunicació a les eleccions al Parlament de Catalunya, 1999". A: J. Gifreu & F. Pallarès (eds.), *La Campanya més disputada*. Barcelona: Pòrtic - Fundació Jaume Bofill.

Artículos y papers:

Alonso, José Manuel

Enciso, Pere; José Manuel Alonso; Rafael Allepuz (2011) "Butlletí socioeconòmic de Lleida". Edición trimestral Num. 01-Abril 2009 hasta Num. 12- Octubre 2011.

Alonso Martínez, José Manuel (2007) "Influencia de la familia en la creación de empresas. Una revisión de la literatura", en: *Gestión de la empresa familiar*. McGraw Hill.

Alonso Martínez, José Manuel y Frederic Marimon Viadiu (2007) "Incubadores d'empreses: un Instrument de Suport a l'emprenedoria amb bona salut a Catalunya", en: *Revista Econòmica de Catalunya*. Vol. 55, 2007 pp 13-31.

Marimon Viadiu, Frederic y José Manuel Alonso Martínez (2006) "Tipologías de viveros de empresas: tradicionales y especializados", en: *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* Vol. 12 N°1, 2006 pp.133-152.

(2005) "Tipologías de los viveros de empresas: tradicionales y especializados", en: *Boletín ICE Económico*. Núm.2860. Octubre de 2005. Pág. 31-

Beltrán, José Ramón

Jesús Ponce De León; José Ramón Beltrán. "Blind separation of overlapping partials in harmonic musical notes using amplitude and phase reconstruction.", en: *EURASIP JOURNAL ON ADVANCES IN SIGNAL PROCESSING*.2012 - 1, pp. 0 - 223.2012. ISSN 1687-6172 **Índice de impacto:** 0,81

J. R. Beltrán; J. Ponce De León. "Estimation of the instantaneous amplitude and the instantaneous frequency of audio signals using complex wavelets", en: *SIGNAL PROCESSING*. 90 - 12, pp. 3093 - 3109.2010. ISSN 0165-1684 **Índice de impacto:** 1.373

G. Palacios; J. R. Beltrán. "A Wavelet Transform Based Multiresolution Edge Detection and Classification Schema - Art. no. 70000U", en: *PROCEEDINGS OF SPIE, THE INTERNATIONAL SOCIETY FOR OPTICAL ENGINEERING*. 7000, pp. U0 - U0.2008. ISSN 0277-786X

Guillermo Palacios; José Ramón Beltrán. "Medical Image Segmentation by means of Multiresolution Analysis and Clustering Methods", en: *IADAT JOURNAL OF ADVANCED TECHNOLOGY ON IMAGING AND GRAPHICS*.1 - 2, pp. 81 - 84.2005.ISSN 1885-6411

Bergés, Laura (2012) "Controlling the Internet: whose responsibility?". Paper a: *Conflict of public values and private interests? European media in 2012*. University of Helsinki (M.Soc.Sci. in Media and Global Communication, Communication Research Centre), FACE Project (Academy of Finland)

(2009) "Culture and Business in the Revision of Copyrights". Paper a: *Mass Media and Communications, 2009. Content, channels and audiences in the new millenium: interactions and interrelations*. Lomonosov Moscow State University Faculty of Journalism.

(2008) "Economics and politics in refining public service communication". Paper a: *RIPE2008. Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise. Participation+Partnership*. Media Management Programme at the University of Tampere. Mainz.

(2006) "Economics of Information Supply in Spanish Television". Paper a: *Annual Conference: Knowledge Societies for All: Media and Communication Strategies*. International Association for Media and Communication Research – IAMCR. El Cairo.

(2006) "Relationship between economic changes and television: the Spanish case". Paper a: *Annual Conference: Knowledge Societies for All: Media and Communication Strategies*. International Association for Media and Communication Research – IAMCR. El Cairo.

de Mateo, Rosario; Bergés, Laura; Garnatxe, Anna (2010) "Crisis, what crisis? The media: business and journalism in times of crisis". *Triple C. Cognition, Communication, Co-operation*, vol 8(2), pp. 237-250

de Mateo, Rosario; Bergés, Laura (2005) "Tendencias de la televisión privada en Europa". *Diálogos de la Comunicación*, vol. 72, pp. 40-59

de Mateo, Rosario; Bergés, Laura; Sabater, Marta (2007) "La producció informativa a la televisió".

Quaderns del CAC, vol 29, pp. 69-79.

Bernués, Emiliano

J.M. Artacho, M. Nasarre, E. Bernues, S. Cruz (2007) "A feasible application of constrained optimization in the IMRT system". *IEEE Transactions on Biomedical Engineering* Vol. 54, pp. 370-379, Marzo.

M.A. Santiago, G. Cisneros, E Bernues (2007) "Iterative desensitisation of image restoration filters under wrong PSF and noise estimates". *EURASIP Journal on Advances in Signal Processing*. Vol: 2007. pp. 43-71, enero.

M.A. Santiago, G. Cisneros, E Bernues (2010) "A MLP neural net with L1 and L2 regularizers for real conditions of deblurring". *EURASIP Journal on Advances in Signal Processing*. Vol. 2010, Sept.

M.A. Santiago, G. Cisneros, E Bernues (2011) "Boundary reconstruction process of a TV-based neural net without prior conditions". *EURASIP Journal on Advances in Signal Processing*. Vol, 2011, nov.

Gallego, Maria

Gallego Reguera, M., Martínez Martínez, I. (2012) "El novo cinema galego, proposta de definición y clasificación". *Revista Comunicación*, nº 10, Vol 1, pp. 264-275. ISSN 1989-600X.

Gallego, M., Gómez Ponce, M. (2006). "De la exclusión a la oportunidad. La integración de las mujeres al desarrollo y la apropiación de las TICs"; III Congreso online del Observatorio de la Cibernación: Conocimiento Abierto, Sociedad Libre. ISBN 1578-0007.

Gallego Reguera, M. (2012) "El pre-debate, el debate y el post-debate". I Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campaña "*Comunicación Política 2.0 y liderazgo*" celebrado en Madrid el 6 y 7 de julio de 2012.

(2011) "Introducción al uso de móviles para la enseñanza de los lenguajes audiovisuales y la introducción a la narrativa audiovisual". Conferencia Internacional de Cinema de Viana-Cinema y Escola en la Universidade Aberta en 2011.

(2011) "La red: una aliada estratégica para el cine de no ficción". V Jornadas "CONTD" *Contenidos para la Televisión Digital* organizadas por la Universitat de València el 21 y 22 de mayo de 2011.

(2011) "Igualdad y comunicación". Jornada *Los fundamentos de la desigualdad*. Organizado por el Partido Socialista de Castilla y León el 17 de enero de 2011.

(2010) "Sociedad de la información, televisión y alfabetización mediática", Jornada Alfabetización 2.0: una responsabilidad de todos". Organizado por la Concejalía de Educación del Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón el 8 de abril de 2010.

(2009) "La televisión en el nuevo escenario de la TDT". Seminario Gestión Cultural Internacional: Economía Creativa en Regiones en Convergencia. Organizado por la Fundación Internacional Simetrías en Toledo el 19 de octubre de 2009.

Grupo de investigación en Interacción persona ordenador e integración de datos:

Juan-Miguel López-Gil, Carolina Navarro-Molina, Roberto García, Rafael Aleixandre-Benaven (2010) "Análisis de la arquitectura de webs mediante tests de estrés de navegación, de usabilidad y *eye tracking*", en: *El profesional de la información*. Volume 19, Number 4 / July - August 2010, pp. 359-367

García, Roberto; Federico Botella; Mari-Carmen Marcos (2010) "Hacia la arquitectura de la información 3.0: pasado, presente y futuro", en: *El profesional de la información* Volume 19,

Number 4 / July - August 2010, pp. 339-347.

García, Roberto; Juan Manuel Gimeno; Ferran Perdrix; Rosa Gil; Marta Oliva; Juan Miguel López, Afra Pascual, Montserrat Sendín (2010) "Building a Usable and Accessible Semantic Web Interaction Platform", en: *World Wide Web. Internet and web information systems*. March 2010, Volume 13, Issue 1-2, pp 143-167.

López, Juan Miguel and Montserrat Sendín (2010) "Multi-Purpose Infrastructure for Delivering and Supporting Mobile Context-Aware Applications", en *Journal of Universal Computer Science*, vol. 16, no. 15 (2010), 2081-209.

López, Juan Miguel; Afra Pascual, Antoni Granollers (2009) "Engineering Accessibility in Web Content Management System Environments", en: *Web Information Systems Engineering - WISE 2009, Lecture Notes in Computer Science Volume 5802, 2009*, pp 597-604.

Marta, Carmen

(2010) "Transformaciones producidas por la instauración de la televisión digital terrestre en España", en: *Razón y Palabra*, 71.

(2009) Diferencias en el consumo audiovisual y multimedia de los menores: entorno rural y urbano", en: *Anàlisi*, 39.

(2008) "El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos, en: *Comunicar*, 31.

(2008) "La competencia televisiva en el currículo escolar", en: *Zer*, 25.

(2008) "La familia en el escenario multipantalla", en: *Doxa*, 7.

(2008) "La televisión: epicentro de la convergencia entre pantallas", en: *Enlace. Revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, n. 5.

(2007) 'El consumo televisivo responsable en el niño', en: *TELOS*, 73.

(2007) 'La educación para el consumo de pantallas como praxis holística', en: *Revista Latina de Comunicación Social*, 62.

(2006) 'La guía paterna en el consumo televisivo: Un modelo cuantitativo y cualitativo en el aprendizaje de contenidos, en: *Ámbitos*, nº 15.

(2005) 'Agentes mediadores y responsables del consumo infantil de televisión: Familia, escuela y medios de comunicación', en: *Comunicación y Hombre*, 1.

Saladrigas, Ramon

Gallizo, J.L.; Gargallo, P.; Saladrigues R.; Salvador, M. (2013): "The persistence of return on assets: differences between industries and differences between firms", in *working papers Neu Trends in accounting management*, University of Lleida

(2010): "Financial Convergence in transitions economies: EU enlargement", in *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 46-3 p. 95-114.

(2008): "Los nuevos miembros de la Unión Europea. Análisis contable de las divergencias y similitudes de las variables financieras de las empresas", in *Spanish Journal of Finance and Accounting*, Vol. XXXVII-139 p. 501-526.

Gómez Ponce, M. R. (2010). "El futuro de la televisión tradicional se juega en la red: participación ciudadana y nuevos formatos mixtos de televisión en la red". En: *Crisis analógica, futuro digital: actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad, celebrado del 12 al 29 de noviembre de 2009* (1ª ed.,) Meddia, cultura i comunicació.

(2011). "El primer debate 2.0 en España". *Academiav: la revista de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión*, (125), 34-36.

(2012); "El debate pre-electoral entre Mariano Rajoy y Alfredo Rubalcaba en Twitter" (CL)

en *El debate del Debate*, Universidad Rey Juan Carlos, Academia de Televisión, 2011.

Schroeder, Alan. "Media Sponsorship of the 2000 Primary Debates." *The Harvard International Journal of Press/Politics* 5(4, Fall 2000):104-111.

(2012) "The Challenge of Selecting Presidential Debate Moderators," column cross-published by *Huffington Post* and the Presidential Debate Blog, 18 August 2012.

Terribas, M. (2002). "El discurs dels executius televisius sobre qualitat en el sector públic i privat". *Quaderns del CAC*, nº 13, 13-25.

Investigación y transferencia:

Alonso Martínez, José Manuel:

Estudio para determinar las posibilidades de desarrollo e implantación de pequeñas empresas en el futuro sector de actividades económicas de Torregrossa. Financiado por el Ajuntament de Torregrossa y Diputación de Lleida. Desde 1/10/11 hasta 29/02/12. Investigador principal UdL: José Manuel Alonso Martínez

Xarxa d'emprenedoria universitàri". Financiado por la Generalitat de Catalunya. Desde 1/07/10 hasta 31/12/11. Coordinador del proyecto: Dr. Jaume Valls. Investigador principal UdL: José Manuel Alonso Martínez .

Growth Accelerator. Financiado por Fundación CEEI Lleida. Desde 1/03/09 hasta 31/12/09. Coordinador del proyecto: José Manuel Alonso Martínez y CEEI Lleida. Investigador principal: José Manuel Alonso Martínez y otros.

Creación y desaparición de empresas en Lleida. ¿Porqué se fracasa tanto?. Financiado por el Patronat de Promoció Econòmica de la Diputació de Lleida. Desde 1/09/07 hasta 28/02/08. Director del proyecto e investigador principal: José Manuel Alonso Martínez.

Proyecto LEADER PLUS en la comarca del Alt Urgell. Financiado por el Consell Comarcal de l'Alt Urgell. Desde 1/1/00 hasta 31/12/00. Director del proyecto: Dr. Manuel Ruiz González (UdL) y Dr. Xavier Llinàs Audet (UPC). Investigador principal: José M. Alonso (UdL) y Dr. Joan C. Gil Martín (UPC).

Estudio estratégico de bases para la dinamización y desarrollo del área de Boix (Ivars de Noguera). Financiado por el Patronato de Promoción Económica (Diputación de Lleida). Desde 1/7/98 hasta 31/4/99. Director del proyecto: Dr. Manuel Ruiz González. Investigador principal: José Manuel Alonso Martínez.

Beltrán, José Ramón

AMBER_American Bridge for the Excellence in Research with Europe Ámbito del proyecto: Unión Europea. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/es responsable/es: Jose Ramon Beltran Blazquez .Número de investigadores/as: 4. Entidad/es financiadora/s: UNION EUROPEA Fecha de inicio: 01/01/2013 , 2 años. Cuantía total: 375.124,51

Denominación del proyecto: TEC2009-14779-C02-02 INTERACTION OF HEMODYNAMICS AND VASCULAR GEOMETRY IN DETERMINING BIOLOGIC RESPONSE TO ENDOVASCULAR IMPLANTS Ámbito del proyecto: Nacional. Entidad de realización: Universidad de Zaragoza. Número de investigadores/as: 5. Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION Fecha de inicio: 01/01/2010 , 3 años

Denominación del proyecto: TEC2009-14414-C03-01 PROCESADO DE SONIDO PARA ENTIDADES EMERGENTES DE COMUNICACIÓN. Ámbito del proyecto: Nacional. Entidad de realización: Universidad de Zaragoza. Número de investigadores/as: 10. Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION Fecha de inicio: 01/01/2010 , 3 años

Denominación del proyecto: EASY LINE+.UNION EUROPEA.CONTRACT:045515.LOW COST ADVANCED WHITE GOODS FOR A LONGER INDEPENDENT LIFE OF ELDERLY PEOPLE Ámbito del proyecto: Unión Europea. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/es responsable/es: Armando Santiago Roy Yarza. Número de investigadores/as: 17. Entidad/es financiadora/s: UNION EUROPEA Fecha de inicio: 01/01/2008 , 2 años. Cuantía total: 298.500

Denominación del proyecto: EASY LINE+.UNION EUROPEA.CONTRACT:045515.LOW COST ADVANCED WHITE GOODS FOR A LONGER INDEPENDENT LIFE OF ELDERLY PEOPLE Ámbito del proyecto: Unión Europea. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/es responsable/es: Armando Santiago Roy Yarza. Número de investigadores/as: 17. Entidad/es financiadora/s: UNION EUROPEA Fecha de inicio: 01/01/2007 , 2 años - 6 meses Cuantía total: 298.500

ASESORÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN PLAN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA SOCIEDAD DE PREVENCIÓN MAZ. Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Fernando Ángel Beltrán Blázquez. Nº investigadores/as: 2. Entidad/es financiadora/s: SOCIEDAD DE PREVENCIÓN DE MAZ SEGURIDAD LABORAL S.L. Fecha inicio: 01/02/2012 , 6 meses

REALIDAD AUMENTADA EN INSTALACIONES INTERACTIVAS Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2 . Entidad/es financiadora/s: ARSTIC AUDIOVISUAL SOLUTIONS, S.L. Fecha inicio: 01/07/2010 , 6 meses

COLABORACIÓN EN PROYECTO DE DESARROLLO AUDIOVISUAL Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2 . Entidad/es financiadora/s: ARSTIC AUDIOVISUAL SOLUTIONS, S.L. Fecha inicio: 01/02/2009 , 3 meses

ASESORÍA SOBRE IMPLEMENTACIÓN DE SOFTWARE DE CONTROL DE VÍDEO . Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2. Entidad/es financiadora/s: ARSTIC AUDIOVISUAL SOLUTIONS, S.L.. Fecha inicio: 01/12/2008 , 15 días

CARACTERIZACIÓN ACÚSTICA Y ELECTRÓNICA DE SISTEMAS DE ALTAVOCES PARA SONORIZACIÓN. Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza Investigador/a responsable: Jose Ramon Beltran Blazquez. Nº investigadores/as: 2. Entidad/es financiadora/s: RAMPA HUESCA S.L. Fecha inicio: 01/01/2008 , 9 meses

Promotor de la empresa de Spin-off universitaria: Arstic Audiovisual Solutions. Año: 2008

Actividad de divulgación científica mediante arte y tecnología.
Proyecto TRANSFORMA: Instalación de transformación de imágenes basada en la percepción del ojo humano y la transformada wavelet que se expuso en la feria ARCO 2002.

Proyecto FOA: Transformación de imagen de video a partir de información musical para el estudio de arquitectos de Londres FOA (Farshid Moussavi y Alejandro Zaera-Polo). Año 2003.

Proyecto MARTE: La simulación de la transmisión del sonido en la atmósfera de Marte para el primer Pabellón de la Ciencia financiado por el Gobierno de Aragón, Año 2004.

Proyecto GENOMA: La creación de piezas musicales contemporáneas a partir de la estructura molecular del genoma humano. Año 2005.

Proyecto MUDEJAR: La creación de piezas musicales de estilo renacentista utilizando la estructura matemática de las torres mudéjares aragonesas. Año 2007. Este proyecto se presentó en La Aljafería, sede de las Cortes de Aragón en 2007, en la inauguración de la rehabilitación de la Torre de San Martín en Teruel en 2008, en las jornadas Abierto por Obras en la Vitoria en 2008 y en el Paraninfo de la Universidad de Zaragoza en las IV Jornadas de Divulgación Científica en 2011.

Proyecto ISWA: Participación en la exposición Arte y Ciencia en el Paraninfo de la Universidad de Zaragoza en el seno del proyecto europeo ISWA (Immersion in the Science Worlds through the Arts), año 2011.

Bergés, Laura

Media Regulation in Portugal: the ERC's Case. Media Regulators in Europe: a Cross-Country Comparative Analysis. Financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia de Portugal y la UE. Investigador principal: Elena Sousa.

