

# unir

UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DE LA RIOJA

Memoria verificada del título oficial de  
**GRADUADO O GRADUADA**  
**EN COMUNICACIÓN**


(Aprobado por ANECA el 25 de junio de 2009)

Modificación consolidada: 25008442014050501

## INDICE

<b>1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO.....</b>	<b>3</b>
1.1. DATOS BÁSICOS .....	3
1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS .....	3
1.3. UNIVERSIDADES Y CENTROS.....	3
1.3.1. PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS .....	3
<b>2. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>5</b>
2.1. INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO Y PROFESIONAL DEL TÍTULO.....	5
2.2. NORMAS REGULADORAS DEL EJERCICIO PROFESIONAL.....	6
2.3. REFERENTES EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD PROPONENTE QUE AVALEN LA ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA A CRITERIO NACIONALES O INTERNACIONALES PARA TÍTULOS DE SIMILARES CARACTERÍSTICAS .....	6
2.4. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS7	7
2.5. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTO DE CONSULTA EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS8	8
2.6. OBJETIVOS GENERALES DE TÍTULO.....	11
<b>3. COMPETENCIAS.....</b>	<b>15</b>
3.1. COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES.....	15
3.2. COMPETENCIAS TRANSVERSALES.....	16
3.3. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS .....	16
<b>4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES .....</b>	<b>19</b>
4.1. SISTEMA DE INFORMACIÓN PREVIO A LA MATRICULACIÓN Y ACOGIDA Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO PARA FACILITAR SU INCORPORACIÓN A LA UNIVERSIDAD Y LA TITULACIÓN .....	19
4.2. REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN .....	20
4.3. APOYO A ESTUDIANTES.....	20
4.4. SISTEMAS DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS.....	21
<b>5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.....</b>	<b>22</b>
5.1. ESTRUCTURA DE LA ENSEÑANZA .....	22
5.2. MODELO PEDAGÓGICO .....	30
5.3. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS MÓDULOS, MATERIAS .....	43
<b>6. PERSONAL ACADÉMICO.....</b>	<b>67</b>
6.1. PROFESORADO PARA LLEVAR A CABO EL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO .....	67
6.1.1. ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON PROFESORES DE OTRAS UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL MATERIAL DOCENTE .....	68
6.1.2. PROCESO DE SELECCIÓN DEL PROFESORADO .....	68
6.1.3. FORMACIÓN PREVISTA PARA EL PROFESORADO .....	68
6.1.4. PERFIL DEL PROFESORADO DISPONIBLE Y PLAN DE DOTACIÓN .....	69
6.2. OTROS RECURSOS HUMANOS .....	100

<b>7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS .....</b>	<b>106</b>
7.1. JUSTIFICACIÓN DE LA ADECUACIÓN DE LOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES.....	106
7.2. INSTITUCIONES COLABORADORAS PARA LA REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS EXTERNAS .....	106
7.3. DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DOCENTES.....	111
7.4. DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS INVESTIGADORAS.....	114
7.5. RECURSOS DE TELECOMUNICACIONES.....	115
7.6. MECANISMOS PARA GARANTIZAR EL SERVICIO BASADO EN LAS TIC.....	115
7.7. DETALLE DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO.....	117
7.8. PREVISIÓN DE ADQUISICIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS NECESARIOS .....	119
7.9. ARQUITECTURA DE SOFTWARE .....	121
7.10. CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL Y DISEÑO PARA TODOS .....	124
<b>8. RESULTADOS PREVISTOS .....</b>	<b>125</b>
8.1. VALORES CUANTITATIVOS ESTIMADOS PARA LOS INDICADORES Y SU JUSTIFICACIÓN.....	125
8.2. PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROGRESO Y LOS RESULTADOS.....	126
<b>9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD .....</b>	<b>128</b>
<b>10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN .....</b>	<b>128</b>
10.1. CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN.....	128
10.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES, EN SU CASO, DE LOS ESTUDIANTES DE LOS ESTUDIOS EXISTENTES AL NUEVO PLAN DE ESTUDIO .....	128
10.3. ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN POR LA IMPLANTACIÓN DEL CORRESPONDIENTE GRADO PROPUESTO .....	128
10.4. EXTINCIÓN DE LAS ENSEÑANZAS .....	128

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. Datos básicos

<b>Denominación</b>	Graduado o Graduada en Comunicación por la Universidad Internacional de La Rioja
<b>Tipo de Enseñanza</b>	A distancia
<b>Rama de conocimiento</b>	Ciencias Sociales y Jurídicas
<b>ISCED 1</b>	321- Periodismo
<b>Profesión regulada</b>	No
<b>Lengua</b>	Castellano
<b>Facultad</b>	Empresa y Comunicación

### 1.2. Distribución de créditos

Materias	Créditos ECTS
Básicas	84
Obligatorias	116
Optativas	28
Prácticas Externas	0
Trabajo Fin de Grado	12
<b>Créditos totales</b>	<b>240</b>


Listado de menciones	Créditos ECTS optativos
Mención en Información	28
Mención en Entretenimiento	28
Mención en Persuasión	28

### 1.3. Universidades y centros

#### 1.3.1. Plazas de nuevo ingreso ofertadas

Año de implantación	
<b>Primer año</b>	500
<b>Segundo año</b>	500
<b>Tercer año</b>	500
<b>Cuarto año</b>	500

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 3 de 129	

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013


### 1.3.2. Número de créditos de matrícula por estudiante y período lectivo

	TIEMPO COMPLETO		TIEMPO PARCIAL	
	ECTS Matrícula Min	ECTS Matrícula Max	ECTS Matrícula Min	ECTS Matrícula Max
<b>PRIMER AÑO</b>	42	60	22	41
<b>RESTO AÑOS</b>	42	60	22	41

### 1.3.3. Normativa de permanencia

<http://gestor.unir.net/userFiles/file/documentos/normativa/permanencia.pdf>

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 4 de 129	

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

## 2. JUSTIFICACIÓN

### 2.1. Interés académico, científico y profesional del título

Los estudios universitarios de comunicación se inician en España en la década de 1970 con la creación de las primeras Facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Su antecedente inmediato fueron las Escuelas de periodismo, de radio y televisión y de publicidad creadas a lo largo del franquismo y alguna iniciativa aislada como el curso sobre periodismo impartido por Joaquín Araujo y Gómez en la Universidad de Salamanca.

Según los datos recogidos en el Libro Blanco de Títulos en Comunicación (vid. pág. 113) en 2003, 27 universidades ofrecían el título de periodismo, 30 el de Comunicación Audiovisual y otras 27 la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. Sin embargo, escasean los estudios que aborden un fenómeno tan relevante en la sociedad actual como es la propia comunicación desde una perspectiva más amplia y pluridisciplinar.

En cualquier caso, la ANECA ha aprobado ya tres titulaciones de Grado en Comunicación en las siguientes universidades:

IE Universidad

(<http://www.ie.edu/universidad/titulaciones.php?seccion=comunicacion>),

Universidad de Deusto (<http://infocom.deusto.es/grado-en-comunicacion>)

Universitat Oberta de Catalunya


(<http://www.uoc.edu/estudios/grados/comunicacion/presentacion/index.html>)

En las tres se ofertan ya Grados oficiales en Comunicación.

