

FECHA: 07/04/2016

EXPEDIENTE Nº: 4496/2011

ID TÍTULO: 4312838

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Máster Universitario en Comunicación e Industrias Creativas por la Universidad de Alicante
Universidad solicitante	Universidad de Alicante
Universidad/es participante/s	Universidad de Alicante
Centro/s	• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

El Consejo de Universidades ha remitido a ANECA la solicitud de MODIFICACIÓN del plan de estudios ya verificado de este título oficial. Dicha solicitud se presenta al amparo del artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados.

La evaluación de la modificación del plan de estudios se ha realizado por una Comisión de Evaluación formada por expertos nacionales e internacionales del ámbito académico, profesionales y estudiantes. Los miembros de la Comisión han sido seleccionados y nombrados según el procedimiento que se recoge en la Web de la agencia dentro del programa VERIFICA.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado la modificación del plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo de evaluación para la verificación.

Una vez examinada la solicitud de modificaciones la Comisión de Evaluación emite un informe de evaluación FAVORABLE, considerando que:

MOTIVACIÓN

La propuesta de Modificación del Título Oficial no supone un cambio que afecte a su naturaleza y objetivos.

Por otro lado, también se proponen las siguientes recomendaciones sobre el modo de mejorar el plan de estudios.

RECOMENDACIONES

CRITERIO 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Se recomienda incrementar las actividades prácticas de las asignaturas para garantizar la adquisición de competencias ligadas al desarrollo profesional.

El presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentadas a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido señalados en el formulario de modificación

Los aspectos considerados en la solicitud de modificación son:

SOLICITUD DE MODIFICACIÓN

0 - Descripción general

Descripción del cambio:

Aumentan los créditos de las Prácticas en empresa y se reducen los créditos del Trabajo Fin de Máster. Se ha creado una nueva asignatura obligatoria de 4 créditos. Los créditos obligatorios pasan de 20 a 24 y los créditos optativos de 20 a 30, con las prácticas incluidas. Se añade una competencia específica al módulo obligatorio. Se simplifican los requisitos específicos. Los aspirantes extranjeros no hispanohablantes deberán acreditar su conocimiento del español con certificado oficial de nivel B1 o equivalente. Se eliminan dos asignaturas optativas para ambos itinerarios y se sustituyen por una nueva. Cambia el nombre de tres asignaturas, y una de ellas pasa de ser obligatoria a ser optativa en un itinerario. Una asignatura optativa de un itinerario pasa a formar parte de ambos itinerarios. Una asignatura optativa de ambos itinerarios cambia de semestre. Se elimina una metodología docente y se incluyen dos nuevas. Cambian los contenidos de varias asignaturas.

1.2 - Descripción de créditos en el título

Descripción del cambio:

Se ha optado por dar más créditos a las prácticas y disminuir los créditos del TFM (subir las prácticas de 8 a 10 créditos y reducir el TFM a la mitad, de 12 a 6). Ello ha permitido disponer de 4 créditos para crear una asignatura obligatoria de Planificación estratégica. Los créditos obligatorios pasan de 20 a 24 y los créditos optativos de 20 a 30, con las prácticas incluidas.

1.3 - Universidades y centros en los que se imparte

Descripción del cambio:

Todas las asignaturas obligatorias son de 5 ects excepto una que es de 4 ects (la nueva de Planificación Estratégica); esto es porque se ha optado por dar al TFM el valor mínimo que permite la normativa, el 10% de los ects totales del título, es decir, 6 ects. Para no exceder los 60 ects oficiales del cómputo global del plan, una de las obligatorias tiene 4 ects. Esto

explica que los créditos mínimos deban ser 29 y no 30. Se recomienda cursar en el primer año parte de la obligatoriedad junto con la optatividad común. En los años sucesivos se recomienda cursar la obligatoriedad que reste, la optatividad de itinerario junto con el TFM y las prácticas (opcionales).

3.3 - Competencias específicas

Descripción del cambio:

Se añade una nueva competencia específica al módulo obligatorio, la CS13.

4.2 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

Descripción del cambio:

Los requisitos de acceso específicos se han simplificado. Los aspirantes extranjeros no hispanohablantes deberán acreditar su conocimiento del español con certificado oficial de nivel B1 o equivalente.