El mercat publicitari a Catalunya i el finançament dels mitjans de comunicació. Financiado por la Generalitat de Catalunya. Investigador principal: Laura Bergés

Análisis económico de la producción de informativos en televisión. Financiado por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Investigador principal: Rosario de Mateo.

Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado. Proyecto i+D del Ministerio de Educación y Ciencia. Investigador principal: Antonio Milián.

La legislación de la concentración en medios de comunicación en cinco países europeos: Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Bélgica. Encargo de investigación de Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Investigador principal: Laura Bergés

Libro blanco de la radiodifusión municipal en Catalunya. Financiado por el Centre d'Investigació de la Comunicació. Investigador principal: Maria Corominas.

Análisis económico y financiero de de TVE, Antena 3 TV, Telecinco y Canal Plus y su entorno, 1990-2000: la mercantilización de la televisión española. Tesis doctoral, merecedora del Premio a la Investigación en Comunicación de Massas, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Informe anual de l'audiovisual a Catalunya, del Consell de l'Audiovisual a Catalunya. Participación como investigadora principal, en los primeros años, y como miembro del equipo de investigación ampliado, posteriormente. 1998-2005.

Informes de impacto económico y asesoría en aspectos económicos de las instrucciones del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Asesoría para la elaboración de las *cláusulas económicas del concurso de adjudicación de licencias de TDT local* por parte del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Evaluación de las propuestas económica presentadas en el concurso.

Bernués, Emiliano

Tecnologías Audiovisuales Multimedia Avanzadas (TAMA).

Entidad financiadora: Dirección general de Nuevas Tecnologías, Departamento de Industria del Gobierno de Aragón.(3675/2013)

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza.

Duración, desde: Enero 2013 hasta: Diciembre 2014 Cuantía de la subvención: 318.062,20 €

Investigador responsable: Carlos Orrite
 Número de investigadores participantes: 14

Sistemas y tecnologías 3D Media sobre Internet del Futuro y REdes de difusión de Nueva generación (SIRENA).

Entidad financiadora: MITYC, INNPACTO, IPT-2011-1269-430000

Entidades participantes: Telnet S.A., ITA, Universidad Politécnica de Madrid, Hispasat, Aragón Telecom, Retevision, SAPEC, Embou e I3 Television.

Duración, desde: Octubre 2011 hasta: Diciembre 2013. Cuantía de la subvención y préstamo: 1.672.324,3 €

Investigador responsable: Javier Cortes Santaolalla

Número de investigadores participantes: 24

PROYECTO PILOTO EN NUEVAS TECNOLOGÍAS EN TDT 2008-2010

Entidad financiadora: MITYC Avanza I+D, TSI-020501-2008-69

Entidades participantes: Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Aragón TV, TV de Catalunya, Abertis, UPM (G@TV), Aranova, ITA y Activa Multimedia

Duración, desde: Octubre 2008, hasta: Junio 2010. Cuantía de la subvención y préstamo: 1.537.081,5

Investigador responsable: Emiliano Bernués del Rio (hasta 05/10)

Número de investigadores participantes: 18

Plataforma online para la creación de una Radio de servicio público mediante sistemas y contenidos interactivos en comunidad 2.0

Entidad financiadora: MITYC, Avanza I+D, TSI-070100-2008-83

Entidades participantes: Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Universidad de Zaragoza, Aranova, ITA.

Duración, desde: Enero 2008 hasta: Diciembre 2009. Cuantía de la subvención y préstamo: 844.700

Investigador responsable: Rosa Pellicero

Número de investigadores participantes: 30

Diseño de un sistema de sincronismo de subtulado con reconocimiento de voz

Tipo de contrato: Desarrollo

Empresa/Administración financiadora: Corporación Aragonesa de Radio y Televisión

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza

Duración, desde: Enero de 2007 hasta: Diciembre de 2007

Investigador responsable: Eduardo Lleida

Número de investigadores participantes: 3

Diseño y estudio de viabilidad de una red de telecomunicaciones Inter-hospitalaria en Aragón

Tipo de contrato: Investigación

Empresa/Administración financiadora: Empresa Telefónica

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza

Duración, desde: 2003 hasta: 2003

Investigador responsable: José García Moros

Número de investigadores participantes: 7

Asesoría en la infraestructura de telecomunicaciones y multimedia de las Cortes de Aragón.

Tipo de contrato: Desarrollo

Empresa/Administración financiadora: Cortes de Aragón

Entidades participantes: Universidad de Zaragoza

Duración, desde: Abril 2002 hasta: Septiembre 2003

Investigador responsable: Emiliano Bernués, Enrique Masgrau, Antonio Valdovinos

Número de investigadores participantes: 6

Miembro del Instituto de Investigación de Ingeniería de Aragón (I3A).
Ponente en las Jornadas Europeas de Técnicas Avanzadas en Informática de 1998 sobre el tema: Televisión Digital
Conferenciante en la Universidad de Verano de Teruel (1998) en el Curso de Tratamiento Digital de Imagen dirigido por el Dr. Antonio Albiol de la Universidad de Valencia
Diploma del Curso de Formación Pedagógica del Profesorado Universitario. Impartido por el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Zaragoza.
Segundo Premio del Concurso IDEA del C.E.E.I. de Aragón del año 2000.

Cabrera, Daniel.

Clases creativas en España: composición, formación y creatividad, Plan Nacional I+D+i, Ministerio de Ciencia e Innovación, España. (Ref. CSO2010-17139) 2011-2013.

Campo Vidal, M *Concentración de poder en el mapa mediático español*. Tesis doctoral.

Gallego Reguera, María (2011). *Las mujeres directivas detrás de la cámara en la historia de la televisión en España. Del nacimiento de la TV a la primera directora general de RTVE*. Tesis T.F.M.

Beca Banco Santander Universidades para el programa Woman50 2012 en UCLA Anderson Executive Education de la Universidad de Los Ángeles, California.

Colaboradora del Proyecto de Innovación Y Mejora de la Calidad Docente (PIMCD) de la Universidad Complutense de Madrid (2012).

Ciencia de las redes, obra audiovisual presentada en la Cátedra Orange ETSIT-UPM (Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación-Universidad Politécnica de Madrid) en Madrid del 2 al 5 de noviembre de 2009.

Investigadora en la serie audiovisual internacional *Euro Rexión Século XXI Galicia-Norte de Portugal*. Proyecto financiado con Fondos INTERREG III-A (2005-2006).

Investigadora en la serie documental internacional *@LIS Cibernarium, entornos pedagógicos para la divulgación y la capacitación*. Proyecto financiado por la Comisión Europea (2003-2007).

Miembro del Grupo de Investigación *Tesoros Vivos de la Televisión* de la UEM.

Miembro del Comité organizador del taller *De la TDT a la Televisión conectada*, en el Foro Internacional de Contenidos Digitales (FICOD) en Madrid el 23 de noviembre de 2011.

Miembro del Comité organizador de la mesa redonda *"Producción y Ficción en la TDT"*, en el Salón Profesional Internacional de la Tecnología Audiovisual Broadcast IT! En Madrid el 26 de octubre de 2011.

Miembro del Comité organizador de la jornada *"Mujer con medios"* promovido por el Instituto de Investigaciones Feministas de la Universidad Complutense de Madrid.

Miembro del Comité organizador de las Jornadas *"Nuevos Desafíos en Televisión Digital"* promovido por la Universidad Menéndez Pelayo en Madrid el 16 y 17 de junio de 2010.

Miembro del Comité organizador de la jornada *"Bienvenida a la TDT"* organizada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Miembro del Comité Organizador del Congreso *"Creatividad en Televisión. Entretenimiento y Ficción"* celebrado en Salamanca el 26, 27 y 28 de marzo de 2009.

Coordinadora del Grupo de Trabajo *"B-5 Género y TICs: nuevos medios de comunicación, tendencias y estrategias de futuro"* dentro del 3º Congreso Online del Observatori per a la Cibersocietat: *Conocimiento Abierto, Sociedad Libre*, celebrado del 20 de noviembre al 3 de diciembre de 2006.

Grupo de investigación en Interacción persona ordenador e integración de datos:

Red iberoamericana de apoyo a los procesos de enseñanza-aprendizaje de competencias profesionales a través de entornos ubicuos y colaborativos (U-CSCL). Universidad coordinadora: Universidad del Cauca. Investigador principal: D. César Alberto Collazos Ordóñez. Periodo: 2013-2016. Nº total de grupos de investigación implicados: 12. Nº total de investigadores: 80

Guies de Contingut Digital Accessible. Universidad: Univesitat de Lleida. Periodo: 2010.

Contrato para la creación de la Web de la Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Lleida.

Evaluación de la usabilidad del geoportal IDEC (Spatial Data Infrastructure of Catalonia).

Desarrollo del Corpous Literario Digital Marius Torres. Universidad de Lleida.

Marta, Carmen

Grupo de Investigación en Educomunicación (GIEC). (USan Jorge)

Grupo de Cibercultura, Procesos Comunicativos y medios audiovisuales. (UGranada)

La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. 2010-2013. I+D MEC. IP: Dr. Joan Ferrés i Prats (UPF).

Nieto, Jorge. *La memoria cinematográfica de la Guerra Civil, 1936-1982.* Tesis doctoral.

Saladrigues, Ramon

Grupo consolidado de la UdL- Proximitat econòmica de les empreses de la Unió Europea: Aspectes financers i de mercat.

Tesis y trabajos de investigación dirigidos:

- *Emprendedores en la sociedad española.* Tesis doctoral dirigida por M. Campo Vidal

- Análisis y síntesis de señales de audio mediante la Transformada Wavelet Continua y Compleja: El Algoritmo C.W.A.S. Universidad que titula: Universidad de Zaragoza Tipo de entidad: Universidad Doctorando-a/alumno-a: Jesús Ponce De León Vázquez. Calificación: Apto cum laude Fecha de lectura: 06/07/2012

- Contribuciones a la segmentación de imágenes. *Aplicaciones biomédicas.* Universidad que titula: Universidad de Zaragoza Doctorando-a/alumno-a: Guillermo Palacios Navarro Calificación: Sobresaliente "Cum Laude" Fecha de lectura: 21/12/2009

- *Restauración de imágenes con desensibilización de estimaciones.* Tesis doctoral. Universidad que titula: Universidad Politécnica de Madrid. Doctorando-a/alumno-a: Miguel Angel Santiago Cabello Calificación: Apto cum laude Fecha de lectura: Julio de 2011. Dirección: Emiliano Bernués.

- Gestión semántica del conocimiento en entornos mediáticos convergentes. Autor: Perdrix, Ferran. Director: Oliva, Marta / García, Roberto

- Inteligencia colectiva aplicada a la interacción con la web semántica. Autor: Gimeno, Juan M. Director: Gil, Rosa / García, Roberto

- *La convergència professional: Anàlisi dels processos d'integració de redaccions als grups de comunicació a Catalunya. Els casos del Diari Ara, Cugat.cat i Comunicacions del Ripollès.* Trabajo de fin de máster de Anna Garnatxe. Universidad que titula: Universitat Autònoma de Barcelona. Alumna: Anna Garnatxe. Dirección: Laura Bergés. Calificación: Sobresaliente con Matrícula de honor. Fecha de lectura: 2011.

Experiencia profesional en el sector audiovisual y de los contenidos digitales:**- Emiliano Bernués**

7 años de experiencia profesional

Director Gerente de Aragon Telecom, desde Enero de 2009 hasta Enero de 2013 encargada del despliegue de la TDT en Aragón y encargado de crear una red de comunicaciones para todo Aragón.

Director Técnico de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, siendo el responsable de todos los sistemas técnicos e infraestructuras de la radio y televisión autonómicas. Incluyendo los sistemas de audio, vídeo, telefonía, red de datos, internet, infraestructuras, edificios, etc, (2005-2009).

Director Técnico de la producción '5' en 3D, Concierto de Violadores del Verso, premiado con la mejor producción de televisión de 2011 por la revista Producción Profesional. <http://www.3d5.tv>. Vicepresidente de Unired 2011 hasta Enero 2013. Miembro por Unired de la Mesa de Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para el estudio de las interferencias entre los sistemas TDT y LTE.

- Manuel Campo Vidal

5 años de experiencia docente

30 años de experiencia profesional como periodista y como ejecutivo de medios de comunicación: TVE, Antena 3 TV, Canal Sur Televisión, Canal Internacional, Audiovisual Sport. Presidente de la Academia de las Artes y las Ciencias de la Televisión en España.

- Daniel Rodríguez

15 años de experiencia profesional

3 años de experiencia docente

Deusto Business School; Profesor en el Master en Asesoramiento de Imagen y consultoría política de la Universidad Pontificia de Salamanca; Master en Protocolo y Consultoría de imagen de la Universidad Católica San Antonio, de Murcia.

Socio Director general de la agencia 6W Comunicación (planes de comunicación y sensibilización de la opinión pública para empresas e instituciones). Director y presentador del programa "El plan de negocio", en ABC Punto Radio

- Enric Company

18 años de experiencia profesional:

Agencia 360 Grados (planes y campañas de comunicación especializadas en el sector del medio ambiente)

Agencia audiovisual Video Eject

"España Directo", de TVE1;

La2 y canales locales

"El matí a 4 bandes" de RNE-Radio 4, otros programas de RNE y radios locales.

- Alan Schroeder

18 años de experiencia docente y de investigación

35 años de experiencia profesional como escritor y productor de programas para televisión en Estados Unidos

- Fernando Navarrete

45 años de experiencia profesional.

Realizador en TVE,

Productora PNN,

Productor y realizador independiente para cadenas de televisión nacionales e internacionales

- Gorka Zumeta

2 años de experiencia docente

32 años de experiencia profesional.

Periodista y ejecutivo en la cadena Ser y en Punto Radio
Profesor de la Escuela ESIC Business & Marketing y de la Escuela Superior de Imagen y Sonido CES.

- María Gallego

5 años de experiencia docente y de investigación

10 años de experiencia profesional

Guionista, documentalista y productora audiovisual, responsable de comunicación en empresas e instituciones. Profesora en Comunicación empresarial

- Mònica Terribas

12 años de experiencia docente y de investigación.

24 años de experiencia profesional

Directora de TVC

Directora y presentadora de programas en TVC i Catalunya Radio.

Profesora titular en la UPF.

- Pepe Carbajo

42 años de experiencia profesional.

Productor y director de producción en TVE

Jefe de retransmisiones.

Productor cinematográfico

- Pepe Quílez

34 años de experiencia profesional

Director de Aragón TV,

Redactor y editor de TVE,

Director de TVE-Aragón.

Redactor y redactor jefe en Radio Popular

- Pío Rodríguez

Ejecutivo del grupo Europroducciones (dirección de canales temáticos, publicidad no convencional),

Director general de programación Radio Voz,

Consultor en marketing y comunicación

- Rosa Maria Calaf

43 años de experiencia profesional.

Corresponsal de TVE en diversos países.

Miembro del equipo fundador de TVC.

- Lluís Oliva

36 años de experiencia profesional.

Director general Imagic Telecom.

Consejero delegado i director general de Catalunya Comunicació (Godó),

Cargos ejecutivos en la productora Prodigius Audiovisual, en Grupo Planeta, Televisió de Catalunya, Antena 3 Radio Catalunya, etc.

- Jaume Ripoll

10 años de experiencia profesional

Filmin: distribución online de largometrajes

Cine independiente Cameo, Manga Films

Vicepresidencia de EuroVoD, asociación europea de distribución de cine online, opera en 11 países

Atlántida Film Fest, festival de cine online de largometrajes de cine de autor,

Coguiónista: "Somos gente honrada" (d. Alejandro Marzoa p. El Terrat i Vaca Films) (2013)

- Ángeles González Sinde

15 años de experiencia profesional

Ministra de Cultura del Gobierno de España con el Presidente Rodríguez Zapatero.

Presidenta de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, Presidenta de ALMA, Autores Literarios de Medios Audiovisuales, y miembro de la junta directiva de la entidad de gestión DAMA, Derechos de Autor de Medios Audiovisuales.

Colaboradora periodística en varios medios (YoDona, JotDown, El País, El Mundo, RNE).

Directora y productora de cine.

- Ricardo Vaca

35 años de experiencia profesional, 10 años de experiencia docente

Directos de diversos medios de comunicación: Radio Ciudad-Real y Radio Toledo (C.R.) (1977-1983); Director Regional de Andalucía C.R. (1983-1987); Director General de la Cadena Rato (1987-1990); primer Director General de Onda Cero (1990); Director de Expansión; Gabinete Técnico; Análisis y Comunicación en Antena 3 TV (1991-1996); Director de Marketing y Comunicación de Audiovisual Sport (1996-1998); presidente de Barlovento Comunicación, consultora audiovisual, que entre otros informes elabora "Barómetro TV: Análisis de la Producción y Distribución televisiva en España" (desde 1998).

Otros

La oferta de un máster orientado a la creación de empresas y el desarrollo de proyectos de producción enlaza con la tradición de la UdL en la oferta de enseñanzas vinculadas a las ciencias empresariales y la emprendedoría. En este sentido, cabe destacar que la UdL ha puesto en marcha una doble titulación en Ingeniería Informática y Administración y Dirección de Empresas que, junto con el máster que ahora se propone, da respuesta a una realidad del sector productivo caracterizado por la emergencia de nuevos negocios en la convergencia entre informática y medios de comunicación.

Aún en el ámbito de fomento de la emprendedoría y de las relaciones entre universidad y mundo empresarial y profesional, la UdL puso en marcha en 2011 la Càtedra Banca Joves Emprenedors-UdL, que pretende fomentar el espíritu emprendedor y la creación de empresas en el ámbito de actuación de la Universitat de Lleida.

En la Facultad de Letras de la UdL, además, existen diversos grupos de investigación que guardan relación con la comunicación audiovisual y el periodismo y con los que se buscará la interacción. Así, el Departamento de Filología Catalana y Comunicación Audiovisual acoge al Grupo de Estudios de la Cultura y las Identidades en la Europa Contemporánea, grupo de carácter interdisciplinario que, entre otras cuestiones, aborda la evolución de la cultura audiovisual y su papel en la sociedad contemporánea. También cabe señalar la existencia del grupo consolidado de investigación en Mediación Lingüística, que tiene entre sus focos de interés los nuevos usos del lenguaje en los medios digitales, aspecto de indudable interés en el desarrollo de nuevos productos audiovisuales en red. Así mismo, se pretende promover la colaboración con grupos de investigación del área de la informática que se asocian a los contenidos del máster. Así, el grupo consolidado de investigación en la *Interacción persona-ordenador e integración de datos* desarrolla diversas líneas en relación a la arquitectura de la información, la interacción persona-ordenador, el diseño centrado en el usuario o los paradigmas de interacción, de sumo interés para un máster que se centra en la convergencia de la televisión e Internet y en las nuevas tendencias de producción y consumo de medios asociadas a la digitalización.