Desde el punto de vista científico, nuestro plan de estudios pretende cubrir esta parcial desatención al análisis del hecho comunicativo contemplado desde un punto de vista global. En cierto sentido, entronca con la tradición de los Communication Studies de las universidades estadounidenses de Columbia (<http://www.columbia.edu/>), Chicago (<http://www.uchicago.edu/>) y de Illinois (<http://www.illinois.edu/>), aunque tampoco se limita a ese ámbito de estudio. Nuestra propuesta intenta superar el estudio aislado de las diferentes parcelas concretas de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas) para abordar el fenómeno comunicativo en su globalidad, ofreciendo así una amplia comprensión del mismo.

Esta perspectiva global de la comunicación como una entidad íntegra y compleja lleva a elaborar un plan de estudios en el que el estudiante se familiarice y domine los aspectos básicos tanto de la teoría como de la práctica de las ciencias de la comunicación, la realidad de los medios de

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 5 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIR UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad  25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección  01/10/2013</p>
---	--	--	--

comunicación, de su producción y de la sociedad con la que éstos se relacionan y las estrategias y prácticas de la comunicación empresarial e institucional.

Con esta carga formativa, el Grado en Comunicación por la UNIR se propone formar profesionales polivalentes y flexibles para iniciar su actividad profesional.

El plan de estudios propuesto ofrece tres itinerarios distintos. Uno, dirigido a la vertiente informativa de la comunicación; otro, orientado al entretenimiento; finalmente, otro centrado en la persuasión.

Estos itinerarios se materializan en 7 asignaturas optativas, de 4 créditos cada una. Los estudiantes podrán escoger entre realizar todas las correspondientes a un itinerario y obtener así la mención específica en el Suplemento Europeo al Título o, por el contrario, combinarlas según sus preferencias y no seguir ningún perfil en particular.

## **2.2. Normas reguladoras del ejercicio profesional**

No son de aplicación.

## **2.3. Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características**

Se ha prestado especial atención al Libro Blanco de las titulaciones de Comunicación elaborado por la ANECA desde los resultados de los grupos de trabajo que estableció la comisión permanente. Somos conscientes que la decisión de plantear una titulación denominada Comunicación no se recomienda en este documento. En cualquier caso, según la reglamentación vigente, los libros blancos no constituyen un referente exclusivo ni obligatorio al presentar titulaciones. Esta posibilidad se manifiesta en que la ANECA ha aprobado ya titulaciones de grado con esta denominación. En concreto, se trata de los Grados en Comunicación puestos en marcha por:

- **IE University:**

<http://www.ie.edu/universidad/titulaciones.php?seccion=comunicacion>

- **Universidad de Deusto:**


[http://www.deusto.es/servlet/Satellite/GenericoMenu/1227879411209/\\_cast/%231/0/cx/UniversidadDeusto/comun/render](http://www.deusto.es/servlet/Satellite/GenericoMenu/1227879411209/_cast/%231/0/cx/UniversidadDeusto/comun/render)

- **Universitat Oberta de Catalunya**

<http://www.uoc.edu/estudios/grados/comunicacion/presentacion/index.html>

De éstos se han tenido cuenta, desde luego el planteamiento general que informa esta titulación: el afán de abordar de modo general los procesos comunicativos; aunque tanto en el

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 6 de 129	(Incluida la modificación)

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

IE como en Deusto sus concreciones sean muy diferentes en el plan de estudios. Por otra parte, el ejemplo de la UOC ha sido objeto de atención preferente, dado que comparte la naturaleza on-line de la titulación propuesta por la UNIR. En resumen, las titulaciones españolas de Comunicación han influido en la ponencia de esta propuesta de manera definitiva: optar por un enfoque global frente a uno –más frecuente en nuestro país- de atender a tipos de medios (periodismo, comunicación audiovisual, etc.). El mismo grado de la UOC nos ha permitido valorar positivamente su mejor adecuación a la enseñanza a distancia, que es justamente donde se sitúa nuestra oferta.

Las aportaciones al plan de estudios provienen en buena parte (además de algunos aspectos de las españolas citadas) de los modelos de los Degrees on Communication de las más universidades anglosajona. En concreto, nos hemos fijado en el caso de:

- **University of Phoenix. Bachelor of Science in Communication degree**

[http://www.phoenix.edu/degree\\_pa/arts\\_and\\_sciences/bsc/34.html](http://www.phoenix.edu/degree_pa/arts_and_sciences/bsc/34.html)

Aunque su incidencia directa ha sido menor (en algunos casos también han asumido esa tradición anglosajona citada), la propuesta del grado en Comunicación por la UNIR también se puede alinear dentro de las licenciaturas en Comunicación impartidas por algunas universidades latinoamericanas de prestigio, como por ejemplo:

- **Universidad Iberoamericana (Méjico). Licenciatura en Comunicación**

<http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAlumnos&seccion=LComunicacionestructura#m2>

- **Universidad Anáhuac Mayab (Méjico). Licenciatura en Comunicación**

[http://www.unimayab.edu.mx/pdf/IDEAL\\_COM.pdf](http://www.unimayab.edu.mx/pdf/IDEAL_COM.pdf)

- **Universidad Caece (Argentina). Licenciatura en Comunicación Social**

<http://www.caece.edu.ar/Grado/comunicacion.asp>


Como se ha señalado más arriba, estos referentes se han tomado como modelos tanto para la elaboración del plan de estudios como para la definición de objetivos, competencias y contenidos.

#### **2.4. Descripción de los procedimientos de consulta internos utilizados para la elaboración del plan de estudios**

La Universidad encargó la elaboración de la Memoria al Doctor Francisco José Segado Boj, cuya futura incorporación al claustro docente de la UNIR está prevista. No obstante, este documento ha de ser considerado como fruto de un trabajo colaborativo de diversas personas, que se han mantenido en contacto a través de internet a fin de reducir al mínimo las reuniones presenciales.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 7 de 129	(Incluida la modificación)



 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

El redactor de la memoria ha tenido como asesor experto senior, sobre todo en lo que se refiere a la selección y elaboración del plan de estudios, a la Dra. María Antonia Paz Rebollo, Catedrática de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

En la elaboración de la Memoria tomaron, así mismo, parte los siguientes expertos:

- Dr. D. Javier García Cañete, ex Director General de Universidades de la Comunidad de Madrid, ha asesorado en lo relativo a profesorado y a la previsión de resultados.
- D<sup>a</sup> Mónica Pérez Iniesta, Licenciada en Ciencias Empresariales y en Humanidades, y D<sup>a</sup> María Gómez Espinosa, Licenciada en Matemáticas, expertas en plataformas de enseñanza virtual, han contribuido en la elaboración de los apartados referentes a la didáctica en entorno virtual.
- D. Juan Bautista Jiménez Herradón, Ingeniero de Telecomunicaciones, ha trabajado en los apartados referentes a recursos materiales y servicios.

La coordinación de los expertos la ha llevado a cabo D<sup>a</sup> Paloma Puente Ortega, Licenciada en Filología Hispánica, Coordinadora Académica de la UNIR.

La comisión de expertos, junto con el redactor del primer borrador se ha reunido en plenario en cinco ocasiones (una cada mes) de septiembre de 2008 a enero de 2009. En la última de ellas, de fecha 5 de enero de 2009, se aprobó la redacción final que es la que ahora se ofrece.