5.1 - Descripción del plan de estudios

Descripción del cambio:

OBLIGATORIAS: Se precisa redefinir la denominación de algunas asignaturas. Se introducen como OBL las nuevas asignaturas ¿SOCIAL MEDIA Y COMUNICACIÓN DIGITAL¿ y ¿PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS IICC¿, necesarias para actualizar el título a la realidad de las prácticas comunicativas. El número total de créditos obligatorios antes era 40 ECTS y ahora es de 30 ECTS. El motivo es dar un poco más de peso a la optatividad de manera que el alumno pueda escoger algún ámbito comunicativo preferente. La naturaleza diversa de la disciplina parece aconsejarlo.

OPTATIVAS: ¿NEGOCIO Y MERCADO DE LA ECONOMÍA CREATIVA¿ se abre a los dos itinerarios. Se fortalece el itinerario de Dirección de la Comunicación con la asignatura COMUNICACIÓN E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS (antes OB y ahora OPT). Las dos asignaturas: ¿HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA¿ y ¿HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA¿, desaparecen y en su lugar se ofrece la nueva asignatura ¿SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CONSUMO¿ que complementa el carácter de los estudios desde la perspectiva sociológica, dotando de congruencia la oferta de optatividad del título. Las PRÁCTICAS adoptan carácter opcional aumentando los créditos a 10 y el TFM pasa a tener 6 ects. Tres asignaturas cambian de nombre: -Branding en Industrias creativas pasa a denominarse Branding estratégico e

intangibles en las industrias creativas, se ha estimado necesario introducir en la nueva denominación los conceptos ¿estratégico¿ e ¿intangibles¿ por concisión e incorporar nuevos contenidos que se han consolidado recientemente en la práctica profesional. - La asignatura COMUNICACIÓN E INTANGIBLES CORPORATIVOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS antes obligatoria, pasa al módulo de optativas y cambia su denominación a COMUNICACIÓN E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS (10 ECTS). Abandona el término ¿Corporativos¿ con el objetivo de incluir otras organizaciones de carácter público o de otra índole y se convierte en optativa del itinerario de Dirección y Gestión de la Comunicación ya que la nueva asignatura de SOCIAL MEDIA Y COMUNICACIÓN DIGITAL resulta más conveniente como obligatoria. Pasa a tener 10 ECTS (antes 5) para dar cabida a los temas previstos y homogeneizar las asignaturas ofertadas en cada itinerario. PASA DEL PRIMER AL SEGUNDO CUATRIMESTRE. -La asignatura PRODUCCIÓN Y CONSUMO TRANSMEDIA EN LAS IICC (5 ECTS, OBLIGATORIA): Cambio de denominación de la asignatura obligatoria, antes denominada: INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. Se debe no tanto a un cambio radical en los contenidos, sino a un cambio de enfoque y de peso específico de los estudios de caso. La orientación de la asignatura hacia una práctica profesional en auge -el transmedia producir- tiene que ver también con el hecho de que Master, en la primera modificación de su plan de estudios, se decantó por ofrecer dos itinerarios profesionales (en lugar de uno profesional y otro académico), de manera que las panorámicas generales y los estados de la cuestión deben dar paso a la exposición de modelos de negocio y de perfiles profesionales novedosos. -La asignatura optativa de ambos itinerarios Habilidades investigadoras en comunicación pasa del segundo al primer cuatrimestre. Al desarrollar contenidos instrumentales para la realización del TFM, conviene adelantar su docencia al primer cuatrimestre.

5.3 - Metodologías docentes

Descripción del cambio:

Se elimina ¿Prácticas de campo¿ ya que no se aplica a ninguna asignatura. Se añade ¿Prácticas de problemas¿ y ¿Aprendizaje basado en proyectos¿.

5.5 - Módulos, Materias y/o Asignaturas

Descripción del cambio:

Cambian los contenidos de las siguientes asignaturas: Trabajo fin de máster, Innovación en la comunicación de las industrias creativas, Habilidades personales orientadas a la dirección de la comunicación en las II.CC., Sectores de las industrias creativas, Habilidades investigadoras en comunicación, Prácticas en empresa.

Madrid, a 07/04/2016:

EL DIRECTOR DE ANECA

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials 'MAG' followed by a long horizontal stroke.

Miguel Ángel Galindo