Por su parte, en la Universidad de Zaragoza existen diversos grupos de investigación con una estrecha relación con los contenidos que se tratan en el máster, tanto en el área de la ingeniería como del periodismo. Así, cabe destacar la investigación en tecnologías de televisión y radio digital, y en tecnologías 3D y multimedia avanzado. En la misma línea, se han llevado a cabo proyectos de investigación sobre redes y tecnologías de internet, realidad aumentada, o sonorización. En el ámbito del periodismo y la comunicación social, las líneas de investigación del

profesorado de la Universidad de Zaragoza se sitúan también en el campo de interés del máster, con estudios acerca de la interactividad y la recepción en el nuevo escenario de medios digitales, o el desarrollo de nuevas formas periodísticas en internet. Así, el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital, aborda los tres ejes que protagonizan el proceso comunicativo (emisores, receptores y mensajes) en los entornos virtuales y digitales.

El carácter específico o general de una propuesta tiene que quedar justificado en función de las fortalezas académicas y de investigación institucional

- *Adecuación con los objetivos estratégicos de la universidad.*
- *Coherencia con otros títulos existentes y/o tradición previa en estudios de naturaleza y/o nivel similares.*
- *Líneas de investigación asociadas: grupos de investigación, proyectos en el último trienio, convenios, tesis y, si procede, reconocimiento de calidad alcanzados.*

3. COMPETENCIAS

3.1 Competencias

Básicas (Anexo I apartado 3.3 del Real Decreto 861/2010)	Generales	Específicas	Transversales (según UdL)
<i>CB1 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación (*)</i>	<i>CG1 Saber trabajar en equipo, con capacidad de liderazgo y de toma de decisiones. Desarrollar tareas en grupo con objetivos comunes.</i>	<i>CE1 Ser competente en el análisis de la estructura y dinámicas de la industria y los mercados de la comunicación</i>	<i>CT1 Tener una correcta expresión oral y escrita</i>
<i>CB2 Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio (*)</i>	<i>CG2 Ser competente en habilidades de comunicación, particularmente en entornos de negocio.</i>	<i>CE2 Saber identificar oportunidades profesionales y empresariales en el campo de la comunicación audiovisual y de los contenidos digitales.</i>	<i>CT2 Dominar una lengua extranjera</i>
<i>CB3 Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios (*)</i>	<i>CG3. Ser capaz de analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional.</i>	<i>CE3. Ser capaz de generar propuestas competitivas e innovadoras en el campo profesional y empresarial del audiovisual y los contenidos digitales</i>	<i>CT3 Dominar las TIC</i>
<i>CB4 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 (*)</i>	<i>CG4. Ser capaz de planificar y gestionar el tiempo para la toma de decisiones y desarrollo de tareas individuales y en entornos de trabajo en equipo.</i>	<i>CE4 Ser capaz de diseñar, crear, desarrollar y dirigir proyectos de producción y gestión de contenidos audiovisuales digitales</i>	<i>CT4 Respetar los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos</i>
<i>CB5 Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida</i>	<i>CG5. Saber valorar la importancia del conocimiento, la investigación y el desarrollo tecnológico para el avance</i>	<i>CE5 Ser capaz de entender el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el funcionamiento de las empresas y</i>	

<i>autodirigido o autónomo (*)</i>	socioeconómico y cultural.	mercados de la comunicación, y de adquirir nuevos conocimientos de acuerdo con su evolución.	
		<i>CE6 Saber identificar los componentes de un plan empresarial y el impacto de las tecnologías de la información en la estrategia empresarial.</i>	
		<i>CE7. Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de del marketing de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.</i>	
		<i>CE8. Ser competente en el análisis, planificación y toma de decisiones en el ámbito de la financiación de empresas y proyectos de producción de contenidos audiovisuales digitales.</i>	
		<i>CE9. Ser capaz de adquirir conocimientos entorno al marco legal que afecta a las empresas y mercados de la comunicación, utilizando las distintas herramientas y fuentes de información al respecto.</i>	
		<i>CE10. Ser capaz de reconocer, organizar y gestionar las necesidades profesionales y organizativas requeridas en los procesos de producción de las empresas de contenidos audiovisuales digitales para distintos medios.</i>	

- *Por competencia se entiende “el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes que se adquieren o desarrollan mediante experiencias formativas coordinadas.*

- *Las competencias son aprendidas y desarrolladas a partir de actividades que permiten integrar esas habilidades, actitudes y conocimientos. Las competencias deben ser evaluables.*
- *La relación de competencias a alcanzar (perfil de competencias) tiene que estar formulada de acuerdo con las directrices siguientes:*
 - *Tiene que incluir un verbo activo que identifique una acción que genere un resultado que se pueda visualizar y sea evaluable. Así, hace falta evitar el uso de verbos como conocer y comprender y utilizar otros como describir, identificar, reconocer, clasificar, comparar, evaluar o valorar, formular, argumentar, calcular, planificar, etc.*
 - *Tiene que incluir una descripción del objeto de la acción y el contexto en el cual se aplica. La competencia tiene que hacer referencia al campo disciplinario en el cual se fundamenta.*
- *En el caso que el título habilite para el ejercicio de una actividad profesional regulada en España, el plan de estudios deberá ajustarse a las disposiciones establecidas por el Gobierno para dicho título.*
- *Hay que establecer una coherencia interna entre las competencias establecidas y los métodos de enseñanza, las actividades formativas y los resultados de aprendizaje.*
- *El perfil competencial (es decir, el conjunto de competencias que configuren la enseñanza) tiene que ser único para todos los alumnos con independencia de las especialidades que finalmente cursen. En la aplicación informática para la verificación se tienen que consignar únicamente las competencias que tienen que adquirir todos los estudiantes, es decir aquellas que configuran el título. Aquellas competencias que únicamente se adquieren cursando materias propias de la especialidad se tendrán que concretar como resultados de aprendizaje en el apartado “5. Planificación docente” o incorporándolas en el apartado “3 Competencias del título” especificando entre paréntesis la especialidad de la que forman parte.*
- *La lista de competencias no tendría que incluir más de una docena de ítems.*
- *Se han de garantizar:*
 - *las competencias básicas que se determinan en el Anexo I apartado 3.3 del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el RD 1393/2007, de 29 de octubre, y aquellas otras que figuren en el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES). Expuestas en el cuadro (*). http://www.udl.cat/export/sites/UdL/serveis/upd/Documents/Modificacion_RD_1393-2007.pdf:*
 - *las competencias transversales determinadas por la Universitat de Lleida. Expuestas en el cuadro (**).*

Aclaración terminológica

Las competencias específicas son las propias de una titulación y están orientadas a la consecución de un perfil específico de graduado/a o postgraduado/a. Incluyen:

- *El saber disciplinario: el corpus de conocimientos, conceptos y teorías propios, así como las habilidades cognitivas necesarias para gestionarlos (pensamiento analítico, habilidades de indagación).*
- *El saber hacer o competencias procedimentales o metodológicas: los conocimientos relativos a las técnicas, metodologías, procedimientos de trabajo o saber hacer propio y las habilidades cognitivas propias del profesional reflexivo (resolución de problemas, razonamiento inductivo, acción reflexiva, etc.).*

Las competencias genéricas son comunes en la mayoría de titulaciones, aunque con incidencia diferente y contextualizada en cada una de ellas. Dentro de las competencias genéricas encontramos:

- *Competencias personales: como la gestión del tiempo, responsabilidad del propio aprendizaje, etc.*
- *Competencias interpersonales como comunicarse, trabajar en equipo, liderar o negociar, etc.*
- *Competencias instrumentales relacionadas con la gestión de la información, los idiomas, la informática, etc.*

- *Competencias cognitivas más nucleares de la educación superior: como el pensamiento analítico o crítico, la resolución de problemas, la toma de decisiones o la indagación, que se desarrollarán a partir del corpus o saber disciplinario.*

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

Se debe proporcionar a los estudiantes de nuevo ingreso información sobre las características del título previamente a la matriculación que facilite su incorporación a la Universidad y al título.

4.1 Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes

Para poder inscribirse a este Máster, los estudiantes tienen que estar en posesión de:

Una titulación oficial española en Periodismo, Publicidad y Relaciones públicas o Comunicación Audiovisual

Una titulación oficial española en otras materias, especialmente del área de las ciencias sociales.

Un título universitario oficial (ya sea una diplomatura o bien procedan de otros países europeos o extracomunitario con un título universitario de un mínimo de 180 ECTS) de formación equivalente a los nombrados anteriormente

Los estudiantes que provengan de grados distintos a los de Comunicación, Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, o afines, deberán cursar 30 créditos de complementos formativos, pudiendo optar por cursarlos en la Universidad de Lleida o en la Universidad de Zaragoza.

Universitat de Lleida

- Expresión audiovisual
- Teoría e historia del periodismo y los medios audiovisuales
- Narrativas audiovisuales
- Análisis y producción de la imagen I
- Fundamentos y análisis de la información periodística y el discurso audiovisual

Universidad de Zaragoza

- Bases culturales de la comunicación: historia del cine y otros medios audiovisuales
- Estructura de la comunicación
- Géneros informativos en radio
- Géneros informativos en TV
- Producción de informativos en TV

Este Máster es profesionalizante, por lo tanto va dirigido principalmente a personas motivadas en formarse para el desempeño profesional en el campo del audiovisual digital. Por lo tanto se fomentará que el máster constituya una plataforma que conecte a los estudiantes con el mundo profesional, desarrollando su carrera con proyectos propios de producción audiovisual y/o de creación de empresas en dicho campo. Sin embargo, aunque no sea un Máster de investigación, también proporcionará una formación sólida que permita a los estudiantes interesados en la investigación proseguir con el itinerario académico incorporándose a programas de doctorado.

Para informar a los alumnos de la Universitat de Lleida y de la Universidad de Zaragoza se realizarán sesiones de presentación del Máster a los estudiantes de cuarto curso del grado en Comunicación y Periodismo Audiovisual de la UdL, y de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. En estas sesiones se explicarán los objetivos del Máster, los contenidos en módulos y materias y el procedimiento que deberán seguir los alumnos que quieran inscribirse. Además se proporcionará información sobre las becas disponibles para la realización de los estudios de Máster.

Así mismo, toda la información referente al Máster será accesible libremente en la página web de las universidades participantes, a la que se llega a partir del sitio en internet de los Másters Oficiales de cada universidad. Esta página web será actualizada periódicamente con información relevante sobre los períodos de preinscripción, de matriculación, horarios, convocatorias de becas, etc.

Los buscadores de Internet de cursos y titulaciones superiores, como emagister.com o Mastermas.com, dan acceso rápido a la información de los títulos de postgrado disponibles, incluidos los Másters de la UdL y la Universidad de Zaragoza, con enlaces a los sitios web de las universidades que los imparten.

Además, cabe destacar que la Universidad de Lleida cuenta con el Servicio de Información y Atención Universitaria (SIAU) <http://www.udl.cat/serveis/seu.html>, que tiene como tarea principal informar, asesorar y orientar a los estudiantes, la comunidad universitaria y a la ciudadanía en general de todos los temas que afectan a la Universidad. De este modo, el SIAU organiza anualmente una campaña de difusión de todas las titulaciones que se imparten en la Universidad de Lleida.

En relación con estos aspectos, la Universidad de Zaragoza ha elaborado dos documentos, que se citan a continuación:

- C4-DOC1: Sistemas de información previa a la matriculación
- C4-DOC2: Procedimientos de acogida y orientación de estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad.

Pueden encontrarse en la página web de la Unidad de Calidad y Racionalización de la Universidad de Zaragoza:

<http://www.unizar.es/innovacion/calidad/procedimientos.html>

La Universidad de Zaragoza cuenta con un Servicio de Información de Información Universitaria y Reclamaciones (CIUR, www.unizar.es/ciur) que ofrece información de carácter general sobre la Universidad de Zaragoza: acceso, oferta de estudios, planes de estudio, tercer ciclo, títulos propios, matrícula, becas, convalidaciones, cursos de verano, información administrativa, etc., así como la tramitación de las reclamaciones presentadas ante aquellas situaciones que, no hallándose sujetas al procedimiento reglado, el usuario considera que se produce un desajuste en el funcionamiento que puede afectar a la calidad del servicio.

Más específicamente, desde los estudios de Comunicación y Periodismo Audiovisual de la Universidad de Lleida se organiza anualmente la Setmana de la Comunicació, que a través de talleres, charlas y debates entorno aborda temas de actualidad del campo de la comunicación. La Semana de la Comunicación se ofrece como una actividad dirigida a todo el campus, aunque con mayor atención a los estudiantes de la Facultad de letras, en la que se integran los estudios de comunicación, y se aprovechará como una oportunidad para la difusión del máster.

Por su parte, la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza desarrolla diversas actividades para difundir la información sobre las titulaciones que ofrece entre los potenciales alumnos. Asimismo, se programan diferentes acciones destinadas a facilitar la incorporación de los nuevos estudiantes a la vida universitaria en general y a mostrar las características propias del centro y de la titulación concreta en la que se ha matriculado.

Asimismo la página web del centro <http://www.eina.unizar.es/> constituye un medio eficaz de para hacer públicas tanto la información académica como las actividades extraacadémicas organizadas. Además, se organizan distintas actividades encaminadas a la difusión de la oferta formativa y de las actividades del centro, en particular entre los estudiantes de secundaria. Puede destacarse la participación u organización de los siguientes eventos:

- Organización de la Semana de la Ingeniería y la Arquitectura, para mostrar las actividades académicas y de investigación y las instalaciones del centro a estudiantes de Bachillerato.
- EmpZar, Feria de Empleo de la Universidad de Zaragoza. Se trata de una acción institucional de la UZ dirigida a facilitar el primer empleo a sus egresados y mostrar sus actividades académicas y de investigación, como modo de motivación a los nuevos estudiantes.
- Participación en el Salón de Educación, Formación y Empleo, en la Feria de Zaragoza.

- *Dentro de la información proporcionada, se han de indicar las vías y requisitos de acceso al título incluyendo el perfil de ingreso recomendado. El perfil de ingreso es una breve descripción de las capacidades, conocimientos previos, lenguas a utilizar en el procedimiento formativo y el nivel exigido en las mismas, etc. que en general se consideran adecuadas para aquellas personas que vayan a comenzar estos estudios.*

Haciendo explícito el perfil de ingreso, se pretende orientar a los posibles futuros estudiantes acerca de las características que se consideran idóneas para iniciar ciertos estudios, así como impulsar acciones compensadoras ante posibles deficiencias.

- *Se han de describir los canales de difusión que se emplearán para informar a los potenciales estudiantes sobre la titulación y sobre el proceso de matriculación.*
- *Cuando las enseñanzas se impartan en varias modalidades (presencial, semipresencial o a distancia) será necesario contar con sistemas de información que aclaren al estudiante cómo será el proceso de enseñanza-aprendizaje, especificando los distintos medios utilizados en la enseñanza, materiales docentes, de otros puntos de atención y apoyo al estudiante.*
- *Los procedimientos de acogida tienen que incluir, como mínimo:*
 - *Las principales acciones a llevar a cabo, descritas adecuadamente.*
 - *Un calendario orientativo.*
 - *Órganos o unidades responsables de realizarlas.*

4.2 Requisitos de acceso y criterios de admisión

Para establecer las condiciones de acceso y criterios de admisión al máster se ha tenido en cuenta la norma establecida en el artículo 16 y 17 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010.

El acceso al Máster requiere de la presentación de la documentación establecida por la normativa de la Universidad de Lleida(<http://www.udl.cat/udl/norma/ordenaci-.html>)

No existe ninguna prueba de acceso al Máster.

Los alumnos que deseen inscribirse en el máster deberán presentar una idea de proyecto empresarial o de producción, cuyo interés se tendrá en cuenta para establecer prioridades de matriculación. La idea de proyecto se presentará obligatoriamente junto con la justificación del interés en el máster (ver puntuaciones más abajo), y se valorará la originalidad o innovación del mismo, así como su posible viabilidad.

La Comisión de Estudios del Máster está constituida por el director y los coordinadores de las dos universidades implicadas. Esta comisión es la encargada de valorar las solicitudes y de elaborar el listado de estudiantes admitidos al Máster. El listado elaborado por la comisión de estudios será ratificado por el Órgano responsable del POP de Territori, Patrimoni i Cultura, constituido por dos representantes del decanato o dirección de centros, el coordinador de cada Máster que integra el POP, el coordinador del programa de doctorado, 2 directores de los departamentos (o persona en que delegue), 2 estudiantes de los estudios del POP y 1 representante del PAS, vinculado a la gestión académica.

La selección de los estudiantes para su admisión al Máster se realizará en base a los criterios que se presentan a continuación. Para cada apartado se establece una puntuación de hasta cinco puntos que ponderará según los porcentajes que se señalan:

- Expediente académico (75%): se establecen los siguientes valores:
 - Aprobado: 1
 - Notable: 2
 - Excelente: 3
 - Matrícula de honor: 4

La puntuación de los estudiantes de grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones públicas, se multiplican por el factor 1,25.

- Actividad profesional y/o de investigación relacionada con las actividades audiovisuales y de contenidos y servicios digitales (10%). La puntuación se establece a criterio de la comisión, teniendo en cuenta el trabajo desempeñado y el tiempo de dedicación.
- Justificación del interés por el Máster e idea de proyecto (5%): los estudiantes deben presentar un escrito justificando su interés.
- Referencias de profesores universitarios o de profesionales del campo (5%)
- Formación o actividad complementaria (5%): se tendrá en cuenta la formación en tecnologías de producción audiovisual y multimedia, en guión, escritura y dramaturgia, así

como la formación en idiomas.

La valoración de los méritos de los estudiantes se realizará mediante el análisis de la documentación aportada junto con la solicitud. Se contempla también la posibilidad de realizar una entrevista personal si la comisión de Estudios del Máster lo considera necesario.

La selección de los estudiantes para su admisión se hará exclusivamente en base a criterios académicos.

- *En másteres que habiliten para el ejercicio de una profesión regulada se deberá atender a las condiciones de acceso reguladas en la orden ministerial correspondiente.*
- *Los criterios de admisión han de estar descritos con claridad, no inducir a confusión y se coherentes con el ámbito temático del título (han de figurar priorizados, ponderados y explicados).*
- *En el caso que se utilicen otras lenguas en el proceso formativo, además de las oficiales, debe incluirse en los requisitos de admisión el nivel de conocimiento exigido en dichas lenguas, de acuerdo con los parámetros europeos establecidos al efecto. Asimismo los estudiantes de otros países, deberán acreditar también el conocimiento de las lenguas oficiales.*
- *Indicar el órgano de admisión y su composición e indicar los criterios de valoración de méritos y las pruebas de admisión específicas utilizadas en el sistema de selección establecido en el programa.*
- *Se debe indicar, de forma específica, los criterios y procedimientos de admisión en las enseñanzas que se impartan en la modalidad semipresencial o a distancia, así como las condiciones bajo las cuales el estudiante puede cambiar de modalidad.*

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

Acciones de acogida

Los estudiantes de este Máster serán acogidos por el director y el coordinador del Máster, que les proporcionarán asesoramiento y orientación sobre el desarrollo y las opciones del máster, así como sobre los distintos recursos que el propio máster, la UdL y la Universidad de Zaragoza ponen a su disposición.