## **2.5. Descripción de los procedimientos de consulta externos utilizados para la elaboración del plan de estudios**

Para la elaboración de esta memoria se han hecho las siguientes consultas.

### **1. Normativa**

Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril (BOE de 13 de abril), por el que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre (BOE de 30 de octubre), por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.


### **2. Documentos**

Libro Blanco de títulos de grado en Comunicación.

La guía de apoyo para la elaboración de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales elaborada por la ANECA.

El protocolo de evaluación para la verificación de títulos universitarios oficiales elaborado por la ANECA.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 8 de 129	

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

El documento sobre herramientas para el diagnóstico en la implantación de sistemas de garantía interna de calidad de la formación universitaria.

### 3. Enlaces y obras editadas

[http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-Main\\_doc/050218\\_QF\\_EHEA.pdf](http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-Main_doc/050218_QF_EHEA.pdf)

[http://www.bologna-bergen2005.no/EN/BASIC/Framework\\_Qualifications.htm](http://www.bologna-bergen2005.no/EN/BASIC/Framework_Qualifications.htm)

<http://www.ibe.unesco.org>

[http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/presentation\\_eqf\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/presentation_eqf_en.pdf)

[http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/comuniv2006\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/comuniv2006_en.pdf)

[http://ec.europa.eu/education/policies/2010/lisbon\\_en.html](http://ec.europa.eu/education/policies/2010/lisbon_en.html)

[http://ec.europa.eu/education/policies/educ/eqf/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/education/policies/educ/eqf/index_en.html)

[http://www.eua.be/eua/jsp/en/upload/Doctoral\\_Programmes\\_Project\\_Report.1129278878120.pdf](http://www.eua.be/eua/jsp/en/upload/Doctoral_Programmes_Project_Report.1129278878120.pdf)

<http://europa.eu/scadplus/leg/en/cha/c10241.htm>

<http://www.jointquality.org/content/descriptors/CompletesetDublinDescriptors.doc>

[http://www.jointquality.org/ge\\_descriptors.html](http://www.jointquality.org/ge_descriptors.html)

"Propuesta: La organización de las enseñanzas universitarias en España": Ministerio de Educación y Ciencia.

[http://www.eua.be/eua/jsp/en/upload/Doctoral\\_Programmes\\_Project\\_Report.1129278878120.pdf](http://www.eua.be/eua/jsp/en/upload/Doctoral_Programmes_Project_Report.1129278878120.pdf)


Propuesta: La organización de las enseñanzas universitarias en España

### 4. Otras universidades:

Ya se han señalado las universidades que han constituido nuestro referente fundamental. Eso no impide que se hayan revisado también los planes de estudio de las universidades españolas con facultades de comunicación más antiguas y asentadas. Se ha procurado que los contenidos se ajustaran, cuando era posible, a las denominaciones tradicionales para evitar equívocos y ofrecer transparencia a nuestra propuesta. En concreto, para esta tarea se han revisado las siguientes titulaciones:

#### Universitat Autònoma de Barcelona

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 9 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

Grado en Ciencias de la Comunicación (Publicidad y Relaciones Públicas):

<http://www.uab.es/servlet/Satellite/ESTUDIAR/1--y-2--ciclo/Plan-de-estudios-1099409747866.html?param1=1089612449181>

Licenciatura de Comunicación Audiovisual:

<http://www.uab.es/servlet/Satellite/ESTUDIAR/1--y-2--ciclo/Plan-de-estudios-1099409747866.html?param1=1089612449100>

Licenciatura en Periodismo:

<http://www.uab.es/servlet/Satellite/ESTUDIAR/1--y-2--ciclo/Plan-de-estudios-1099409747866.html?param1=1089612449169>

Universidad Complutense de Madrid

Licenciatura en Comunicación Audiovisual:

<http://www.ucm.es/pags.php?tp=Licenciatura%20en%20Comunicaci%F3n%20Audiovisual&a=estudios&d=muestratit4.php&idt=10>

Licenciatura en Periodismo:

<http://www.ucm.es/pags.php?tp=Licenciatura%20en%20Periodismo&a=estudios&d=muestratit4.php&idt=100>

Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas:

<http://www.ucm.es/pags.php?tp=Licenciatura%20en%20Publicidad%20y%20Relaciones%20P%FABlicas&a=estudios&d=muestratit4.php&idt=95>

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea


Licenciatura en Comunicación Audiovisual

[http://www.ehu.es/p200-content/es/contenidos/titulacion/tit\\_comun202\\_323\\_2008/es\\_escom/es\\_filetit\\_comun202\\_323\\_asignaturas.html](http://www.ehu.es/p200-content/es/contenidos/titulacion/tit_comun202_323_2008/es_escom/es_filetit_comun202_323_asignaturas.html)

Licenciatura en Periodismo

[http://www.ehu.es/p200-content/es/contenidos/titulacion/tit\\_perio202\\_323\\_2008/es\\_esper/es\\_filetit\\_perio202\\_323\\_a\\_signaturas.html](http://www.ehu.es/p200-content/es/contenidos/titulacion/tit_perio202_323_2008/es_esper/es_filetit_perio202_323_a_signaturas.html)

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 10 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

Así mismo también se ha prestado especial atención al modelo de aprendizaje y a los planteamientos metodológicos empleados por las universidades nacionales e internacionales más relevantes dedicadas a la formación a distancia.

#### **Open University:**

Cursos sobre Media Studies:

<http://www3.open.ac.uk/study/undergraduate/social-sciences/media-studies/courses/index.htm>

Modelo de aprendizaje:

<http://www.open.ac.uk/about/ou/p5.shtml>

#### **Universidad Nacional de Ecuación a Distancia:**

Metodología:

[http://portal.uned.es/portal/page?\\_pageid=93,553308&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,553308&_dad=portal&_schema=PORTAL)

#### **Universitat Oberta de Catalunya:**

Licenciatura en Comunicación Audiovisual (2º Ciclo)

[http://www.uoc.edu/portal/castellano/la\\_universitat/model\\_pedagogic/nucli\\_virtual\\_aprenentatge/index.html](http://www.uoc.edu/portal/castellano/la_universitat/model_pedagogic/nucli_virtual_aprenentatge/index.html)

Modelo de aprendizaje:

[http://www.uoc.edu/portal/castellano/la\\_universitat/model\\_pedagogic/nucli\\_virtual\\_aprenentatge/index.html](http://www.uoc.edu/portal/castellano/la_universitat/model_pedagogic/nucli_virtual_aprenentatge/index.html)


### **5. Asesoramiento de expertos**

Han colaborado en diversos momentos del proceso de elaboración de esta propuesta directivos de diversos medios y empresas de comunicación: de dos editoriales, de una productora audiovisual de ámbito nacional, de un diario nacional de información general, de una revista semanal de ámbito nacional, de una de las tres cadenas nacionales de televisión de mayor audiencia y de uno de los tres grupos multimedia más importantes del país.

#### **2.6. Objetivos generales de título**

El grado pretende ofrecer una formación centrada en el análisis de la comunicación, procediendo desde lo general a lo particular. De otra parte enfoca los itinerarios específicos en

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 11 de 129	(Incluida la modificación)

 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

las dimensiones de la comunicación más que en los tipos de medios (prensa escrita, digital, radio, televisión, cine, gabinetes, agencias de publicidad, centrales de medios, etc.)

En otros términos, se pretende formar a graduados alfabetizados en términos comunicativos. Esta alfabetización se concreta en dos vertientes. Por un lado, el graduado en Comunicación por la UNIR debería **comprender** de manera racional, analítica y crítica el fenómeno de la comunicación en sus varias **dimensiones**, códigos y soportes. Por otro lado, el Grado propuesto pretende que el titulado adquiera los conocimientos y habilidades **básicos** para actuar de manera **eficaz** en el inicio de su actividad profesional en uno de los diferentes aspectos de la Comunicación como proceso, para así poder actuar de manera eficaz en una de ellas. Para ello, se han establecido tres itinerarios que posibilitan la adquisición de unas competencias más concretas en cada caso. De hecho, la novedad que aporta este grado es que esos itinerarios no se definen por medios, sino por los diferentes aspectos que presenta el proceso comunicativo (Información, Entretenimiento y Persuasión). De este modo, se precisan y distinguen las competencias comunes a todo graduado en Comunicación por la UNIR, de aquellas específicas del Itinerario formativo que elija cada alumno.


Cada itinerario se concreta en un total de 40 ECTS (28 correspondientes a las asignaturas optativas del itinerario específico y 12 pertenecientes al Trabajo de Fin de Grado, que debe desarrollarse en el ámbito temático del itinerario escogido por el estudiante).

Por la previsible naturaleza del alumnado de una titulación on-line como la nuestra, el objetivo general de este Grado consiste en ofrecer la formación básica general que prepare a los graduados para su posterior especialización en un Máster, tanto para el ejercicio profesional como para la continuación de su formación académica. Asimismo, la preparación del Grado pretende capacitar a los alumnos para el **inicio en la actividad profesional** correspondiente en cada caso **al Itinerario formativo elegido** durante el Grado.

Inspirándose en los criterios generales establecidos en el capítulo V del Libro Blanco para los diferentes Títulos de Grado en Comunicación, esta “alfabetización comunicativa” que se propone en el presente Grado pretende que sus titulados consigan los **objetivos** siguientes:

1. Conocimiento y dominio de las rutinas básicas de expresión oral, escrita, audiovisual, digital y multimedia; así como una capacidad de expresión clara y coherente en la lengua propia.
2. Comprensión del fenómeno comunicativo mediante un conocimiento crítico y analítico de las distintas formas, procesos, tendencias y manifestaciones de la comunicación. También del conocimiento racional del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se enmarca el fenómeno de la comunicación en la sociedad contemporánea. Igualmente, las técnicas y procesos de creación y difusión de contenidos comunicativos en sus diferentes fases, así como las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en sus distintas vertientes.
3. Conocimiento de los conceptos, categorías, metodologías, teorías y temas más relevantes de los distintos aspectos de la investigación e innovación en comunicación

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 12 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad  25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección  01/10/2013</p>
--	--	--	--

4. Conocimiento suficiente de las técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información, así como de los métodos para examinar críticamente cualquier fuente, documento o hecho

5. Dominio de las nuevas tecnologías y predisposición a la innovación, así como adaptación a los cambios

6. A través de estos conocimientos, lograr la capacidad de elaborar, planificar y evaluar mensajes y acciones eficientes para los diferentes tipos de comunicación (persuasiva, informativa, de entretenimiento), así como la capacidad de analizar y reflexionar académicamente sobre los diferentes aspectos que configuran el hecho comunicativo.

7. Conseguir una actitud positiva ante los fenómenos de diversidad y multiculturalidad y la disposición para promover los valores que defienden la igualdad de hombres y mujeres y la integración de las diversas formas de diversidad.


La adquisición de estos objetivos permitirá a los graduados desenvolverse en tres tipos de orientaciones básicas para el futuro:

**Incorporación a un medio de comunicación.** La formación planteada por el Grado de Comunicación por la UNIR posibilitará el **inicio de la actividad profesional** en el ámbito de la comunicación en un medio de comunicación en consonancia con el itinerario que se haya escogido. Por ejemplo: **iniciar** su actividad profesional como redactor/a de información periodística, responsable –a distintos niveles- de prensa de un gabinete de comunicación, gestor/ de portales y editor de contenido o guionista o creador de contenidos audiovisuales en su nivel junior. Es necesario subrayar que la orientación del tipo de medio de comunicación al que se incorpore el graduado -siempre en su nivel inicial, capacitado para desarrollar las funciones básicas de este puesto de trabajo- dependerán del Itinerario que haya escogido. En este sentido, los Graduados correspondientes al Itinerario de Entretenimiento enfocarán su carrera profesional al ingreso en Productoras Audiovisuales mientras que los que hubiesen optado por el Itinerario de Información podrán incorporarse a un medio informativo, ya sea escrito, audiovisual u on-line.

**Gestión de comunicación.** Los graduados en Comunicación por la UNIR podrán también desempeñar **labores iniciales** referidas a la comunicación empresarial e institucional, en la dirección de comunicación, responsable de Publicidad y RR.PP, o la asesoría y consultor/a estratégico/a de comunicación., gestor/a de identidad e imagen corporativa o del desarrollo de planes y proyectos de comunicación interna y externa, en sus niveles de iniciación. Este tipo de perfil es más propio de los graduados que hayan cursado el itinerario de persuasión.

**Docencia e investigación.** El conocimiento analítico-crítico sobre la naturaleza del hecho comunicativo capacita igualmente a los graduados en Comunicación por la UNIR para

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 13 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

especializarse desde una perspectiva académica, así como su incorporación a los procesos de formación de posgrado (máster y doctorado) correspondientes para prepararles para la actividad docente e investigadora. Este perfil es común a los tres itinerarios.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 14 de 129	


### 3. COMPETENCIAS

#### 3.1. Competencias Básicas y Generales

<b>COMPETENCIAS BÁSICAS</b>	
<b>CB1</b>	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
<b>CB2</b>	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
<b>CB3</b>	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
<b>CB4</b>	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
<b>CB5</b>	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

<b>COMPETENCIAS GENERALES</b>	
<b>CG1</b>	Capacidad crítica, analítica y reflexiva respecto al hecho comunicativo.
<b>CG2</b>	Capacidad de analizar los aspectos técnicos y estéticos de los procesos y tendencias de la comunicación en la sociedad contemporánea.
<b>CG3</b>	Capacidad de aplicar las técnicas y procesos de creación y difusión de información y contenidos en sus distintas fases.
<b>CG4</b>	Capacidad de tener presentes los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre hombres y mujeres, de solidaridad, de protección medioambiental y de fomento de la cultura de la paz, al abordar las tareas de ejercicio profesional o de investigación para las que capacita el grado.



 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

<b>CG5</b>	Capacidad de analizar la situación actual de los medios teniendo en cuenta su historia (tanto de sus propuestas estéticas e industriales como desde la perspectiva de su relevancia social y cultural).
<b>CG6</b>	Capacidad de analizar e identificar recursos, elementos, métodos y procedimientos empleados en la construcción de imágenes y relatos audiovisuales.
<b>CG7</b>	Capacidad de comprender la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual.
<b>CG8</b>	Ser capaces de establecer relaciones entre imágenes y sonidos, desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales.
<b>CG9</b>	Capacidad de desarrollar los modelos psicológicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.
<b>CG10</b>	Tener las habilidades y conocimientos suficientes para aplicar las tecnologías y sistemas usados para procesar, elaborar y transmitir los contenidos del proceso comunicativo.