Se ofrecerá a los estudiantes una sesión-taller de manejo de las herramientas de docencia virtual.

Tutorización

A partir de las sesiones de acogida, se asignará un tutor/a a cada uno de los estudiantes del máster. El tutor/a orientará y asesorará al alumno en todos los aspectos de su formación y, además, podrá ejercer la función de director del trabajo de fin de máster.

Además, cada materia incluye diversas sesiones de tutorización específica, donde cada profesor realiza el seguimiento del aprovechamiento de la asignatura y orienta la realización de trabajos.

Las tutorías se desarrollan tanto en modalidad presencial como virtual, a través de las herramientas a tal efecto disponibles en el Campus Virtual.

Docencia virtual

En tanto que la docencia de este máster es semipresencial, los estudiantes y profesores dispondrán de diversas herramientas para la docencia virtual.

Por una parte, se les asignará un espacio y usuario en el Campus Virtual de la UdL, en el que disponen de distintas aplicaciones para la docencia virtual:

- gestor de actividades: permite crear actividades, individuales o en grupo, cuyo desarrollo puede ir revisado o autorizando el profesor
- espacio de debate: herramienta de comunicación asimétrica que se utilizará para el intercambio de ideas, reflexiones y análisis entre los propios estudiantes y con el profesorado. Permite delimitar un periodo cerrado para la participación en los distintos debates (sobre lecturas, sobre los propios trabajos de los alumnos)
- Chat: herramienta de comunicación sincrónica que se puede utilizar para el intercambio

entre alumnos, especialmente durante la realización de trabajos colaborativos, y para el intercambio con el profesor en sesiones de tutoría a distancia.

- Tests: herramienta de creación y recepción de pruebas escritas que se utilizará en actividades de autoevaluación y de evaluación.
- Espacio de trabajo colaborativo: espacio para publicar y compartir trabajos, y para la elaboración cooperativa de trabajos (herramientas wiki). Permite un seguimiento y evaluación del trabajo individual y en grupo.
- Correo electrónico: para el intercambio personal asincrónico entre profesor y alumno.

Por otra parte, los estudios de comunicación disponen de otra plataforma, vinculada al Campus Virtual, con utilidades específicas para el trabajo con material audiovisual. En www.cpav.udl.cat se incluyen:

- aplicaciones para compartir archivos de vídeo y otros recursos
- gestor de tareas: para trabajos en grupo con archivos de vídeo y sonido

Recursos formativos complementarios

Los alumnos tendrán acceso a programas de simulación, búsqueda en bases de datos de Internet, utilización de programas disponibles en Internet, conferencias especializadas, acceso a cursos organizados por el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad, cursos de idiomas de la Universidad

Orientación al empleo: bolsa de trabajo

Bolsa de trabajo de la UdL

La Universidad de Lleida dispone de un servicio de bolsa de trabajo para facilitar el contacto de los estudiantes con empresas que buscan profesionales con formación universitaria.

El Parque Científico y Tecnológico de Lleida, en el que se incluye el complejo de producción audiovisual MAGICAL, cuenta también con una bolsa de trabajo, específicamente orientada a ofertas y demandas vinculadas a las actividades del Parque, entre ellas, las actividades de producción y formación audiovisual.

La Universidad de Zaragoza dispone del servicio UNIVERSA (www.unizar.es/universa) que es el Servicio de Orientación y Empleo propio de la Universidad. Universa gestiona este servicio gracias al convenio de colaboración entre el Instituto Aragonés de Empleo (INAEM) y la Universidad de Zaragoza. El objetivo de este servicio es favorecer la inserción de los jóvenes universitarios en el mundo laboral y adecuar su perfil profesional a las necesidades de las empresas e instituciones. UNIVERSA está dirigido a estudiantes de últimos cursos y titulados de la Universidad de Zaragoza que quieran incorporarse al desempeño profesional y quieran mejorar su situación profesional y laboral, además de conocer y desarrollar sus actitudes y aptitudes, apoyados por técnicos cualificados.

Otros

La participación de reconocidos profesionales y empresarios en activo del campo audiovisual y de los contenidos digitales aporta al máster una conexión con la realidad empresarial que puede contribuir a la inserción laboral de los estudiantes. El propio diseño del máster, con un peso importante del trabajo final de máster entendido como la elaboración de un proyecto empresarial o de producción audiovisual implica una orientación clara hacia el mercado laboral, en tanto que, al acabar el máster, el estudiante tendrá un proyecto que ofrecer a empresas y/o inversores.

Acceso a servicios, asociaciones y convocatorias que se ofrecen al estudiante del nuevo ingreso

• Correo electrónico

Los alumnos inscritos al Máster dispondrán de una cuenta de correo electrónico de la Universidad de Lleida

• Carnet del estudiante

Los alumnos del Máster dispondrán de un carnet de estudiante, que les dará acceso a los servicios de la Universidad y a ventajas adicionales

• **Conectividad y préstamo de equipos**

Dentro de los edificios de la Universidad existe conectividad a Internet por WiFi con acceso restringido al personal y a los estudiantes de la universidad. Las Bibliotecas disponen de un servicio de préstamo de ordenadores portátiles y memorias USB, disponible para los estudiantes de la UdL.

• **Oferta cultural**

La UdL ofrece un abanico de actividades culturales, entre las que destacan, por su relación con el máster, los Seminarios de escritura dramática y dramaturgia escénica, así como el cineclub CineUll, que actua en colaboración con la Filmoteca de les Terres de Lleida. Además, el Servicio Cultural de la Universidad de Lleida organiza un aula de poesía, un taller de danza contemporánea, un aula de música, una coral UniCornUdL, y un taller de teatro.

• **Oferta deportiva**

La UdL cuenta con un Servicio de Deportes que organiza cuatrimestralmente una amplia oferta de actividades deportivas y lúdicas a las cuales pueden inscribirse los estudiantes.

Por su parte la Universidad de Zaragoza ofrece un amplio catálogo de servicios a sus estudiantes, entre los que se puede destacar:

- Conectividad wifi en todos los campus
- Servicio de Actividades Deportivas
- Servicio de Asesorías (de estudios, jurídica, psicológica, sexológica, movilidad internacional)
- Alojamiento (Colegios Mayores, bolsa de pisos)
- Oficina universitaria de atención a la discapacidad
- Observatorio de igualdad de género
- Amplia oferta de actividades culturales
- Observatorio de empleo
- Casa del estudiante

Accesibilidad universal y diseño para todos de los medios materiales y servicios de la universidad

La Universidad de Lleida es una entidad que siempre ha considerado la interacción con la sociedad a la que presta sus servicios, como uno de los puntos importantes en su estrategia organizativa y de proyección. Es por ese motivo que para el equipo de gobierno de la UdL es prioritario mejorar la accesibilidad de sus instalaciones y servicios y proporcionar las herramientas necesarias a las personas con situación de discapacidad para que desarrollen su formación superior.

En el ámbito del desarrollo de la formación superior de las personas de la comunidad universitaria con discapacidad, la UdL desarrolla diferentes acciones dirigidas a eliminar los obstáculos al aprendizaje que impiden o dificultan su formación.

En este sentido, y para facilitar la integración de todos los usuarios de la Universidad que tengan movilidad reducida o cualquier otra limitación, se ha llevado a cabo un plan de actuación que incluye las acciones necesarias para garantizar:

1. La accesibilidad desde el exterior.
2. La circulación interna por los centros universitarios.
3. El uso de todas las instalaciones.
4. Una evacuación segura en caso de una posible emergencia.

La UdL ha optado por un modelo de atención personalizada para el alumnado con discapacidad, dados el número de estudiantes que tenemos con discapacidad y la estructura y dimensiones de nuestra universidad. Los objetivos principales del proyecto de trabajo que se lleva a cabo hacia las personas con discapacidad en la UdL van en la línea siguiente:

- Espacio "Universidad para todo el mundo", que desarrolla diferentes acciones para promover una universidad sin barreras y hacer posible la prestación de apoyos técnicos y personales a

los estudiantes que lo necesiten.

- Garantizar la oportunidad de los estudiantes con discapacidad en la realización de los estudios universitarios mediante la adquisición de ayudas técnicas y personales y la convocatoria de ayudas para estudiantes de la UdL con necesidades especiales.

La línea de trabajo principal está destinada a proporcionar ayudas personales y de recursos técnicos para favorecer la autonomía de las personas que las disfrutan, ya que mejora su participación al disminuir las restricciones comunicativas.

La Universidad de Zaragoza ha sido sensible a los aspectos relacionados con la igualdad de oportunidades desde siempre, tomando como un objetivo prioritario desde finales de los años 80, convertir los edificios universitarios, y su entorno de ingreso en accesibles mediante la eliminación de barreras arquitectónicas.

En este sentido, se suscribieron tres convenios con el INSERSO en el que participó la Fundación ONCE que desarrollaban programas de eliminación de barreras arquitectónicas. De esta forma, en 1998 podíamos afirmar que la Universidad de Zaragoza no presentaba deficiencias reseñables en la accesibilidad física de sus construcciones.

Se han recibido muestras de reconocimiento de esta labor en numerosas ocasiones y, por citar un ejemplo de distinción, en el año 2004, la Universidad de Zaragoza obtuvo el Premio anual de accesibilidad en "Adecuación y urbanización de espacios públicos" que otorga anualmente la Asociación de Disminuidos Físicos de Aragón y el Colegio de Arquitectos.

En los convenios reseñados, existían epígrafes específicos de acomodo de mobiliario y medios en servicios de atención, en el transporte y en tele enseñanza.

La Universidad d Zaragoza dio un paso más en esta dirección suscribiendo un convenio en 2004 para la elaboración de un Plan de accesibilidad sensorial para la Universidad de Zaragoza que se tuvo disponible en 2005 y que se acompaña como referencia básica en los nuevos encargos de proyectos de las construcciones. El Plan fue elaborado por la empresa Vía Libre-FUNDOSA dentro del convenio suscrito por el IMSERSO, Fundación ONCE y la Universidad. Contempla el estudio, análisis de situación y planteamiento de mejoras en cuatro ámbitos de actuación: edificios, espacios públicos, transporte y sitio web.

Por lo tanto, cabe resaltar que las infraestructuras universitarias presentes y futuras tienen entre sus normas de diseño las consideraciones que prescribe la mencionada Ley 5/2003.

Los edificios del Campus "Río Ebro", donde se ubica la Escuela de Ingeniería y Arquitectura, forman parte obviamente de la política sobre accesibilidad y diseño para todos de la Universidad de Zaragoza, por lo que cumplen con los requisitos que fija al efecto la normativa citada que, si cabe, se encuentra potenciada por tratarse de espacios de reciente construcción así como por las medidas específicas adoptadas por el Centro en coordinación con el Servicio de Ergonomía (Unidad de Protección y Prevención de Riesgos), que afectan tanto al acceso a espacios (ascensores, elevadores mecánicos en las medias plantas del bloque departamental del edificio Torres Quevedo, ...) como al equipamiento docente (mesas y equipos informáticos adaptados para minusválidas).

Se trata por tanto de un aspecto de especial sensibilidad en el que se realizan actuaciones de mejora permanente.

- *Mencionar acciones previstas específicas para el título que tengan como objetivo el apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados.*
- *Si la enseñanza contempla la modalidad semipresencial o a distancia, se deben incluir los sistemas de apoyo específicos a los estudiantes una vez matriculados.*
- *Plan de acción tutorial*

4.4 Transferencia y reconocimiento de créditos:

Según normativa académica de los estudios universitarios de máster aprobada por Consejo de Gobierno y por Consejo Social.

http://www.udl.cat/export/sites/UdL/udl/norma/Ordenacio_academica/xNormativa_Acadxmica_-_Estudis_Oficials_Masters_curs_2012-13._xCG_28.03.2012x.pdf

Reconocimiento de créditos cursados en Enseñanzas superiores oficiales no universitarias

Mín: 0 Máx: 0 cr

Reconocimiento de créditos cursados en títulos propios

Mín: 0 Máx: 0 cr

Reconocimiento de créditos cursados por acreditación de experiencia laboral y profesional:

Mín: 0 Máx: 9 cr

La experiencia laboral será valorada por la coordinación del máster y los coordinadores de las asignaturas afectadas, que mantendrán una entrevista con los alumnos que soliciten el reconocimiento. Podrán optar a dicho reconocimiento aquellos estudiantes que demuestren una experiencia laboral de más de un año en el ámbito de la radio, televisión, cine, radio, contenidos digitales y publicidad. Se valorará especialmente la experiencia en cargos ejecutivos y en dirección de producción y realización. Pueden ser objeto de reconocimiento las distintas asignaturas de los cuatro módulos que conforman el máster.

Según determina RD 861/2010 en artículo 6:

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

En todo caso no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado y máster.

3. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.

4. No obstante lo anterior, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el párrafo anterior o, en su caso, ser objeto de reconocimientos en su totalidad siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial.

Para cada título se tendrá que aportar información sobre los criterios de valoración de la experiencia profesional como el tipo de funciones, el nivel/años de experiencia, el ámbito de experiencia profesional, o la tipología de asignaturas que podrán ser objeto de reconocimiento.

4.5 Complementos formativos:

Curso de Nivelación (30 ECTS)

Los estudiantes que acrediten una formación previa de 180 ECTS deberán cursar como complementos formativos el **Módulo de Nivelación de 30 ECTS**, compuesto por materias de los grados de Comunicación y Periodismo Audiovisual. Después de realizar este módulo durante un curso, podrán iniciar los 90 créditos propios del máster. De este modo se garantizará que los alumnos que accedan al Máster posean los conocimientos básicos necesarios para el buen seguimiento del curso de postgrado.

Deberán cursar **30 ECTS** de las siguientes materias pertenecientes al grado de Comunicación y Periodismo Audiovisual de la UdL o del grado de de Periodismo de la Universidad de Zaragoza

Universitat de Lleida

Expresión audiovisual (7,5 ECTS)

Teoría e historia del periodismo y los medios audiovisuales (7,5 ECTS)

Narrativas audiovisuales (7,5 ECTS)

Análisis y producción de la imagen I (7,5 ECTS) (a cursar para seguir la especialidad 1 en el máster)

Fundamentos y análisis de la información periodística y el discurso audiovisual (7,5 ECTS) (a cursar para seguir la especialidad 2 en el máster)

Universidad de Zaragoza

Estructura de la comunicación (6 ECTS)

Géneros informativos en radio (6 ECTS)

Géneros informativos en TV (6 ECTS)

Producción de informativos en TV (6 ECTS)

Producción de informativos en radio (6 ECTS)

- *Cuando los complementos formativos no formen parte del máster se especificaran en este apartado. Si forman parte del máster en el apartado 5. Planificación de las Enseñanzas. En ambos casos se ha de indicar la definición detallada de las materias (contenidos, resultados de aprendizaje, actividades formativas, sistemas de evaluación...)*
- *Describir el perfil del estudiante, en función de su formación previa, que deberá obligatoriamente cursarlos.*

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 Descripción general del plan de estudios

El plan de estudios del máster *Creación de empresas audiovisuales y convergencia digital* responde a unos objetivos de formación especializada orientada al desarrollo de proyectos de producción y de proyectos empresariales en el nuevo escenario audiovisual de convergencia entre medios tradicionales, especialmente la televisión, con internet y otras plataformas digitales de distribución y consumo audiovisual.

Con ese objetivo, el plan de estudios combina tres áreas de conocimiento –empresa, comunicación, tecnologías–, con un enfoque práctico, que parte de los contenidos teóricos para aplicarlos al análisis de la realidad del sector y al desarrollo de proyectos empresariales y de producción con vocación de innovación y adaptación a un escenario cambiante.

La organización de las asignaturas distingue un primer módulo de análisis de la industria y el mercado; un segundo módulo que se centra en las habilidades emprendedoras y la planificación empresarial; y un tercer y cuarto módulos que desarrollan con mayor profundidad los aspectos relacionados con la gestión de producción, distinguiendo entre aspectos tecnológicos y requerimientos profesionales.

Así pues, la estructura del plan de estudios responde a un planteamiento de la gestión empresarial y la gestión de proyectos que considera fundamental el conocimiento del mercado (gestión orientada a la demanda), pero también el conocimiento de la propia actividad, las necesidades y rutinas profesionales involucradas, los condicionantes tecnológicos y las nuevas posibilidades de organización y producción surgidas de los avances en TICs (gestión orientada a la producción).

El máster incluye dos líneas de especialización, a partir de una oferta de créditos optativos entre los que el estudiante puede orientarse hacia la producción de contenidos no informativos (especialidad 1-E1) o contenidos de carácter informativo o periodístico (especialidad 2-E2).

La estructura del plan de estudios otorga también un peso muy importante al trabajo de fin de máster (TFM) y las prácticas externas. El TFM consiste en la elaboración tutorizada de un proyecto empresarial o de producción audiovisual que constituye una pieza clave del plan formativo de los estudiantes. La elaboración del TFM se plantea como una actividad formativa en la que el estudiante desarrolla y aplica los conocimientos adquiridos, para obtener como resultado un proyecto empresarial o de producción innovador que le facilite la inserción en el mundo profesional o empresarial.

De acuerdo con el objetivo profesionalizante de la propuesta de máster, se otorga también un peso importante a las prácticas en empresas, que ofrezcan una oportunidad de aprendizaje en entornos de trabajo y faciliten también la posterior inserción de los estudiantes en el mundo laboral y el desarrollo de sus proyectos empresariales o de producción.

Los contenidos se organizan, pues, en seis módulos, impartidos en modalidad semipresencial:

1. *Escenario mediático global: hacia la convergencia digital*

Módulo de 15 créditos (12 obligatorios+ 3 optativos) de análisis del escenario audiovisual surgido de los procesos de convergencia digital y globalización económica, y sometido actualmente a las presiones de la crisis económica general y de la crisis en la industria de los medios de comunicación.

Consta de dos materias que combinan conceptos teóricos y metodológicos para el análisis industrial y de mercado, con su aplicación al análisis de la situación y evolución de la industria audiovisual y digital. En la primera materia (*El mapa de la comunicación audiovisual y digital en España y en Europa*) se aborda el estudio de los principales agentes en la industria de la información y la comunicación. La segunda (*Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis*) se centra en las nuevas oportunidades y riesgos para la creación audiovisual e informativa, las tendencias en la evolución de los

modelos de negocio, y los cambios por el lado de la demanda, teniendo en cuenta a anunciantes y audiencias.