### 3.2. Competencias Transversales


En esta titulación no se han incluido.

### 3.3. Competencias Específicas

<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>	
<b>Competencias Profesionales</b>	
<b>CP11</b>	Aplicación de técnicas y procedimientos de la composición visual a los diferentes soportes, partiendo del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen.
<b>CP12</b>	Análisis del relato audiovisual, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época determinada.
<b>CP13</b>	Conocimiento de los procesos básicos para la elaboración de una obra audiovisual: creación de guiones, realización, edición, producción y postproducción.
<b>CP14</b>	Análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica, así como las distintas variables influyentes en su configuración y


Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 16 de 129	(Incluida la modificación)

	procesos, tanto informativos como de entretenimiento generados por ellos, y su influencia en la publicidad audiovisual.
<b>CP15</b>	Gestión y manejo de bases de datos, tanto de fuentes de información, como de cualquier otro tipo de documentos útiles para la comunicación persuasiva o de entretenimiento.
<b>CP16</b>	Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez aprovechando los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
<b>CP17</b>	Conocimiento y capacidad para utilizar los recursos y posibilidades específicos de los medios tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
<b>CP18</b>	Conocimiento de las técnicas de comunicación aplicadas a la persuasión.
<b>CP19</b>	Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa y establecer el plan de comunicación.
<b>CP20</b>	Capacidad y habilidad para gestionar los aspectos implicados en la comunicación interna de una empresa u organización.
<b>CP21</b>	Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje persuasivo.
<b>CP22</b>	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar un plan de marketing.
<b>CP23</b>	Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación.
<b>CP24</b>	Habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.
<b>Competencias Académicas</b>	
<b>CA25</b>	Utilización correcta, oral y escrita, del castellano.
<b>CA26</b>	Conocimiento del inglés en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas.
<b>CA27</b>	Capacidad de reflexionar sobre temas de interés de naturaleza social, cultural, científica o ética, a través de la reunión e interpretación de datos relevantes, para emitir así juicios fundamentados.
Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 17 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

<b>CA28</b>	Capacidad para analizar críticamente el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.
<b>CA29</b>	Conocimiento del estado del mundo, de su evolución histórica reciente y de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
<b>CA30</b>	Capacidad de análisis y de interpretación de los diferentes movimientos literarios, artísticos y estéticos contemporáneos y para apreciar sus funciones y relaciones con la producción comunicativa actual.
<b>CA31</b>	Conocimiento de la ética y deontología profesional así como del ordenamiento jurídico de la comunicación, que afecta tanto a la práctica profesional como al quehacer del comunicador.
<b>CA32</b>	Comprensión de teorías, métodos y problemas de la comunicación y sus lenguajes.
<b>CA33</b>	Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo del proceso comunicativo o a su interpretación.
<b>CA34</b>	Habilidad para exponer de forma adecuada (tanto para un público especializado como no especializado) los resultados de la investigación de forma oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
<b>CA35</b>	Desarrollo de habilidades teórico-prácticas necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 18 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad  25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección  01/10/2013</p>
--	--	--	--

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### 4.1. Sistema de información previo a la matriculación y acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y la titulación

Las enseñanzas de los diversos grados de UNIR se ofrecen a cualquier persona que reuniendo las condiciones de acceso que expresa la ley desea tener una enseñanza a distancia ofrecida en un entorno virtual.

#### 4.1.1. Perfil de ingreso recomendado

Se aconseja que el futuro alumno del Grado en Comunicación de la UNIR posea:

- Interés por las nuevas tecnologías.
- Interés por la comunicación en forma oral y escrita, y en los medios de comunicación.
- Interés por las ciencias sociales y el mundo actual.
- Habilidades sociales y comunicativas.

#### 4.1.2. Canales de difusión para informar a los potenciales estudiantes

Para informar a los potenciales estudiantes sobre la Titulación y sobre el proceso de matriculación se emplearán los siguientes canales de difusión:


- Página web oficial de la Universidad Internacional de La Rioja.
- Sesiones informativas en diversas ciudades de España y en algunos puntos del extranjero. En concreto para este año se prevé la asistencia a ferias y workshops tanto en España como en el exterior, organizados por Eduespaña en colaboración con el Instituto de Comercio Exterior (ICEX).
- Está programada la asistencia a:
  - o JTC: USA. Madrid, 22 y 23 de Marzo
  - o FPA: World Graduate School Tour. Costa Rica, Panamá y Colombia, Del 23 al 30 de abril de 2009.
  - o FPA: NAFSA. Los Angeles, CA. Del 25 al 29 de Mayo de 2009.
  - o JCT: BRASIL. . Madrid, 13 de junio de 2009.
- Inserciones en los medios de comunicación nacionales internacionales incluidos los distintos canales de comunicación en Internet: Google AdWords, E-magister, Oferta formativa, Infocursos y Universia.

Asimismo y con el objetivo de internacionalizar UNIR ya que el carácter de su enseñanza así lo permite, se están estableciendo los primeros contactos con promotores educativos de estudios universitarios en el extranjero (Study Abroad):

ACADEMIC YEAR ABROAD (AYA): [www.ayabroad.org/](http://www.ayabroad.org/)

STUDY ABROAD SPAIN: [www.studyabroad.com/spain.html](http://www.studyabroad.com/spain.html)

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 19 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad  25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección  01/10/2013</p>
--	--	--	--

Study, travel or work in Spain (UNISPAIN): [www.unispain.com/](http://www.unispain.com/)

Cultural Experiences Abroad (CEA): [www.gowithcea.com/programs/spain.html](http://www.gowithcea.com/programs/spain.html)

#### 4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión

Desde el punto de vista procedimental los pasos a seguir serán:

- Registrarse como usuario de la UNIR.
- La web muestra un formulario que el usuario tiene que completar y enviar. Cuando envía el formulario se realiza la validación automática de los campos.
- Este formulario llega a la secretaria y se realiza la validación manual de la información.
- Se le comunica al alumno el resultado y se le pide la documentación necesaria.
- Entregar la documentación justificativa del cumplimiento de los requisitos legales necesarios para la admisión; en la actualidad la normativa reguladora es:
  - o Ley Orgánica de Universidades 6/2001, de 19 de diciembre, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril.
  - o Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.
  - o Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre.

Una vez recibida la respuesta formal de haber sido admitido, proceder a la matriculación.

#### 4.3. Apoyo a estudiantes

Una vez formalizada la matrícula en el Servicio de Admisiones, éste deriva a los estudiantes a la Facultad correspondiente.

Cada Grado de la UNIR cuenta con un Coordinador académico y un Tutor que es quien realiza las tareas de seguimiento de los estudiantes.


Todos ellos contarán con una Guía del estudiante *on line* que recoge instrucciones e información sobre las competencias para ser un estudiante a distancia, técnicas de estudio, uso básico de las herramientas telemáticas y reglas para la planificación del estudio eficaz.

Este tutor ejerce las funciones de Asesor Académico Personal que le ayudará en:

- Su integración en los estudios, en la Universidad y en su orientación al empleo.
- La adquisición y dominio de las técnicas de trabajo intelectual y en el desarrollo de las capacidades.
- Todas las cuestiones profesionales y técnicas que necesite para poder realizar con éxito su formación.

De cada alumno se abrirá un completo dossier acumulativo que, implementando el expediente académico, registre los datos profesionales relevantes que puedan facilitar el oportuno asesoramiento personal y profesional. En todo momento se respetará la Ley Orgánica 15/1999

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 20 de 129	(Incluida la modificación)

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal así como su normativa de desarrollo.

#### 4.4. Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos


[http://gestor.unir.net/userFiles/file/documentos/normativa/reconocimiento tranferencia credits.pdf](http://gestor.unir.net/userFiles/file/documentos/normativa/reconocimiento_tranferencia_creditos.pdf)

Reconocimiento de Créditos Cursados por Estudios Superiores no Universitarios	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
	36

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 21 de 129	

 <b>UNIR</b> <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

### 5.1. Estructura de la enseñanza

#### 5.1.1. Distribución del Plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia


TIPO DE MATERIA	Créditos ECTS
<b>Obligatorias</b>	116
<b>Básicas</b>	84
<b>Optativas</b> (incluye las prácticas externas no obligatorias)	28
<b>Trabajo Fin de Grado</b>	12
<b>TOTAL</b>	240

El carácter a distancia de las enseñanzas propuestas nos ha llevado a plantear las prácticas como optativas. Indudablemente, las Prácticas externas, facilitarán el desarrollo de habilidades profesionales, pero no todos –probablemente bastantes- estarán en condiciones de realizarlas. En cualquier caso, la UNIR quiere estimular a sus estudiantes en esta dirección. Ello exige poner en marcha un plan para establecer convenios con empresas que actúen en el ámbito de la comunicación en cualquiera de sus facetas. La UNIR establecerá los convenios oportunos con ellos. Será un requisito imprescindible contar con la colaboración profesional de empleados o directivos que ejerzan una labor de tutoría complementaria a la que realizarán los responsables designados por la UNIR.

La UNIR buscará establecer convenios con medios de comunicación, agencias y productoras para que acepten a los alumnos que adecuen sus circunstancias personales, geográficas y de horario a la elaboración de prácticas externas. El grado tiene previsto un máximo de 60 alumnos por curso desde el cuarto año. Por otra parte, hasta el tercer curso no se plantea la posibilidad de realizar estas prácticas externas. Pensamos, por tanto, que se dispone de un margen de tiempo suficiente para firmar los convenios necesarios para atender con sentido práctico y realista a nuestros estudiantes que deseen realizar prácticas en empresas.

El carácter a distancia de la titulación deberá contemplar dos posibilidades. Una primera consistirá en una oferta que realice la UNIR de empresas que hayan establecido convenio con ella para la realización de prácticas en los términos que se señalaba antes. En este sentido se está trabajando como ya se ha dicho. Por otra parte, será necesario ajustar la oferta a los casos concretos que implica la muy posible diseminación geográfica de nuestros estudiantes. Se explicará a los estudiantes que pueden tomar la iniciativa de dirigirse a empresas para realizar las prácticas en su ámbito próximo o en las condiciones de horario que permitan sus previsiblemente muy diversas circunstancias. En estos casos, la UNIR –avisada con la antelación suficiente por el estudiante a través de su tutor-, se pondrá en contacto con la empresa correspondiente para enviar un modelo de convenio. Sólo firmado ese acuerdo las prácticas tendrán valor curricular.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 22 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad  25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección  01/10/2013</p>
--	--	--	--

### 5.1.2. Explicación general de la planificación del Plan de estudios

El Grado en Comunicación que presenta la UNIR, pretende hacer posible que el estudiante alcance los objetivos generales descritos con anterioridad. Por ello, los dos primeros años y parte del tercero cumplen el objetivo de acercamiento a la Ciencia objeto de estudio, dotando al estudiante del conocimiento básico del campo de la comunicación desde un punto de vista pluridisciplinar, mientras que el tercero y cuarto curso modulan posibles perfiles profesional de los alumnos: se oferta un amplio abanico de materias optativas.

La organización responde a la intención de obtener primero los conocimientos básicos necesarios y, posteriormente ofrecer itinerarios más específicos. Además las asignaturas optativas se organizan en tres grupos que se corresponden a su vez con tres itinerarios: información, persuasión y entretenimiento. Si así lo desea, el estudiante podrá seguir un itinerario concreto cursando siete de las asignaturas correspondientes ofertadas en cada itinerario y obtener, así, la correspondiente mención específica en el Suplemento Europeo al Título. Otra posibilidad, es que renuncie a esa posibilidad e intercale asignaturas optativas de los tres itinerarios para conformar su propia opción.

El Grado propuesto está estructurado en 4 Cursos, con una carga de 60 ECTS cada uno de ellos. Cada ECTS corresponde a 30 horas de trabajo del alumno, en el que confluyen tanto las utilizadas mediante el empleo de la Plataforma digital diseñada, como por el trabajo personal del alumno (estudio, elaboración de prácticas y trabajos...).


Es importante constatar el papel que cumple la función tutorial en el Grado propuesto. Las horas de tutoría ocuparán un lugar significativo de entre las horas de presencia virtual del alumno, al garantizarse un mínimo de 3 % de dicho tiempo.

Cuantitativamente, la estructura del Plan de Grado resulta sencilla. Se ofertan 60 asignaturas de las cuales 12 corresponden a formación básica (84 ECTS), 29 tienen carácter obligatorio (116 ECTS), 18 asignaturas optativas de las que el alumno escoge 5 (28 ECTS), sumando un total de 228 ECTS. A ello hay que añadir el obligado desarrollo de un Trabajo fin de Grado en el 4º Curso (12 ECTS).

El estudiante podrá sustituir dos de las asignaturas optativas por prácticas reguladas en empresas colaboradoras con el programa de la UNIR. Estas prácticas pueden sustituir a una asignatura optativa (6 ECTS) o a dos (12 ECTS). Igualmente, el estudiante, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente, podrá solicitar el reconocimiento de un máximo de 6 créditos de entre las materias optativas, por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 23 de 129	(Incluida la modificación)



 <b>UNIR</b> <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

En cualquier caso, el Grado queda compuesto por 240 ECTS distribuidos como se muestra en la tabla inserta tras el siguiente epígrafe. La oferta total de créditos es de 240 ECTS.

### 5.1.2.1. Secuencia temporal de los grupos de materias y créditos

La secuencia temporal de los grupos de materias y créditos es la siguiente tabla:


Grado de Comunicación		PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	TOTAL
Formación básica	Materias básicas por rama de conocimiento (R. D. 1393/2007)	36	36	12	00	84
	Materias específicas					
	Obligatorias	24	24	36	32	116
	Optativas	0	0	12	16	28
TRABAJO FIN DE GRADO		0	0	0	12	12
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>240</b>

### 5.1.2.2. Esquema del Plan de estudios de Grado

Tal y como se ha mencionado anteriormente, el Plan de estudios del Grado en Comunicación por la UNIR contempla la posibilidad de elegir uno de los tres itinerarios previstos: Entretenimiento, Información o Persuasión. El seguimiento de estos itinerarios se concreta mediante la elección de asignaturas optativas en el tercer y cuarto curso. Cada itinerario posee seis asignaturas, dos de ellas de cuatro ECTS y el resto de 6 ECTS, de las cuales el alumno debe cursar cinco. Se ha intentado presentar una oferta de asignaturas dentro de cada itinerario que ofrezca un razonable grado de optatividad.