Se incluyen dos asignaturas optativas, vinculadas a las menciones, que se especializan en el análisis del mercado informativo o periodístico y del mercado de creación audiovisual, respectivamente.

Materias y asignaturas:

- *El mapa de la comunicación audiovisual y digital en España y en Europa*
 - *Agentes del mercado global y nacional*
 - *Agentes de los mercados de regionales y locales; de nicho e intra industriales*
- *Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis*
 - *Nuevas estrategias publicitarias*
 - *Prosumers: las audiencias activas*
 - *Proyectos audiovisuales y digitales no informativos (OP: E1)*
 - *Proyectos audiovisuales y digitales informativos (OP: E2)*

2. Capacidades emprendedoras (primer y segundo semestre)

Módulo de 15 créditos, de carácter obligatorio, de formación en los conocimientos y competencias para el desarrollo de planes empresariales y de planes de producción en el campo de los contenidos y servicios audiovisuales digitales.

Incluye cinco asignaturas. La materia *La empresa y el empresario*, de seis créditos, se dedican a cuestiones relacionadas con la planificación estratégica empresarial y las habilidades de comunicación en entornos de negocio. La segunda materia, *Marketing, financiación y marco legal*, ocupa nueve créditos en los se desarrollan estos tres aspectos teniendo en cuenta la teoría y legislación empresarial general así como las particularidades de las empresas informativas y comunicativas.

Materias y asignaturas:

- *La empresa y el empresario*
 - *El emprendedor y el plan de empresa. Habilidades de comunicación y presentación de nuevos proyectos audiovisuales*
 - *Redes y tecnologías de la información para la estrategia empresarial*
- *Marketing, financiación y marco legal*
 - *Marketing de productos y servicios audiovisuales digitales*
 - *La financiación de la empresa y las actividades audiovisuales digitales*
 - *El marco legal de la empresa y las actividades audiovisuales digitales*

3. Profesionales de la comunicación digital (segundo semestre)

Módulo de 15 créditos (6 obligatorios y 9 optativos) sobre una oferta de 24 créditos de formación especializada en el ejercicio de las distintas profesiones de creación y producción de contenidos para televisión, radio, cine y nuevos formatos híbridos surgidos de la fusión entre los distintos medios audiovisuales e Internet y demás plataformas digitales. Se pone especial énfasis en los nuevos requerimientos profesionales surgidos de los procesos de convergencia o fusión entre medios en el nuevo escenario audiovisual digital.

Impartidas por profesionales en activo de cada campo, las asignaturas de este módulo profundizan en los conocimientos y competencias básicas propios de los estudios de grado en comunicación audiovisual y periodismo, desde la perspectiva de la planificación y dirección de la producción. Para el desarrollo de estas asignaturas se cuenta con las instalaciones técnicas y el soporte formativo del centro de producción audiovisual *Magical*.

Materias y asignaturas:

- *Nuevos perfiles profesionales en el entorno digital*
 - *Creación y producción de contenidos audiovisuales para pantallas convergentes. La fusión de televisión e internet*
 - *Profesionales para la interacción digital: redes sociales, posicionamiento*
 - *El cine: digitalización de la producción, multiplicación de pantallas (OP: E1)*
 - *Profesionales del periodismo web-native (OP: E2)*

- *Profesionales del audiovisual*
 - o *Dirección y guión para televisión: programas no informativos (OP: E1)*
 - o *Dirección y guión para televisión: programas informativos (OP: E2)*
 - o *Producción y realización televisiva*
 - o *Dirección y producción radiofónica*

4. Tecnologías de la información y las comunicaciones

Módulo de 15 créditos (9 obligatorios, 6 optativos) sobre una oferta de 24 créditos de formación especializada en tecnologías de la información y la comunicación.

Para el desarrollo de estas asignaturas se cuenta con las instalaciones técnicas y el soporte formativo del Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales, en el Parque Tecnológico de Walqa, Huesca, y el Centro de Arte y Tecnología-Milla Digital, en Zaragoza

Materias y asignaturas:

- *Redes y lenguajes*
 - o *Redes y tecnologías de la información para la comunicación*
 - o *El papel de las redes sociales en la convergencia digital*
 - o *Lenguajes informáticos y gestores de contenidos*
- *Tecnologías de producción y emisión*
 - o *Tecnologías y sistemas de audio (OP)*
 - o *Tecnologías y sistemas de video (OP)*
 - o *Tecnologías de televisión digital y radio digital (OP: E1)*
 - o *Tecnologías para la búsqueda y tratamiento de información digital (OP: E2)*

5. Trabajo fin de máster (tercer semestre)

Módulo de 15 créditos obligatorios en el que los estudiantes desarrollan un proyecto de producción audiovisual o un proyecto de empresa en el campo del audiovisual y los contenidos digitales. Supone la ampliación y la aplicación de los conocimientos adquiridos al desarrollo de proyectos innovadores en el campo. El trabajo de este módulo será dirigido o tutelado por un profesor del Máster y se buscará la colaboración de empresas externas que puedan acoger proyectos o colaborar de alguna manera en su desarrollo, de acuerdo con la finalidad de implementación real de los proyectos que se plantea el máster.

6. Prácticas externas (tercer semestre)

Módulo de 15 créditos obligatorios en el que los estudiantes se incorporan en prácticas en empresas.

El máster se ofrece en modalidad semipresencial, en la que se combinan las clases, seminarios y talleres presenciales, con la utilización de herramientas de docencia virtual.

El método de trabajo se articula a través de:

- Seminarios (presenciales y virtuales) de análisis de caso, que aseguran la vinculación de la enseñanza con la realidad del sector productivo. El perfil del profesorado, con un peso importante de profesionales del sector, asegura la disponibilidad de material formativo actualizado para la docencia virtual basada en el análisis de casos reales.
- Seminarios (presenciales y virtuales) de carácter práctico, que se desarrollan en las instalaciones del centro de producción audiovisual MAGICAL, en Lleida, y el Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales de Huesca y el Centro de Arte y Tecnología-Milla Digital, en Zaragoza, que cuentan con tecnología de producción audiovisual digital avanzada. Las sesiones presenciales en estos espacios permiten trabajar las competencias con mayor contenido práctico, complementadas con sesiones virtuales en las que los estudiantes dispondrán de material formativo específico.
- Sesiones virtuales de debate, trabajo colaborativo y actividades de co-evaluación.
- Sesiones magistrales y conferencias a cargo de reconocidos profesionales del sector
- Tutorías, presenciales y virtuales, para orientar el trabajo de los estudiantes y facilitarles recursos de aprendizaje.
- Desarrollo de proyectos de producción y proyectos de empresa, a través de un proceso tutorizado.

En las actividades de docencia y evaluación virtual, la identidad del usuario se comprueba mediante el uso de nombre de usuario y contraseña, que se validan contra un servidor de directorio LDAP institucional. En el momento de la solicitud de ambos parámetros, la conexión se encuentra protegida por SSL.

Explicación general de la planificación del plan de estudios:

- *Breve descripción general de los módulos, materias o asignaturas de que constará el plan de estudios, cómo se secuenciarán en el tiempo, así como las lenguas utilizadas en los procesos formativos.*
- *En el supuesto que el plan de estudios se desarrolle en más de una modalidad enseñanza-aprendizaje se debe describir la forma en que se presentará la información de cada una de las modalidades en los distintos módulos y materias.*
- *En su caso, se deben justificar y describir posibles itinerarios formativos, diferentes grupos en función de la lengua de impartición, que podrían seguir los estudiantes.*
- *Justificación de cómo los distintos módulos o materias de que consta el plan de estudios constituyen una propuesta coherente y factible (teniendo en cuenta la dedicación de los estudiantes) y garantizan la adquisición de las competencias del título.*
- *Otra información relevante, como requisitos especiales para poder cursar los distintos módulos o materias, normas de permanencia, etc.*
- *En el caso que las enseñanzas se impartan en la modalidad semipresencial o a distancia se deben concretar aspectos como:*
 - *En los títulos con gran componente práctico, se deben justificar cómo se adquirirán las competencias con mayor componente práctico.*
 - *Indicar que modalidad se utilizará para cada módulo/materia.*
 - *La justificación de materiales formativos específicos.*
 - *En las fichas de módulo/materia se deberán indicar las actividades formativas específicas para cada modalidad y los procedimientos de evaluación para asegurar la adquisición de las competencias.*
 - *Mecanismos con que se cuenta para controlar la identidad de los estudiantes en los procesos de evaluación.*

5.2 Procedimientos movilidad de estudiantes

- *Se tiene que proporcionar información de los convenios de cooperación, de los acuerdos y de las posibles ayudas de financiación destinadas a promover la movilidad de los estudiantes propios y de acogida, especialmente en el caso de títulos conjuntos.*
- *Hay que incluir información sobre el sistema de reconocimiento y acumulación de ECTS de estos estudiantes, así como de las unidades de apoyo a la movilidad y los sistemas de información previstos para facilitar el proceso de acogida o envío de estudiantes.*
- *Las acciones de movilidad tienen que contar con mecanismos adecuados de planificación, seguimiento y evaluación y mantener una coherencia con los objetivos del plan de estudios y su planificación.*

5.3 Procedimientos de coordinación docente y supervisión

La coordinación y supervisión de los procesos de aprendizaje se organiza en distintos niveles que aseguren la necesaria autonomía del profesorado y respeten las particularidades de cada materia, al tiempo que garanticen unos itinerarios formativos coherentes, en los que las distintas asignaturas se complementen para un objetivo de formación compartido y cooperativo.

Para ello, se establece una estructura formada por la coordinación de la titulación, que asume el diseño general del máster y la coordinación de su implementación, y en la que colabora también el coordinador de la Universidad de Zaragoza; la coordinación de las asignaturas, que asume el diseño de las distintas materias; y la comisión de estudios, donde se coordinan y comparten

trabajos de gestión académica del máster con tareas de evaluación conjunta del desarrollo del máster y de la formación de los estudiantes.

El **coordinador** del máster, docente de la universidad coordinadora, la UdL, tiene las siguientes funciones:

- a) Coordina las actividades del máster universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital: diseño del plan de estudios, profesorado, planificación anual de la docencia, control de calidad, difusión
- b) Es responsable de la gestión diaria del máster y de las relaciones institucionales, especialmente en colaboración con la dirección del centro, Escuela o Facultad, al que se adscribe el máster, así como con el vicerrectorado competente.
- c) Vela por el buen funcionamiento de la comisión paritaria de coordinación y la preside.
- d) Convoca las reuniones de seguimiento.

Coordinador de la Universidad de Zaragoza:

Colabora en las distintas tareas de coordinación del máster, encargándose específicamente de la planificación, coordinación y supervisión de las materias y actividades desarrolladas en su universidad.

- a) Coordina al profesorado implicado de su universidad.
- b) Gestiona las actividades docentes asignadas a su universidad y ejecuta los acuerdos tomados en el seno de la comisión paritaria de coordinación.
- c) Elabora la propuesta de oferta de asignaturas para cada curso académico
- d) Participa en la mejora de la calidad del máster a través de las propuestas que presente la comisión paritaria de coordinación.
- e) Informa a los órganos de gobierno de su universidad de las decisiones tomadas en la comisión paritaria de coordinación, especialmente las referidas a la programación académica.

Cada asignatura del máster tendrá un **coordinador de asignatura**, que en el caso de materias con mucho profesorado implicado podrá recibir soporte directo de otro profesor de la materia.

Este coordinador será el encargado de:

- a) Diseñar el Plan de estudios de la asignatura: contenidos, bibliografía y otros recursos, actividades formativas y de evaluación.
- b) Hacer la repartición de las horas de docencia con los profesores participantes en la asignatura.
- c) Programar las sesiones de evaluación, recopilar las notas de los distintos profesores, introducir las notas finales en las actas y firmarlas.
- d) Gestionar la información de la materia disponible a través del Campo Virtual y garantizar la disponibilidad de los recursos para los alumnos.
- e) Hacer de interlocutor entre el profesorado y los estudiantes de la materia y el coordinador de la titulación.

La **Comisión de Estudios del Máster** estará compuesta por:

- El director del máster
- El coordinador del máster
- El coordinador de la Universidad de Zaragoza

Las funciones de la Comisión de Estudios son:

- a) Asume el establecimiento de criterios de valoración de méritos y requisitos específicos de admisión y selección de estudiantes y el proceso de selección, o acuerda la creación de una subcomisión de acceso que asuma estas funciones.
- b) Es depositaria de las candidaturas para la admisión y la selección de estudiantes y responsable de los sistemas de reclamación.
- c) En el proceso de admisión, analiza las propuestas de los coordinadores de cada universidad y decide el conjunto de alumnado admitido.

- d) Resuelve las solicitudes de reconocimiento de créditos.
- e) Desarrolla un protocolo y un plan para distribuir y publicitar el máster.
- f) Informa sobre las condiciones del convenio de colaboración.
- g) Es responsable del funcionamiento general del programa, de estimular y coordinar la movilidad y de analizar los resultados que garantizan la calidad del máster.
- h) Propone el calendario docente y el plan de usos e infraestructuras y servicios compartidos que potencie el rendimiento del estudiante, de aularios y de espacios docentes.
- i) A través del análisis de los puntos débiles y de las potencialidades del máster, plantea propuestas de mejora, y colabora en el seguimiento de la implantación.
- j) Establece la periodicidad de sus reuniones y el sistema de toma de decisiones para llegar a los acuerdos correspondientes, y crea las subcomisiones o comisiones específicas que considere oportunas.
- k) Vela por el correcto desarrollo de las obligaciones, los deberes y los compromisos derivados del contenido del convenio, y resuelve las dudas que puedan plantearse en la interpretación y la ejecución de los acuerdos.
- m) Decide sobre los aspectos docentes que no estén regulados por las disposiciones legales o por las normativas de las universidades.
- n) Promueve todas las actividades conjuntas que potencien el carácter interuniversitario del máster.

Periódicamente se realizarán reuniones de la Comisión de Estudios del Máster con los coordinadores de las asignaturas para recoger las impresiones del profesorado y detectar posibles problemas surgidos en el proceso enseñanza-aprendizaje y así poder proponer soluciones. Así mismo, estas reuniones han de facilitar el seguimiento conjunto y coordinado del trabajo de los estudiantes. También se realizarán reuniones con los estudiantes del máster en un proceso de evaluación de la marcha del máster y de su formación.

En cuanto al trabajo final del máster, se asignará un tutor para cada estudiante. Para la asignación de tutores, se tendrá en cuenta la adecuación del perfil del tutor al tipo de trabajo que patee el estudiante. La tutorización del trabajo se realizará principalmente a través de herramientas virtuales (correo electrónico, chat, espacios de trabajo colaborativo), complementadas con al menos sesión de tutoría presencial. También se realizarán otras actividades presenciales, como son una sesión de orientación y presentación del método de trabajo, y sesiones de presentación de los proyectos finales.

En las prácticas externas en empresas se asignará también un tutor docente dentro de la empresa, que realizará la planificación, seguimiento y evaluación del trabajo de los estudiantes. Los coordinadores de cada universidad participante en el máster se encargará de la coordinación y seguimiento de las prácticas externas que se realicen en su área geográfica.

- *Explicitar como se llevará a cabo la coordinación y la supervisión de los procesos de enseñanza-aprendizaje.*
- *Hay que definir el órgano/s que son responsables especificando sus competencias..*
- *Hay que poner una atención especial a la hora de definir los mecanismos de coordinación en la ejecución de la docencia, explicitando aspectos como:*
 - *Mecanismos de coordinación de planes docentes y supervisión de prácticas docentes.*
 - *Organización del prácticum y/o de las prácticas en empresas.*
 - *Procedimientos claros de seguimiento de la implantación del plan, con una atención especial a la temporización de las fases y las acciones implicadas.*

5.4 Cuadro de Plan de Estudios (Anexo 1)

RESUMEN DESCRIPCIÓN PLAN DE ESTUDIOS DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN CREACIÓN DE EMPRESAS AUDIOVISUALES Y CONVERGENCIA DIGITAL

Carácter*	Módulo	Unidad Temporal (curso/semestre)	ECTS	Materia	Unidad Temporal (curso/semestre)	ECTS	Asignatura	Unidad Temporal (curso/semestre)	ECTS	Idioma de impartid	Modalidad
OBLIGATORIO OPTATIVO	Escenario mediático global: hacia la convergencia digital	S1	15	<i>El mapa de la comunicación audiovisual y digital en España y en Europa</i>	S1	6	<i>Agentes del mercado global y nacional</i>	S1	3	Castellano/catalán	Semi presen.
							<i>Agentes de los mercados de regionales y locales; de nicho e intra industriales</i>				
				<i>Oportunidades y nuevas áreas de desarrollo en el escenario de crisis</i>	S1	9	<i>Nuevas estrategias publicitarias</i>	S1	3		
							<i>Prosumers: las audiencias activas</i>	S1	3		
							<i>Proyectos audiovisuales y digitales no informativos (OP: E1)</i>	S2	3		
							<i>Proyectos audiovisuales y digitales informativos (OP: E2)</i>	S2	3		
OBLIGATORIO	Capacidades emprendedoras	S1/S2	15	<i>La empresa y el empresario</i>	S1	6	<i>El emprendedor y el plan de empresa. Habilidades de comunicación y presentación de nuevos proyectos audiovisuales</i>	S1	3	Castellano	Semi presen.
							<i>Redes y tecnologías de la información para la estrategia empresarial</i>	S1	3		
				<i>Marketing, financiación y marco legal</i>	S2	9	<i>Marketing de productos y servicios audiovisuales digitales</i>	S2	3		
							<i>La financiación de la empresa y las actividades audiovisuales digitales</i>	S2	3	Castellano/ catalán	
							<i>El marco legal de la empresa y las actividades audiovisuales digitales</i>				
							<i>Marketing de productos y servicios audiovisuales digitales</i>	S2	3		
OPTATIVO	<i>Profesionales de la comunicación digital</i>	S2	15	<i>Nuevos perfiles profesionales en el entorno digital</i>	S2	9 ob/op	<i>Creación y producción de contenidos audiovisuales para pantallas convergentes</i>	S1	3	Castellano/ catalán/	Semi presen.
							<i>Profesionales para la interacción digital: redes sociales, posicionamiento</i>	S1	3		
							<i>El cine: digitalización de la producción, multiplicación de pantallas (OP: E1)</i>	S2	3	inglés	
							<i>Profesionales del periodismo web-</i>				

							<i>native (OP: E2)</i>			
				<i>Profesionales del audiovisual</i>	S2	6 op	<i>Dirección y guión para televisión: programas no informativos (OP: E1)</i>		3	Castellano
							<i>Dirección y guión para televisión: programas informativos (OP: E2)</i>	S2	3	
							<i>Producción y realización televisiva</i>	S2	3	
							<i>Dirección y producción radiofónica</i>	S2	3	
				<i>Redes y lenguajes</i>	S1	9 ob	<i>Redes y tecnologías de la información para la comunicación</i>	S1	3	Castellano
							<i>El papel de las redes sociales en la convergencia digital</i>	S1	3	
							<i>Lenguajes informáticos y gestores de contenidos</i>	S1	3	
							<i>Tecnologías y sistemas de audio</i>	S2	3	
				<i>Tecnologías de producción y emisión</i>	S2	6 op	<i>Tecnologías y sistemas de video</i>	S2	3	Castellano
							<i>Tecnologías de televisión digital y radio digital (OP: E1)</i>	S2	3	
							<i>Tecnologías para la búsqueda y tratamiento de información digital (OP: E2)</i>	S2	3	Semi presen.
OBLIGATORIO/ OPTATIVO	<i>Tecnologías de la información y la comunicación</i>	S1/S2	15							
OBLIGATORIO	Trabajo fin de máster	S3	15		S3	15	<i>Trabajo fin de máster (E1/E2)</i>	S2	12	Castellano/catalán/
OBLIGATORIO	Prácticas en empresas	S3	15		S3	15	<i>Prácticas en empresas</i>	S3	18	Castellano/catal

*Formación obligatoria, optativa, prácticas (si procede) y trabajo de fin de máster.