Se prevé también la posibilidad de que el alumno consiga 6 o 12 créditos optativos mediante la realización de prácticas profesionales externas. La naturaleza de la empresa u organización podrá corresponder al itinerario escogido por el estudiante: por ejemplo, aquellos que sigan el

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 24 de 129	

 <b>UNIR</b> <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

itinerario de Entretenimiento en una productora audiovisual, quienes opten por el de Información en un medio informativo de cualquier naturaleza y los pertenecientes al itinerario de Persuasión entre consultorías de marketing, agencias de publicidad o una organización de relaciones públicas. Sin embargo, dada la naturaleza on-line de la UNIR y de la titulación, tendrán un carácter optativo y estarán sujetas a la disponibilidad horaria y geográfica del alumno.

En cuanto a los contenidos prácticos del plan, estos se han concebido íntegramente para que puedan ser impartidos y seguidos en la modalidad docente a distancia. En las asignaturas enfocadas a la elaboración escrita de contenidos, como ocurre con las de Redacción Periodística o Guión Audiovisual, el alumno puede redactar las prácticas desde su domicilio y enviarlas posteriormente al profesor o tutor para su posterior corrección y evaluación. En asignaturas vinculadas al uso de Nuevas Tecnologías (como puede ocurrir en Tecnologías de la Información y la Comunicación, Diseño y Edición, o en Edición y posproducción básica), se prevé que la matrícula del alumno incluya las licencias de uso de los programas más utilizados en estos ámbitos, como es el caso de Avid Media Composer, In Design, Photoshop, etc. De este modo el estudiante puede realizar en su ordenador las prácticas tuteladas previstas en el plan de estudios. Todas estas prácticas y otras, como las de Locución radiofónica y presentación televisiva pueden aprovechar el recurso del Aula Virtual de la UNIR, permitiendo una conexión audiovisual directa y en tiempo real entre el alumno, los profesores/tutores y -en caso de que así sea requerido- otros alumnos.

Esquemática y temporalmente, la Planificación del Grado queda de la siguiente manera:


#### PLANIFICACIÓN DEL GRADO EN COMUNICACIÓN DE LA UNIR

PRIMER CURSO					
PRIMER CUATRIMESTRE			SEGUNDO CUATRIMESTRE		
Asignaturas	ECTS	Caract.	Asignaturas	ECTS	Caract.
Teoría de la Comunicación	6	B	Teoría de la Comunicación II	6	B
Economía para Comunicadores	4	OB	Estructura de la Comunicación	6	B
Historia y Teoría de la Imagen	4	OB	Tecnologías de la Información y la Comunicación	4	OB
Lengua Española	6	B	Redacción Periodística I: Géneros Informativos	4	OB
Historia del Mundo Siglo XX	6	B	Historia de España Siglo XX	6	B
Inglés para Profesionales de la Comunicación I	4	OB	Inglés para Profesionales de la Comunicación	4	OB
Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.				
Página 25 de 129	(Incluida la modificación)				

<b>Total primer cuatrimestre</b>	<b>30</b>		<b>Total segundo cuatrimestre</b>	<b>30</b>	
----------------------------------	-----------	--	-----------------------------------	-----------	--

<b>SEGUNDO CURSO</b>					
<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>			<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>		
<b>Asignaturas</b>	<b>ECTS</b>	<b>Caract.</b>	<b>Asignaturas</b>	<b>ECTS</b>	<b>Caract.</b>
Historia de Comunicación Social I	6	B	Historia de Comunicación Social II	6	B
Comunicación en Medios Impresos	4	OB	Comunicación Radiofónica	4	OB
Psicología de la Comunicación	6	B	Fundamentos de Marketing	4	OB
Redacción Periodística II: Géneros Interpretativos	4	OB	Diseño y Edición	4	OB
Literatura Siglo XX	6	B	Movimientos Estéticos Contemporáneos	6	B
Sociología de la Comunicación	6	B	Derecho de la Comunicación	4	OB
<b>Total primer cuatrimestre</b>	<b>32</b>		<b>Total segundo cuatrimestre</b>	<b>28</b>	

<b>TERCER CURSO</b>					
<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>			<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>		
<b>Asignaturas</b>	<b>ECTS</b>	<b>Caract.</b>	<b>Asignaturas</b>	<b>ECTS</b>	<b>Caract.</b>
Empresas de Comunicación y Modelos de Negocios	6	B	Creatividad Publicitaria Básica	4	OB
Métodos y Formas de la Comunicación Persuasiva	4	OB	Producción Audiovisual	4	OB
Guión Audiovisual Básico	4	OB	Gestión y Edición de Contenidos Digitales	4	OB
Comunicación en Medios Digitales	4	OB	Comunicación Televisiva	4	OB
Opinión Pública	6	B	Comunicación Corporativa e Institucional	4	OB
Comunicación en las Organizaciones	4	OB	Optativa	6	OP
Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)				
Página 26 de 129					


 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

			Optativa	6	OP
<b>Total primer cuatrimestre</b>	<b>30</b>		<b>Total segundo cuatrimestre</b>	<b>30</b>	

CUARTO CURSO					
PRIMER CUATRIMESTRE			SEGUNDO CUATRIMESTRE		
Asignaturas	ECTS	Caract.	Asignaturas	ECTS	Caract.
Análisis de Contenidos de la Comunicación	4	OB	Ética y Deontología de la Comunicación	4	OB
Investigación de Audiencias. El Proceso de Recepción.	4	OB	Documentación y Gestión de Fuentes de Comunicación	4	OB
Fundamentos y Estrategias de la Publicidad y las Relaciones Públicas	4	OB	Programación Radiofónica y Televisiva	4	OB
Realización Audiovisual Aplicada	4	OB	Edición y Postproducción Básicos	4	OB
Optativa	6	OP	Trabajo Fin de Grado	12	TFG
Optativa	6	OP	Optativa	4	OP
<b>Total primer cuatrimestre</b>	<b>28</b>		<b>Total segundo cuatrimestre</b>	<b>32</b>	

OPTATIVAS	
ENTRETENIMIENTO	ECTS
Formatos Audiovisuales de Ficción	4
Formatos Audiovisuales de No Ficción	4
Guión Audiovisual Televisivo de Ficción: Series y Telefilmes	6
Diseño, Producción y Organización de Eventos	6
Practicum I	6
Practicum II	6
Pitching: Comercialización del Producto Audiovisual	6
Guión Audiovisual Cinematográfico de Ficción: Películas	6
PERSUASIÓN	ECTS
Técnicas de Negociación	4
Gabinetes de Comunicación	4
Creatividad Publicitaria Avanzada	6

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 27 de 129	

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
	<b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	25/09/2013	01/10/2013

Investigación y Planificación de Medios y Soportes Publicitarios	6
Estrategia y Creatividad en Publicidad Sectorial	6
Marketing Social y Político	6
Practicum I	6
Practicum II	6
<b>INFORMACIÓN</b>	<b>ECTS</b>
Información Gráfica: Fotoperiodismo e Infografía	4
Locución Radiofónica y Presentación Televisiva	4
Información Económica	6
Información Internacional	6
Información Nacional y Política	6
Practicum I	6
Practicum II	6

**5.1.2.3. Breve justificación de cómo los distintos módulos o materias de que consta el Plan de estudios contituyen una propuesta coherente y factible (teniendo en cuenta la dedicación de los estudiantes) y garantizan la adquisición de las competencias del Título.**

Las distintas asignaturas y su distribución a lo largo de los cursos constituyen una propuesta coherente y factible, dado que en el diseño del Plan se han seguido los requisitos e indicaciones legales; en el apartado 5.1.3. Se expone tanto el compromiso de los órganos de gobierno para garantizar la adquisición de las competencias del Título como la relación que guardan los Módulos y las competencias con las distintas asignaturas que componen el Grado.