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 Mecanismos

Las contrataciones y oferta de plazas necesarias para el máster se efectúan siempre de acuerdo con la normativa y la legislación vigente, tanto estatal como autonómica, como de la UdL; este conjunto de prescripciones vela por los derechos de todas las partes implicadas, incluyendo los candidatos y candidatas a la contratación, atendiendo a los criterios de igualdad y no discriminación entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad.

- *Mecanismos de que se dispone para asegurar que la contratación del profesorado se realizará atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad*

PERSONAL ACADÉMICO

PERSONAL ACADÉMICO DISPONIBLE

Categoría(*)	% sobre el TOTAL de profesorado	Título académico del docente	Doctor	% sobre el TOTAL de doctores	Acreditación	Experiencia en docencia, en investigación o profesional	Dedicación (TC/TP)	Horas %	Área de conocimiento
Titular Universidad	2,9	Filología catalana	Si	5	Sí	15 años de experiencia docente. 15 años de experiencia profesional	TC	2,6	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Titular Universidad	2,9	Filología catalana	Si	5	Sí	9 años de experiencia docente	TC	2,6	Filología Catalana
Titular Universidad	2,9	Ingeniero agrónomo, Diplomado en Ciencias empresariales, MBA por Esade	Si	5	Sí	16 años de experiencia docente	TC	2,6	Organización de empresas
Titular Universidad	2,9	Economía	Si	5	Sí	19 años de experiencia docente	TC	2,6	Economía financiera y contabilidad
Titular Universidad	2,9	Ciencias físicas	Si	5	Sí	17 años de experiencia docente	TC	9,0	Tecnología Electrónica
Titular Universidad	2,9	Ingeniería de Telecomunicaciones	Si	5	Sí	10 años de experiencia docente	TC	7,7	Teoría de la Señal y Comunicaciones
Titular Universidad	2,9	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Sí	17 años de experiencia docente	TC	3,8	Periodismo

Titular Universitat	2,9	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Sí	15 años de experiencia docente	TC	2,6	Periodismo
Total titulares Univ.	23,5			40				33,3	
Ayudante doctor	2,9	Ciencias de la Información; Máster en Información Económica	Si	5	Contratado doctor, ayudante doctor	18 años de experiencia docente y de investigación	TC	3,8	Periodismo
Ayudante doctor	2,9	Ciencias de la Información	Si	5	Ayudante doctor	9 años de experiencia de investigación y docente	TC	3,8	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Ayudante doctor	2,9	Ciencias de la Información	Sí	5	Ayudante doctor			2,6	
Ayudante doctor	2,9	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Titular	17 años de experiencia docente (13 años de docencia no presencial)	TC	2,6	Periodismo
Ayudante doctor	2,9	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Titular	10 años de experiencia docente	TC	2,6	Periodismo
Ayudante doctor	2,9	Ciencias de la Comunicación	Sí	5	Contratado doctor	10 años de experiencia docente	TC	3,8	Periodismo
Total Ayudante Doctor	17,6			30				19,2	
Asociado	2,9	Informática	Si	5			TC		Informática

Visitante	2,9	Ciencias de la Información; Sociología; Ingeniero Electrónico Industrial	Si	5		5 años de experiencia docente; 30 años de experiencia profesional	TP	3,8	Comunicación Audiovisual
Visitante	2,9	Ciencias de la Información	Si	5	Sí	12 años de experiencia docente y de investigación; 24 años de experiencia profesional	TP	2,6	Periodismo
Visitante	2,9	Ciencias de la Información	Si	5	Sí	12 años de experiencia docente y de investigación; 36 años de experiencia profesional	TP	1,3	Comunicación Audiovisual
Visitante	2,9	Ciencias de la Información	Si	5	Ayudante lector	3 años de experiencia docente	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	2,9	Comunicación Social	Si	5	Sí	15 años de experiencia docente; 7 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	2,9	Ciencias de la Información	No		No	15 años de experiencia profesional; 3 años de experiencia docente	TP	2,6	Comunicación Audiovisual

Visitante	2,9	Administración y Dirección de Empresas; Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional; Máster en Gestión Cultural; Máster en Administración y Dirección de Empresas para PYMES	No		No	18 años de experiencia profesional	TP	1,3	Organización de empresas
Visitante	2,9	Artes; Máster en Administración Pública	No		No	18 años de experiencia docente y de investigación; 35 años de experiencia profesional	TP	1,3	Estética y Teoría de las Artes
Visitante	2,9	Ciencias Químicas; Diplomado en Realización	No		No	45 años de experiencia profesional	TP	1,3	Comunicación Audiovisual
Visitante	2,9	Ciencias de la información; Máster en Desarrollo de Directivos	No		No	2 años de experiencia docente; 32 años de experiencia profesional	TP	2,6	Comunicación Audiovisual
Visitante	2,9	Periodismo; Máster en Estudios Feministas	No		No	5 años de experiencia docente y de investigación; 10 años de experiencia profesional	TP	2,6	Periodismo

Visitante	2,9	Ciencias de la Información; Farmacia	No		No	42 años de experiencia profesional	TP	1,3	Comunicación Audiovisual
Visitante	2,9	Periodismo; Máster Advanced Management Program	No		No	34 años de experiencia profesional	TP	2,6	Periodismo
Visitante	2,9	Ciencias de la Información; Diplomada en Alta Dirección	No		No	28 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo
Visitante	2,9	Derecho; Periodismo; Máster en Instituciones Europeas y en Ciencias Políticas	No		No	43 años de experiencia profesional	TP	2,6	Periodismo
Visitante	2,9	Periodismo	No		No	35 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo
Visitante	2,9	Ciencias de la Información, Ciencias Políticas	No		No	28 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo
Visitante	2,9	Ciencias de la Información, Máster Dirección de empresas	No		No	26 años de experiencia profesional	TP	1,3	Comunicación audiovisual
Visitante	2,9	Ciencias de la Información	No		No	36 años de experiencia profesional	TP	1,3	Periodismo
Asociado	2,9	Ciencias de la Información	No		No	12 años de experiencia profesional, 15 años de experiencia docente	TP	2,6	Publicidad

	58,8							47,4	
	100,0							100,0	

El máster cuenta con profesorado visitante de reconocido prestigio en el sector audiovisual, que garantiza la vinculación de los estudios a la realidad profesional y empresarial del sector. La lista de profesores visitantes incluye a:

Rosa Maria Calaf, Quique Camí, Manuel Campo Vidal, Pepe Carbajo, Enric Company, Rosa Cullell, Ramon Font, Maria Gallego, Mariela Gómez, Francisco Moreno, Fernando Navarrete, Lluís Oliva, Pepe Quílez, Daniel Rodríguez, Alan Schroeder, Francisco Sierra, Mónica Terribas, Ricardo Vaca y Gorka Zumeta.

Nueve de estos profesores visitantes tienen también experiencia docente en diversos cursos de grado y postgrado.

El profesorado de la UdL y la Universidad de Zaragoza tiene experiencia en el uso del Campus Virtual, en tanto que se utiliza como herramienta de refuerzo en los estudios presenciales de grado. Por su parte, entre los profesionales que participan como docentes, ocho tienen experiencia en la docencia presencial apoyada con herramientas virtuales, y cuatro han sido profesores en estudios virtuales de la Universitat Oberta de Catalunya y la Deusto Business School. Por su parte, el resto de docentes, en tanto que profesionales con una larga experiencia profesional y ejecutiva en el mundo audiovisual y digital, están habituados al uso de herramientas de comunicación digital. Para asegurar su capacitación en el uso de las herramientas específicas de la UdL, se programará una sesión formativa para todos los profesores del máster.

PERSONAL ACADÉMICO NECESARIO

Categoría	Experiencia en docencia, en investigación o profesional	Dedicación (TC/TP)

En caso de que no se disponga de todos los recursos humanos necesarios en el momento de presentar la propuesta, se debe incluir un plan de incorporación del profesorado. Debe establecerse un calendario de incorporación.

OTROS RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES

Categoría	Título académico del personal de apoyo	Experiencia profesional
Administrativa	Licenciada en Derecho	18 años de experiencia en la UdL
Grupo III- Técnico especialista de laboratorio	Imagen y sonido	3 años de experiencia profesional en producción audiovisual y televisión. 5 años de experiencia profesional en la UdL
Grupo III- Técnico especialista de laboratorio	Licenciado en Comunicación Audiovisual Diplomado en Ciencias Empresariales	6 años de experiencia profesional en producción audiovisual. 2 años de experiencia en la UdL
Técnico informático	Informática	Técnicos informáticos del Área de Sistemas y Comunicaciones, asignados a la Facultad de Letras
Técnico informático	Informática	Técnicos informáticos del Área de Sistemas y Comunicaciones, asignados a la Facultad de Letras
Técnico informático	Informática	Técnicos informáticos del Área de Sistemas y Comunicaciones, asignados a la Facultad de Letras

OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS

Categoría	Título académico del personal de apoyo	Experiencia profesional

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

7.1 Recursos materiales y servicios disponibles en la universidad. Justificar si son suficientes y adecuados al número de estudiantes y a las características del título.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LOS RECURSOS DEL TÍTULO

En cuanto a recursos materiales, el desarrollo del máster se apoya en tres plataformas principales:

- a) las instalaciones y equipos para la docencia en comunicación audiovisual y periodismo de las universidades participantes.
- b) las instalaciones y equipos de los centro tecnológicos y de producción audiovisual de Lleida y Zaragoza: el *Magical*, participado por la UdL, y el *Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales Walqa en Huesca*, y, a medio plazo, el *Centro de Arte y Tecnología-Milla Digital*, en Zaragoza.
- c) las herramientas de apoyo a la docencia virtual de la UdL (SAKAI) y las específicas de los estudios de Comunicación Audiovisual (www.cpav.udl.cat), explicadas en el apartado 4.3.

a.1.) Instalaciones y equipos de la Facultad de Letras de la UdL

La Facultad de Letras cuenta con los medios suficientes para desarrollar las actividades formativas previstas, que requieren del uso de aulas, espacios para la producción audiovisual y biblioteca.

El edificio de la Facultad de Letras incluye 24 aulas: 9 con una superficie menor a los 50m², apta para grupos pequeños (aforos 15-40 personas según disposición y mobiliario), que se complementan con otras instalaciones de uso docente esporádico (seminarios, espacios de investigación...); 15 aulas de 50 o más m² con aforos que oscilan desde el intervalo 30-50 para las más pequeñas (según mobiliario y distribución) al intervalo 60-140 para las grandes (4 con más de 100 m²). Todas están dotadas con cañón informático y medios audiovisuales.

En cuanto a la Biblioteca, cuenta con un aforo de 250 plazas sentadas para más de 80.000 volúmenes especializados, accesibles directamente en los más de 1400 m² de sus instalaciones, además de gran cantidad de servicios y una importante lista de suscripciones a revistas convencionales y *on line*.

Además del aulario y la biblioteca, existen instalaciones especializadas que son empleadas con fines docentes, diseñadas y dotadas específicamente para Comunicación y Periodismo Audiovisuales:

- . Salas Multimedia (1): 30 ordenadores, con capacidad para edición de vídeo
- . Cabinas de montaje audiovisual (6): disponen de altavoces, capturadora de vídeo y equipos de edición
- . Laboratorio de producción de sonido
- . Plató
- . Digitition

Otras tienen perfiles distintos, aunque algunas pueden ser utilizables por parte del alumnado del máster:

- Aula de videoconferencias (1; se prevé dotar al menos otra para el próximo curso)
- Seminarios departamentales (4) Hasta 15 personas.
- Espacios de investigación (11, con una media de 40 m²; empleados esporádicamente para grupos pequeños -10 máximo- en los niveles docentes más avanzados)
- Aulas de informática (2, con un aforo de unas 50 plazas, que complementan la instalación de wifi en gran parte del edificio; la disponibilidad de ordenadores en la biblioteca...)
- Laboratorio de Musicología
- Laboratorio de Cartografía
- Cartoteca
- Laboratorio de Arqueología

- Laboratorio de Restauración (servicio científico técnico de la UdL)
- Servicio de Historia, Documentación y Arquitectura
- Centro de Arte Moderno

También hay que señalar que los estudiantes disponen de diversas instalaciones y servicios que les permiten organizarse para participar en la vida académica, así como complementar su actividad formativa con otras dedicadas a fomentar la convivencia y la vida universitaria. Vale la pena señalar los espacios reservados para el Consejo de Estudiantado de la Facultad de Letras y la Sala de Estudios, que se prevé abrir durante las 24 horas durante la mayor parte del año académica, equipada con conexión wifi, mesas para el trabajo colectivo y otras posibilidades técnicas.

a.2.) Instalaciones y equipos de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza

La Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA) cuenta con un buen número de servicios y recursos materiales que pone a disposición de las titulaciones que en ella se imparten para que su desarrollo sea realizado con el máximo de garantías de calidad.

En la página web que se indica a continuación puede consultarse la guía de servicios e infraestructuras disponibles en el Centro:
<http://eina.unizar.es/servicioseinfraestructuras>

Se relaciona a continuación un resumen de los medios disponibles en el edificio Ada Byron, el cual alberga las instalaciones donde se impartiría el Máster:

EDIFICIO ADA BYRON.

Tiene una superficie de 13.500 metros cuadrados, con climatización, y la siguiente distribución:

- 4.000 m2 Departamento de Informática e Ingeniería de Sistemas.
- 4.000 m2 Departamento de Ingeniería Electrónica y Comunicaciones.
- 5.500 m2 Escuela de Ingeniería y Arquitectura.

En cada una de las plantas del edificio se encuentran los siguientes servicios e instalaciones:

- Planta baja: Conserjería, Cafetería-Comedor, 7 aulas y el Centro de Interpretación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones.
- Planta primera: Salón de actos, 5 aulas, 2 salas de informática, 1 sala de usuarios, 1 despacho para congresos y 1 despacho ocupado por asociaciones.
- Segunda planta: 5 seminarios, sala de estudio, 2 despachos ocupados por asociaciones.

En la primera planta, junto al Salón de actos, se dispone de servicio de vending.

Las aulas disponibles son:

- 2 aulas docentes con capacidad para 120 alumnos
- 10 aulas docentes con capacidad para 70 estudiantes
- 5 seminarios con capacidad para 40 estudiantes
- 2 aulas informáticas con 20 puestos cada una

El Departamento de Ingeniería Electrónica y Comunicaciones, ubicado en el citado edificio Ada Byron, dispone de un conjunto de laboratorios con equipamientos adecuados para atender las necesidades de este Máster en lo que se refiere a las materias de "Plan de Operaciones: Tecnologías de la Información y la Comunicación":

- Laboratorio general I con el siguiente equipamiento: Instalación de comunicaciones con cableado y conexiones por puesto, así como equipos de interconexión (Hubs y Switches):

6 Switches 3Com 4500 y 12 Hubs 3Com PS40, instalación de 2 centralitas telefónicas Philips iS 1040/40 con 15 extensiones analógicas y 14 buses digitales S0/T0 cada una, así como tarjeta E&M, etc.

- Laboratorio de señales y sistemas con el siguiente equipamiento: 20 puestos de ordenadores personales, con 10 osciloscopios y 10 generadores de funciones asociados, 10 puestos multifuncionales, formados por 10 osciloscopios, 10 generadores de funciones, 10 fuentes de alimentación de continua, rack formado por equipos para el tratamiento de la señal de imagen, 5 analizadores de espectros, etc.
- Laboratorio de electrónica general I con el siguiente equipamiento: 12 puestos de prácticas con osciloscopio METRIX OX803B-40MHz, Entrenador K&H ETS7000, Fuente de alimentación GRELCO VA-605SF, Generador TOPWARD 8102
- Laboratorio de electrónica general II con el siguiente equipamiento: 12 puestos de prácticas con ordenador PENTIUM4, osciloscopio METRIX OX803B 40MHz, Entrenador K&H ETS7000, Fuente de alimentación DC LENDHERMACK HY3003D3, generador INSTEK GFG8216
- Laboratorio de sistemas electrónicos con el siguiente equipamiento: 12 puestos de prácticas con ordenador DELL OPTIPLEX GX520, Osciloscopio YOKOGAWA DL1520 150MHz, Analizador de espectros HAMEG modelo HM5011, Entrenador K&H ETS7000, fuente de alimentación DC GOLD SOURCE DF1731SB, Generador INSTEK GFG8255A
- Laboratorio de audio digital y video con el siguiente equipamiento: Osciloscopio YOKOGAWA modelo DLI520, entrenador A-TEK modelo AT-102, generador de funciones INSTEK modelo GFG8255A, Equipo TV PROMAX modelo ER-7B, equipo VIDEO PROMAX modelo VT410E, equipo DVD PROMAX modelo ED845

b.1.) Centro de producción MAGICAL

El Máster establecerá un protocolo de colaboración con el centro de producción audiovisual Magical, participado por la UdL, y con el que comparte objetivos de investigación y desarrollo empresarial en el campo de la producción audiovisual digital.

Ubicado dentro del Parque Científico y Tecnológico Agroalimentario de Lleida, el complejo MAGICAL es un proyecto transversal, con un centro de producción audiovisual como eje vertebrador, equipado para responder a las exigencias de la televisión, el cine digital, la estereoscopia, la publicidad o el multimedia.

El complejo Magical dispone de 6 platós (de 600 m², 130 m², 100 m², 72 m² y 72m²), con las respectivas instalaciones de conexión y con espacios asociados para el premontaje, camerinos y vestidores. Cuenta también con un estudio multicámara, un estudio de cambio de formatos, otro de producción y postproducción de sonido, equipado con tecnología Dolby, y cuatro estudios de postproducción de vídeo, que incluyen postproducción de efectos y animación. Estos espacios están equipados con tecnología de grabación, iluminación, edición, monitorización y proyección de alta calidad profesional.

Parte de las sesiones docentes del módulo *Profesionales de la Comunicación Digital* se realizarán en las instalaciones del Magical, acercando la realidad tecnológica más avanzada en producción audiovisual digital a los estudiantes.

Además, el Magical ofrece también servicios de soporte a la producción, bolsa de trabajo, y servicios formativos, con varios niveles de especialización, a los que los estudiantes pueden recurrir una vez acabado el máster.

Los objetivos del complejo Magical son plenamente complementarios con los objetivos del máster, en tanto que se plantea:

- Incentivar la producción audiovisual local ofreciendo equipamiento y soporte a las iniciativas

expansivas que puedan surgir ante esta oportunidad.

- Formar un área de I+D+i+T que trabaje en proyectos rentables a medio plazo, que puedan ser atractivos tanto para los investigadores como para los futuros comercializadores, y que se basen mayoritariamente en franquicias que generen ingresos para alcanzar nuevas líneas.
- Ofrecer formación audiovisual para obtener profesionales más cualificados y especializados en el equipamiento de MAGICAL.

Así pues, se espera una estrecha colaboración Máster-Magical, tanto en aspectos tecnológicos y materiales como también en el conjunto del proceso de creación y desarrollo de proyectos de producción y/o empresariales.

b.2) Centro Demostrador en Tecnologías Audiovisuales Walqa

El equipamiento disponible en este centro, ubicado en el Parque Tecnológico de Walqa (Huesca) es el siguiente:

- Sala Interactividad: equipo multimonitor + 3 Monitores 3D activos, pantalla táctil de pared con SO embebido, smartphones SO abierto con NFC, mesa multitáctil MS Surface™, tablets ultraportátiles con SO Android™ e iOS™, pizarra digital con proyector de corta distancia.
- Sala de realidad virtual: sistema de realidad virtual con captura de movimiento completamente autónomo, estación de trabajo de renderizado, estación de trabajo de tracking para gafas y elementos de interacción, software de Mundos Virtuales WorldViz™, proyectores 3D cenital y frontal, pantallas de proyección en L, audio inmersivo 5.1.
- Sala de experiencia de usuario: 2 Puestos de test para aplicaciones Multimedia, TV 3D HD + SetTopBox w/HbbTV + BlueRay™ 3D + MediaCenter + HD multimedia, Capturadora HDMI/analog externa in-line (captura el contenido), puesto de monitorización de usuarios, Eye/Head + Body Tracker, cámara IP HD (enfocada al usuario) con micrófono, captura de eventos y grabación del usuario.
- Sala proyección 3D: proyector Barco™ 2P2K-15C 3D activo 2K y especificaciones cinematográficas DCI, hasta 14.000 lúmenes, pantalla proyección microperforada, servidor 3D de Doremi™ DCP-2000 de contenidos dedicado, sonido envolvente 7.1, micrófono inalámbrico y atril para presentaciones, zona de 25 plazas sentadas.
- Sala tecnologías 3D: TV 3D Full HD con tecnologías pasiva y activas, cámara 3D HD Panasonic™ AG-3DA1 con doble óptica integrada, sistema de grabación 3D 2K, pareja de cámaras 2K SI-3DTM con lentes SI de 25mm, grabador 1-Beyond Wrangler mini3DTM, cámara de alta velocidad Phatom Miro eX2™ con objetivo Nikon de 50mm, cámara de fotos 3D y marco digital, estación de trabajo con software de post-producción 3D SGO Mistika™, estación de trabajo con software de masterización DCP - Cine Asset de Doremi™, proyector Full HD
- Sala de transmisión: Cabecera TV (DVB-x e IPTV) 3D, codificación HD MPEG4 ACV y SD MPEG2, multiplexación estadística, generación EPG y aplicaciones interactivas HbbTV, modulación DVB-T/C/S, smartTV 3D para visualización del mux, sistema de gestión de equipos, conversión IP/ASI -> SDI, matriz de conmutación AV SDI 3G, conversor formatos HD/SD, conversor 2D/3D, sistema multi-view 3D SDI con monitor profesional y mixer, servidor de video 3D, sistema de streaming por internet 2D/3D EncoderPro, HttpLiveStreaming, Flash Media Encoder, ...

b.3) Centro de Arte y Tecnología-Milla Digital.

Este centro es un equipamiento de nueva generación diseñado para albergar y promover los proyectos creativos y emprendedores más innovadores dentro del espacio de la Milla Digital de Zaragoza. Dispone de una superficie total construida de más de 16.000 m2.

El principal equipamiento de que dispone es:

- Exhibición de expresiones artísticas de vanguardia (2.800 m2 disponibles en varios espacios, además de 1.500 m2 al aire libre): 2 salas de exposiciones, Open Art, Galería Experimental, Art Lounge.
- Talleres de creación individuales (8) y colectivos.
- Residencia de 36 plazas para creadores, investigadores y emprendedores.
- Incubadora de empresas especializadas en contenidos con 24 módulos.
- Salas de reuniones (5), 4 talleres para empresas, 4 Fab Labs y un laboratorio de electrónica.
- Media Lab: Laboratorios audiovisuales
- Aulas de formación con capacidad para 100 personas.
- Auditorio de 250 plazas
- Infocentro, librería, restaurante
- Aparcamiento de 75 plazas

c) Herramientas de apoyo a la docencia virtual

Tal como se ha expuesto en el apartado 4.3. la Udl y la Facultad de Letras disponen de dos plataformas de apoyo a la docencia virtual: el Campus Virtual y la web www.cpav.udl.cat, en las que se ofrecen herramientas de gestión de tareas, debates, chat, mensajería y producción colaborativa.

La docencia no presencial y semipresencial se lleva a cabo a través de la plataforma SAKAI (CAMPUS VIRTUAL): También se utiliza como instrumento de apoyo a la docencia presencial, ofreciendo recursos de asesoramiento y potenciando la comunicación entre el profesorado y el alumnado.

Permite el acceso a cada una de las asignaturas y sus contenidos (programa, recursos, debates, entrega de actividades, pruebas evaluativas, etc.) durante 24 horas los 365 días del año. De esta forma se permite que los alumnos que trabajan a turnos puedan conectarse independientemente de su horario laboral. Este hecho, junto con su diseño intuitivo, ha facilitado que su uso esté muy arraigado y aceptado entre la comunidad universitaria. Del mismo modo, se puede enviar una comunicación directa al personal de apoyo al usuario en el caso de que exista cualquier incidencia o duda en su funcionamiento o uso.

La plataforma Sakai (<http://www.sakaiproject.org>) funciona con licencia de software libre basada en tecnología Java y es usada por algunas de las universidades mas grandes del mundo (Stanford, MIT, Yale, Rice, Cornell, Columbia...). La plataforma trata de garantizar los niveles estándar normativos de accesibilidad, aunque en gran parte depende de los contenidos que se añaden a la misma.

La plataforma fue usada por 16.000 personas diferentes durante 2012, año en que se registraron casi 2.500.000 accesos. Las pruebas de carga garantizan una concurrencia de hasta 2000 conexiones simultáneas a la plataforma. El Sakai está operativo y disponible en todo momento, y se cuenta con mecanismos de redundancia que permiten reestablecer el servicio, en caso de caída, en un máximo de dos horas.

Todos los datos de la plataforma se almacenan en una base de datos a la que únicamente se puede acceder mediante la plataforma y de la que se hacen copias de seguridad diarias incrementales y totales una vez a la semana.

INFORMACIÓN GENERAL RECURSOS UdL

MANTENIMIENTO, REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD

La Universidad de Lleida dispone de una **Oficina Técnica de Infraestructuras (OTI)**, que es la

encargada de la gestió de las obras de infraestructura y las instalaciones de la UdL y de su correspondiente mantenimiento, tanto preventivo como correctivo. Su objetivo es velar por la adecuación de las infraestructuras e instalaciones que la integran.

A nivel laboral, la Universidad de Lleida dispone de un Servicio de Prevención de Riesgos Laborales (SPRL) de acuerdo con el artículo 14 del RD 39/971, que vela para que las infraestructuras y servicios de la universidad cumplan con los requisitos necesarios para asegurar la salud y el bienestar de sus trabajadores en su lugar de trabajo. El servicio cuenta con personal dedicado exclusivamente a temas de prevención y con el apoyo técnico y médico de un servicio de prevención externo con el que se tienen contratados servicios de seguridad, higiene, ergonomía, psicología y vigilancia de la salud.

Por su parte, la Universidad de Zaragoza dispone de un servicio centralizado de mantenimiento cuyo objetivo es mantener en perfecto estado las instalaciones y servicios existentes en cada uno de los Centros.

Este servicio se presta en tres vías fundamentales:

- Mantenimiento Preventivo
- Mantenimiento Correctivo
- Mantenimiento Técnico-Legal

Para garantizar la adecuada atención en cada uno de los centros, se ha creado una estructura por Campus, lo cual permite una respuesta más rápida y personalizada.

El equipo lo forman 32 personas pertenecientes a la plantilla de la Universidad, distribuidos entre los 5 campus actuales: San Francisco y Paraninfo, Río Ebro, Veterinaria, Huesca y Teruel. En cada campus existe un Jefe de Mantenimiento con una serie de oficiales y técnicos de distintos gremios. Esta estructura se engloba bajo el nombre de Unidad de Ingeniería y Mantenimiento, que cuenta además con el apoyo de un Arquitecto Técnico y dirigida por un Ingeniero.

Dada la gran cantidad de instalaciones existentes, y que el horario del personal propio de la Universidad es de 8 a 15 h, se cuenta con el apoyo de una empresa externa de mantenimiento para absorber las puntas de trabajo y cubrir toda la franja horaria de apertura de los centros. Además se cuenta con otras empresas especializadas en distintos tipos de instalaciones con el fin de prestar una atención más específica junto con la exigencia legal correspondiente.

Este centro formará a su vez parte de la relación de edificios de la Universidad, y por tanto contará desde el primer momento con todo el soporte aquí descrito y sus instalaciones quedarán incluidas dentro de los correspondientes contratos.

La Escuela de Ingeniería y Arquitectura lleva a cabo las acciones precisas para el control, mantenimiento, ampliación y actualización permanente de los equipos e infraestructuras asociados a sus servicios, ya que entiende que se trata de un aspecto esencial para el óptimo desarrollo de sus actividades formativas (de modo muy especial por su carácter tecnológico), el adecuado funcionamiento de los servicios y una idónea calidad de vida universitaria.

Corresponde a la Dirección de la Escuela, a través de la Subdirección de Infraestructuras, la definición de la política de equipamiento, y su ejecución, a la Administración de la Escuela, responsable asimismo de su mantenimiento y gestión de compras.

La Escuela dispone también de protocolos que le permiten evaluar el estado de sus instalaciones y equipos con objeto de detectar, con la mayor inmediatez, cualquier anomalía que pueda incidir en su funcionamiento o en el óptimo desarrollo de sus actividades.

Son precisas actuaciones de dos tipos para garantizar el perfecto estado de las instalaciones de la Escuela:

- Preventivas, de control y revisión.

El personal auxiliar de servicios generales lleva a cabo revisiones de aspectos básicos de funcionamiento (iluminación, instalaciones eléctricas, aseos, calefacción, puertas, etc.):

- diarias, en aulas, espacios y servicios comunes,
- mensuales, en los espacios departamentales.

Los propios usuarios comunican también a Conserjería, en persona o mediante correo electrónico, las deficiencias detectadas.

- De reparación.

El Campus "Río Ebro" cuenta con un Servicio de Mantenimiento común a todos sus centros, delegado del Servicio de Mantenimiento de la Universidad de Zaragoza, y dependiente, como éste, de la UTCM. Su plantilla está formada por especialistas de distintos campos (fontanería, electricidad, etc.), si bien, cuando por motivos técnicos no le es posible asumir determinadas reparaciones, el trabajo se externaliza a empresas contratadas en condiciones análogas a los servicios de Limpieza y Vigilancia.

Las peticiones de actuación del Servicio de Mantenimiento se realizan por vía telemática o directa (cuenta con atención telefónica permanente), en función de su urgencia. El Jefe del Servicio resuelve sobre su viabilidad y decide su ejecución por el propio servicio o a través de empresas adjudicatarias, asumiendo asimismo la tramitación, si es preciso, de la correspondiente Solicitud de Gasto. Deben mencionarse por último los contratos concertados de forma directa por el Centro para el mantenimiento de servicios concretos: aparatos elevadores, proyectores, desinfección de sanitarios, extintores, etc.

DISPONIBILIDAD DE RECURSOS EN LA UNIVERSITAT DE LLEIDA

Recursos tecnológicos

Además de la plataforma de docencia virtual SAKAI, la UdL dispone de:

- **Internet:** Toda la comunidad universitaria tiene acceso a Internet, bien a través de la conexión de red de la UdL o bien mediante las diferentes zonas de conexión sin cables (WIFI).
- **Web de la UdL:** Accesible al público en general, proporciona toda la información de interés sobre la UdL, sus centros y actividades. La dirección es la siguiente: www.udl.cat.
- **Intranet:** La Intranet de la UdL está integrada por diversos espacios a los que únicamente pueden acceder los usuarios que tienen asignado un nombre de usuario en la red de la UdL esto es, persona perteneciente a cualquier Unidad Estructural, Centro, Departamento y Órgano de Gobierno de la UdL.
- **Correo electrónico:** Todos los miembros de la UdL -alumnos, profesores y personal de administración y servicios- disponen de una cuenta de correo electrónico, a la cual también pueden acceder vía web desde el exterior (<https://correu.udl.cat>).
- **Impresión, fotocopias y digitalización de documentos:** Esta actividad se lleva a cabo a través de las impresoras, fotocopadoras y escáneres de autoservicio. Estas máquinas se encuentran en las diversas aulas de informática y en cada una de las Bibliotecas existentes en los diferentes centros.
- **Plataforma para la Gestión Académica:** Facilita, entre otras, la gestión de las matrículas, la introducción de las calificaciones por parte del profesor, la gestión de las actas, la generación de certificados, la tramitación de títulos o el cobro de las tasas. Además de la gestión interna, la Plataforma dispone de un autoservicio que permite al alumno la consulta de su expediente, la matrícula y la tramitación de determinadas solicitudes a la Secretaría Académica.
- **Observatorio de las TIC:** El Observatorio es un proyecto de la Unidad de Docencia Virtual del ICE que tiene por finalidad ofrecer un espacio de análisis y estudio de diferentes temáticas relacionadas con la utilización de las TIC en la docencia. Su dirección electrónica es la siguiente <http://www.ice.udl.es/udv/observatori/>.

Biblioteca

La Universitat de Lleida dispone de un servicio de Biblioteca y Documentación (SBD), reconocido con la certificación de Calidad de ANECA desde 2003.

I. BIBLIOTECA DE CAPPONT.

Fue inaugurada en el año 2003 en el marco de las actividades de conmemoración del 700 Aniversario de la Universidad en Lleida. Concebida como una biblioteca de Campus, cubre las áreas de derecho, economía, empresa, trabajo, informática, ingeniería, psicología, pedagogía, educación social, magisterio y sociología. Ocupa 4.520m² y dispone de 509 plazas de lectura.

A través del SBD se ofrecen diferentes servicios a los que se puede acceder mediante la página web de la Biblioteca (www.bib.udl.cat):

- Adquisiciones.
- Formación de usuarios.
- Préstamo de ordenadores portátiles y memorias USB.
- Préstamo.
- Obtención de documentos (SOD).
- Información Bibliográfica.
- Reprografía.
- Folletos informativos.
- Refworks.
- Depósitos de documentos digitales.

II. BIBLIOTECA DIGITAL

La Universitat de Lleida pone a disposición de los usuarios una serie de documentos que pueden ser consultados on-line:

- A) Dossier electrónico (dossier-e). El dossier es un conjunto de materiales digitalizados, el objetivo del cual es ser un complemento de apoyo a la enseñanza, la docencia y la investigación.
- B) Libros electrónicos
- C) Buscador de revistas-e
- D) Diccionarios electrónicos
- E) Enciclopedias electrónicas
- F) Bases de datos
- G) Tesis doctorales
- H) Guías temáticas
- I) Bibliotecas virtuales
- J) Prensa
- K) Diarios Oficiales
- L) Depósitos de documentos digitales

Otros servicios

***El Centro de Estudios y Documentación de la Mujer (CEDD)** del SIED es una biblioteca especializada en la mujer, género y feminismo, y un espacio que promueve la investigación sobre estos temas.

***El Centro de Información y Documentación para el Desarrollo (CIDDD)** dispone de un fondo documental especializado en temas relacionados con la educación para el desarrollo, economía, derechos humanos, desarrollo rural y agricultura, ecología y medio ambiente, cooperación para el desarrollo e inmigración.

* **Centro de Documentación Europea (CDE)**. El CDE recibe directamente documentos y publicaciones oficiales de las Instituciones comunitarias, concretamente de la Oficina de Publicaciones Oficiales de la Unión Europea (EUR-OP).

RECURSOS DISPONIBLES EN LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Se citan a continuación algunos recursos disponibles en el Campus Río Ebro, campus donde se ubica la Escuela de Ingeniería y Arquitectura:

BIBLIOTECA.

Horario de consulta y préstamo: de lunes a viernes de 8,30 h. a 21 h. y los sábados de 9,10 h. a 13, 30 h., es el horario general de atención al público en el que pueden consultar material bibliográfico en Sala de lectura, así como devolver materiales prestados. Los sábados hay consulta y préstamo en libre acceso, pero no está abierta la hemeroteca.

La Biblioteca Hypatia ofrece los servicios de préstamo, fotodocumentación y préstamo interbibliotecario, hemeroteca, base de datos, autoaprendizaje de idiomas, sala de trabajo en grupo

INSTITUTO DE IDIOMAS.

En el Campus RÍO EBRO, el despacho del Instituto de Idiomas se encuentra en la primera planta del bloque delantero derecho del edificio Torres Quevedo (bloque de dirección-administración-secretaría), las clases se imparten en los edificios Betancourt y Lorenzo Normante, y la sala de autotendimiento se encuentra en la Biblioteca Hypatia.

Los idiomas impartidos en el Campus son: INGLÉS, FRANCÉS Y ALEMÁN.

SERVICIO DE INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES.

El centro cuenta con el apoyo del Servicio de Informática y Comunicaciones, coordinado por el Servicio Central de la universidad, que cubre las necesidades de los 3 edificios que lo integran: Ada Byron, Torres Quevedo y Betancourt. Sus despachos se ubican en el edificio Torres Quevedo (planta baja) y Betancourt (segunda planta). Ofrece los siguientes servicios:

- **ORDENADORES Y PROGRAMAS:** Este servicio administra y mantiene todos los sistemas informáticos que dan soporte a la docencia, investigación, gestión, comunicaciones y servicios de red del Centro.

- **INFRAESTRUCTURA DE COMUNICACIONES:** La infraestructura de cableado estructurado proporciona a los usuarios los puntos de conexión donde poder conectar los ordenadores y teléfonos de trabajo.

- **SERVICIOS DE RED:** En la Universidad de Zaragoza se dispone de ordenadores personales de trabajo con un conjunto de servicios de red y, en particular, de acceso a servidores de ficheros y de impresión, y para acceder a los mismos es necesario contar con un sistema de autenticación en la red.

- **INFORMACIÓN Y FORMACIÓN:** Una de las funciones del SICUZ es la de servir de soporte para los problemas informáticos que puedan surgir durante el desarrollo del trabajo diario del personal universitario.

A todo alumno matriculado en el Centro, el Servicio de Informática y Comunicaciones de la Universidad le asigna automáticamente una dirección de correo electrónico gratuita, que es permanente mientras mantenga una vinculación efectiva con la Universidad. Cualquier estudiante puede solicitar la conexión gratuita a Internet desde su casa, a través de la Universidad, y tiene acceso al servidor de noticias (USENET, NEWS) de la Universidad.

La EINA dispone de un equipo de videoconferencia ViewStation MP (4 RDSI y multipunto) que se encuentra instalado en el Anfiteatro A del edificio Torres Quevedo.

SERVICIO DE MANTENIMIENTO DEL CAMPUS.

La sede del Servicio de Mantenimiento del Campus se encuentra ubicada en la Nave 10 del edificio Betancourt. La recepción de los partes de reparación se realiza en la conserjería de cada uno de los edificios, enviándose desde allí la comunicación informática al Jefe del Servicio de Mantenimiento del Campus.

SERVICIOS DE APOYO A LA INVESTIGACIÓN.

Los Servicios de Apoyo a la Investigación ofrecen a la comunidad universitaria una serie de prestaciones y productos que facilitan la realización de la investigación, en el Campus RÍO EBRO se dispone de dos servicios:

- **Servicio de Microscopía Electrónica:** Ocupa 79 metros cuadrados en la planta baja del edificio Torres Quevedo, en la zona del Departamento de Ciencia y Tecnología de Materiales y Fluidos, módulo interior izquierdo.
- **Servicio de Mecánica de Precisión:** Ocupa 270 metros cuadrados en la planta baja del edificio Torres Quevedo, en la zona del Departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación, módulo exterior derecho.

SERVICIO DE SEGURIDAD.

La seguridad del Campus RÍO EBRO es responsabilidad de la Unidad de la Unidad de Seguridad de la Universidad de Zaragoza. Todos los edificios universitarios del campus disponen de un

sistema de videovigilancia controlado y centralizado en el módulo nº2 situado en la Plaza de las Ingenierías (CECO-Centro de Control de la Unidad de Seguridad), además, se dispone de agentes de servicio pertenecientes a la empresa adjudicataria del servicio de seguridad en la Universidad.

CAFETERIAS – COMEDORES.

En el Campus RIO EBRO, cada edificio universitario posee servicio de cafetería-comedor con la siguiente distribución:

- Edificio Ada Byron: dispone de un servicio de cafetería-comedor de autoservicio.
- Edificio Torres Quevedo: Cafetería de 360 metros cuadrados y comedor de autoservicio de 480 metros cuadrados. Oferta de comidas especiales, previo acuerdo, en zona reservada.
- Edificio Betancourt: Cafetería-comedor de autoservicio de 450 metros cuadrados. Comedor de 200 metros cuadrados de servicio en mesa. Oferta de comidas especiales, previo acuerdo, en zona reservada, ubicada en la primera planta.
- Edificio de la EUEE: Este edificio dispone de una cafetería-comedor de autoservicio de 250 metros cuadrados.

El horario de atención al público es el siguiente: cafeterías de 8.30 a 20 horas, servicio de comidas de 13 a 16 horas, los sábados y periodos no lectivos el horario de cafetería es de 9 a 14 horas.

ENTIDADES BANCARIAS.

Al servicio de la comunidad universitaria del campus, se dispone de los siguientes servicios bancarios, centralizados en el módulo nº 2 ubicado en la Plaza de las Ingenierías (entre los edificios Torres Quevedo y Betancourt):

- Caja de la Inmaculada (CAI): dispone de cajero automático.
- Ibercaja: dispone de oficina y de cajero automático.
- Banco Santander Central Hispano: dispone de oficina y de cajero automático.

Además, en los siguientes edificios se dispone de servicio de cajero automático correspondiente a las siguientes entidades:

- Edificio Ada Byron: Cajero automático de CAJALON.
- Edificio Torres Quevedo: No dispone de servicio.
- Edificio Betancourt: No dispone de servicio.

APARCAMIENTOS.

El medio de transporte más habitual para acceder al Campus RIO EBRO es el vehículo privado, a pesar de que se dispone de cinco líneas de autobuses urbanos hasta el Centro y de las campañas universitarias para el uso de la bicicleta. Próximamente está prevista la puesta en marcha de la segunda fase del tranvía, el cual dará servicio directo al Campus Río Ebro a través de la parada habilitada a tal efecto en la entrada del campus.

Las zonas de aparcamientos en el Campus RIO EBRO tienen una capacidad total de 1974 vehículos y se dividen en tres: Aparcamiento Norte (parte posterior de los edificios Ada Byron y Torres Quevedo), Aparcamiento Sur (parte anterior del edificio Torres Quevedo), y Aparcamiento Este (entre el edificio Betancourt y la EUEE).

Aparcamiento Norte.

Permite aparcar 660 vehículos

Aparcamiento Sur.

Permite aparcar 396 vehículos

Aparcamiento Este.

Este aparcamiento con árboles y sombra, permite aparcar 918 vehículos.

El Campus dispone de 112 plazas de **aparcamiento de bicicletas** distribuidas de la siguiente forma: en el edificio Torres Quevedo 17 en la parte posterior y 40 en la parte anterior, en el edificio Ada Byron 40, en el edificio Betancourt 20, y en el edificio Lorenzo Normante 15. En los cuatro edificios el número es suficiente.

La memoria de la propuesta tiene que incluir:

- *Los espacios especiales destinados al desarrollo de determinadas actividades formativas, como las salas de trabajo en grupo, salas de estudios, laboratorios, etc.*
- *Los servicios que la Universidad o el Centro ponen a disposición de los estudiantes y personal académico para alcanzar los objetivos del plan de estudios, como: Infraestructura tecnológica, (red de telecomunicaciones, wifi, software específico).*
- *Recursos documentales (servicio de préstamo de fondos propios y préstamo interbibliotecario, acceso a los repositorios de documentos electrónicos propios y a los recursos contratados de forma consorciada por los servicios bibliotecarios de las universidades catalanas).*
- *Otros recursos para el aprendizaje y la investigación (servicios de orientación, servicios de autoaprendizaje, acceso a medios tecnológicos, etc.).*

En el caso de propuestas de título que requieren unos recursos materiales especializados, la universidad tiene que aportar información sobre los espacios específicos necesarios el desarrollo del plan de estudios propuesto y que a la vez sean suficientes para el número de estudiantes previsto. Eso incluye especificar:

- *Los espacios especializados y su número (adecuación a las actividades formativas características del título propuesto).*
- *Espacios externos.*

En situaciones de títulos ya existentes en la institución y con cierta tradición, la información sobre los recursos materiales se puede formalizar en términos agregados y referidos en el centro al que se adscribe la titulación.

En las modalidades de enseñanza no presencial, y muy especialmente en los casos de enseñanzas virtuales, hay que mencionar la infraestructura de telecomunicaciones disponible para el desarrollo del título. En este sentido hay que describir:

- 1. Los referentes tecnológicos de la plataforma, es decir, justificar la opción tecnológica escogida en base a referentes de otros aplicativos / software.*
- 2. La idoneidad / funcionalidad del software a las necesidades de la enseñanza no presencial, es decir, qué permite el software a estudiantes, profesorado y, si procede, PAS.*
- 3. Los mecanismos por los cuales se ha asegurado la usabilidad del software y la accesibilidad con respecto a los estudiantes con discapacidad.*
- 4. La robustez del software. Como indicadores de este criterio se pueden considerar el número de conexiones simultáneas que aguanta el sistema y, en especial, los test funcionales, de integridad y de cargas que lo aseguran.*
- 5. El compromiso de disponibilidad del aplicativo y medidas para cumplirlo (duplicidades, sistemas de redundancia, sistemas de control, etc.).*
- 6. Mecanismos de seguridad de los datos (seguridad accesos, permisos, copias de seguridad, etc.).*

7.2 Recursos materiales y servicios disponibles en las entidades colaboradoras

Aportar los convenios de colaboración que ha firmado. En casos de actividades académicas externas se tienen que concretar los aspectos siguientes:

- *Calendario.*
- *Condiciones de uso de las instalaciones.*
- *Tutor académico y tutor de prácticas (funciones).*

En el caso de títulos del ámbito de Ciencias de la Salud hay que aportar los convenios cumplimentados que permitan a los estudiantes acceder a centros donde poder desarrollar las prácticas correspondientes.

7.3 Previsión de recursos materiales y servicios necesarios (no disponibles actualmente).

No está prevista la necesidad de recursos materiales y servicios que no están disponibles en la actualidad.

En el caso de que no se disponga de todos los recursos materiales y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades formativas en el momento de la propuesta del plan de estudios, se deberán describir los planes de adquisición de los mismos. Quién asegura o avala el plan (evidencias de naturaleza jurídica).

8 RESULTADOS PREVISTOS

8.1 Estimación de valores cuantitativos para los indicadores que se relacionan a continuación y justificación de dichas estimaciones:

Tasas	Previsiones	Justificación*
Tasa de graduación	92%	Los graduados que deciden inscribirse a un máster profesional, son personas con una clara motivación y con capacidad para el estudio. Por lo tanto se estima que la tasa de graduación será próxima al 92%.
Tasa de abandono	5%	La tasa de abandono se prevé que sea baja, alrededor del 5%, puesto que son estudiantes de postgrado con buenos hábitos de estudio y una visión más clara de lo que quieren hacer. Normalmente, a nivel de formación de postgrado la tasa de abandono es más baja que en los estudios de grado.
Tasa de eficiencia	95%	Habitualmente los estudiantes de máster se dedican a tiempo completo a los estudios, pero no se puede descartar que haya algún caso que, por cuestiones de trabajo o personales, decida hacer los estudios de máster en más tiempo. Por lo tanto, creemos que la tasa de eficiencia será del 95% o superior.

**En el caso que las previsiones sean muy diferentes a las que hasta el momento tenía el Antiguo Plan de Estudios se deberá justificar dichas diferencias*

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.

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.

8.2 Procedimiento general de la Universidad para la valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes (pruebas externas, trabajos fin de grado...)

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Lleida (UdL) de 8 de Julio de 2004 aprobó la creación, dentro del organigrama de los Centros, de la figura de Coordinador de titulación que asume las competencias organizativas del equipo de dirección, en el ámbito de una titulación determinada. El 29 de enero de 2009, el Consejo de Gobierno aprueba la regulación de la figura de coordinador de programa formativo, que amplía las funciones del coordinador.

Las funciones del /de la Coordinador/a de programa formativo son:

- Coordinar el proceso formativo
 - Velar por la aplicación del programa formativo aprobado por el Consejo de Gobierno y por los organismos de la administración educativa.
 - Proponer la planificación anual de la docencia a la comisión de estudios del centro, de acuerdo con el jefe de estudios.
 - Coordinar al profesorado implicado en el programa a través de los medios mas adecuados y velar por la correcta utilización de la Tabla de Planificación Docente de las asignaturas por parte de todo el profesorado del programa
 - Gestionar las quejas y sugerencias de los estudiantes recogidas a través de los mecanismos de los que dispone la universidad.
 - Velar por el mantenimiento de la página web de la titulación. Esta contendrá toda la información referente al programa y sus resultados, según los protocolos de calidad.
 - Velar por la ejecución del plan de acción tutorial.
 - Velar por un correcto desarrollo del prácticum, de sus objetivos y evaluación.
 - Velar por el correcto desarrollo y evaluación de los proyectos de final de titulación.
- Seguir los resultados del proceso formativo y proponer acciones para su mejora
 - Valorar la evolución de los indicadores estratégicos del título.
 - Valorar el rendimiento académico de los estudiantes y analizar las posibles causas en los casos de bajo rendimiento.
 - Valorar los resultados de las encuestas a los agentes implicados en el programa.
 - Velar para que los procedimientos formativos y evaluables aseguren la adquisición y la evaluación de las competencias.
 - Proponer las acciones de mejora que se consideren necesarias.
- Gestionar los recursos asignados a la titulación
 - Valorar la adecuación de los recursos disponibles para el programa.
 - Elevar al órgano responsable las necesidades de recursos identificadas (infraestructuras, servicios, espacios, necesidades docentes especiales, ...).
 - Informar sobre la adecuación de los servicios ofrecidos a los estudiantes a las necesidades planteadas por el programa formativo (biblioteca, salas de informática, recursos específicos, ...).

Anualmente, el Coordinador de programa formativo elabora un informe en el que se analizan los resultados obtenidos a lo largo del curso académico. En este informe, dirigido al Vicerrectorado de Calidad y Planificación, se revisan las tasas de éxito y de rendimiento, la evolución de la matrícula y la progresión de las cohortes (tasas de graduación y de abandono). Asimismo se revisan los resultados de la satisfacción de los estudiantes respecto a la actuación docente del profesorado y se plantean las propuestas de mejora que se consideran necesarias, (Procedimiento PG03 *Revisar y mejorar los programas formativos*)

Junto con este procedimiento general para el seguimiento y valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, con la definición de los nuevos perfiles

profesionales, cada titulación definirá la pertinencia de establecer pruebas específicas en las que se evalúen el nivel de adquisición de las competencias y habilidades de los estudiantes.

9 SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

La Universidad de Lleida (UdL) ha obtenido una valoración global positiva del modelo de Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIQ) presentado en la convocatoria 2009 del programa AUDIT, promovido por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU) y Axencia para a Calidade do Sistema Universitario de Galicia (ACSUG).

En la convocatoria de 2009 se presentaron dos centros: la Escuela Politécnica Superior y la Escuela Universitaria de Enfermería.

En la convocatoria de 2010 se presentó la adhesión del resto de centros propios al modelo de SGIQ, ya que es un modelo de universidad válido y aplicable en todos sus centros: Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agraria, Facultad de Ciencias de la Educación, Facultad de Derecho y Economía, Facultad de Letras y Facultades de Medicina.

La estructura del modelo de SGIQ de la Universidad está aprobada por el Consejo de Gobierno de 27 de mayo de 2009 (acuerdo 140/2009).

El modelo contiene un Manual de Calidad y un Manual de Procedimientos, igual para todos los centros, y un Sistema de Garantía Interna de la Calidad del centro, que recoge la organización y las particularidades de cada centro.

La Universidad de Zaragoza, en Consejo de Gobierno de 15 de mayo de 2009 aprobó el Reglamento de la Organización y Gestión de la calidad de los Estudios de Grado y Máster, que regula los órganos y procedimientos encargados de asegurar la coordinación y gestión de calidad de los grados y máster, que es posteriormente concretado en cada centro.

Asimismo, por acuerdo de 28 de junio de 2012 de la Junta de Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza, se aprobó la Normativa del Sistema Interno de Gestión de la Calidad de la Docencia en la Escuela de Ingeniería y Arquitectura. Según dicho acuerdo los agentes e instrumentos del SIGCEINA son:

1. Las Comisiones de Garantía de la Calidad de la Docencia.
2. Los coordinadores de Titulación.
3. Las Comisiones de Evaluación de la Calidad de las titulaciones.
4. Las Comisiones Académicas de las Titulaciones.
5. La Comisión de Control y Evaluación de la Docencia.

La Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza fue seleccionada por la ANECA para participar en el proceso piloto de certificación de la implantación de SGIC basados en el modelo AUDIT. Las visitas de la comisión evaluadora se han realizado satisfactoriamente y este centro va a recibir la certificación sin recomendaciones.

9.1 Responsables del sistema de garantía de la calidad del plan de estudios.

El modelo de SGIQ y SIGCEINA recoge los órganos responsables (de ámbito general y de cada centro) del Sistema. Además, en cada uno de los procedimientos se detalla la responsabilidad (colegiada o unipersonal) del procedimiento y de las actividades que en él se desarrollan.

9.2 Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.

El SGIQ y el SIGCEINA recogen procedimientos específicos para garantizar la calidad de la enseñanza y el profesorado.

9.3 Procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad.

El SGIQ y el SIGCEINA recogen procedimientos específicos para garantizar la calidad de las prácticas externas y de la movilidad.

9.4 Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida.

El SGIQ y el SIGCEINA recogen procedimientos específicos para analizar la inserción laboral de los graduados y la satisfacción con la formación recibida y repercutir sobre el seguimiento y mejora de los programas formativos.

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. Criterios específicos en el caso de extinción del título.

El SGIQ y el SIGCEINA recogen dentro de sus procedimientos el análisis de la satisfacción de los colectivos implicados, la gestión de las quejas o reclamaciones y el procedimiento previsto en el caso de la extinción de un título.

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 Cronograma de implantación del máster

El inicio de este nuevo programa de máster está programado para el curso 2014-2015. El máster no sustituye a ningún otro y se configura como la única oferta de segundo grado de la UdL y de la Universidad de Zaragoza en el campo de la comunicación audiovisual.

Durante el periodo marzo-septiembre se desarrollará el material para la docencia virtual de las distintas asignaturas.

El inicio de las clases está previsto para mediados de octubre.

Pueden darse dos casos:

- *Que el nuevo título sustituya a otro título preexistente, por lo que se deberá especificar el periodo de implantación del nuevo título y paralelamente el periodo establecido para la extinción del plan de estudios perteneciente al título antiguo.*
- *Que el nuevo título no sustituya a ningún otro título*

10.2 Procedimiento de adaptación, en su caso, de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios.

- *Se debe describir el procedimiento que se seguirá para que los estudiantes de estudios ya existentes puedan efectuar una transición ordenada y sin resultar perjudicados por el proceso.*

10.3 Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto.

- *Se deben especificar las enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título.*