**5.1.2.4. Obtención de créditos por actividades**


Como ya se dijo, y de acuerdo con el artículo 46.2.i de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos del total del Plan de estudios cursado.

**5.1.2.5. Igualdad hombres y mujeres, fomento de la educación y cultura de la paz, no discriminación.**

La Facultad de Empresa y Comunicación de la Universidad Internacional de La Rioja se compromete explícitamente a cumplir con la legalidad vigente y a enseñar a los estudiantes a ser respetuosos con el ordenamiento jurídico siguiendo las directrices que marcan las siguientes leyes:

- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. BOE núm. 71 Viernes 23 marzo 2007.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 28 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

- Ley 27/2005, de 30 de noviembre, de fomento de la educación y la cultura de la paz. BOE núm. 287 Jueves 1 diciembre 2005.
- Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. BOE núm. 289 Miércoles 3 diciembre 2003.

Especialmente se promoverá en las enseñanzas de las asignaturas nombradas a continuación:


- Ética y Deontología de la Comunicación.
- Historia del Mundo del Siglo XX.
- Derecho de la Comunicación.
- Sociología de la Comunicación.

### 5.1.3. Distribución en Módulos

Las asignaturas concretas que componen el Grado están divididas en seis diversos Módulos agrupados según la naturaleza de la materia, cada uno de ellos formado por diversas disciplinas que responden adecuadamente a la orientación comentada del Título propuesto:

- Módulo de materias básicas: Teoría de la Comunicación I y II, Sociología de la Comunicación, Opinión Pública, Estructura de la Comunicación, Historia de la Comunicación Social I y II, Empresas de Comunicación y Modelos de Negocio, Psicología de la Comunicación, Economía para Comunicadores, Lengua Española, Historia del Mundo del Siglo XX, Historia de España del Siglo XX, Inglés para Profesionales de la Comunicación I y II, Literatura del Siglo XX.
- Módulo de contenidos: Derecho de la Comunicación, Métodos y Formas de la Comunicación Persuasiva, Redacción Periodística I y II, Guión Audiovisual Básico, Guión Audiovisual Cinematográfico de Ficción: películas, Guión Audiovisual Televisivo: series y telefilmes, Formatos Audiovisuales de Ficción, Formatos Audiovisuales de no Ficción, Programación Radiofónica y Televisiva, Producción Audiovisual, Diseño y Edición, Creatividad Publicitaria Básica, Creatividad Publicitaria Avanzada, Gestión y Edición de Contenidos Digitales, Documentación y Gestión de Fuentes de Información, Diseño, Producción y Organización de Eventos, Locución Radiofónica y Televisiva, Técnicas de Negociación.
- Módulo de tecnologías aplicadas a la comunicación: Tecnología de la Información y la Comunicación, Edición y Posproducción Básicas, Realización Audiovisual Aplicada, Información Gráfica: fotoperiodismo e infografía. Estas materias con fuerte contenido práctico tendrán dos partes fundamentales. Una primera se dedicará a talleres en los que el profesor dará cuenta del uso de los aparatos (cámaras, micrófonos, equipos de edición de video y audio, etc). Se utilizará el aula virtual que permite la interacción en tiempo real de profesores y estudiantes. A la vez que por quedar grabada puede ser consultada en otros momentos.
- Módulo de análisis de la recepción de la comunicación: Investigación de Audiencias, Análisis de Contenidos de la Comunicación, Ética y Deontología de la Comunicación.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 29 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b>          Grupo de procesos: Operativos          Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	Revisado: Director de Calidad 25/09/2013	Aprobado: Dirección 01/10/2013
--	--	--	--------------------------------------

- Módulo de comunicación especializada: Comunicación en Medios Impresos, Comunicación Radiofónica, Comunicación en Medios Digitales, Comunicación Televisiva, Comunicación en las Organizaciones, Comunicación Corporativa e Institucional, Historia y Teoría de la Imagen, Fundamentos de Marketing, Fundamentos y Estrategias de la Publicidad y de las Relaciones Públicas, Gabinetes de comunicación, Investigación y Planificación de Medios y Soportes Publicitarios, Pitching: comercialización del producto audiovisual, Estrategia y Creatividad en Publicidad Sectorial, Marketing Social y Político, Información Internacional, Información Nacional y Política, Información Económica, Información Deportiva.
- Prácticas y Trabajo de Fin de Grado: Trabajo de fin de Grado, Practicum I, Practicum II.

Dado que la UNIR imparte formación a distancia, las prácticas serán optativas, y los alumnos podrán sustituirlas libremente por otras dos asignaturas optativas.

En el Grado propuesto se puede observar, en las listas competenciales recogidas en cada uno de los seis módulos, la rigurosa observancia e inclusión de la inmensa mayoría de estas competencias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos del total del Plan de estudios cursado.

#### 5.1.4. Procedimiento de coordinación académico-docente

Cada módulo cuenta con un plan docente que proporciona coherencia a la agrupación de asignaturas, las cuales, al mismo tiempo, tienen sus respectivos programas. Cada módulo está coordinado por un profesor que se responsabiliza de la adecuada aplicación del plan docente y de la relación con los otros módulos del curso y, cuando sea el caso también, de otros cursos.


El **coordinador general del grado** asume la responsabilidad de la ordenación académica de todos los módulos. A través de reuniones con los coordinadores de módulos y con el conjunto del profesorado se ocupa de asegurar la coherencia entre los distintos planes docentes y el cumplimiento de los objetivos del grado.

#### 5.2. Modelo pedagógico

La Universidad Internacional de La Rioja basa su enfoque pedagógico en los siguientes puntos:

- Participación de los alumnos y trabajo colaborativo que favorece la creación de redes sociales y la construcción del conocimiento. Las posibilidades técnicas que ofrece la plataforma tecnológica de educación de la UNIR permiten crear entornos de aprendizaje participativos (con el uso de foros, chats, correo web...) y facilitar y fomentar la creación colaborativa de contenidos (blogs, videoblogs, wikis...).
- A partir de aquí, los procedimientos y estrategias cognitivas llevan al alumno, mediante su actividad directa y personal, a la construcción del propio conocimiento y elaboración de significados. Los docentes son mediadores en el proceso. Además de programar y organizar el proceso, el docente anima la dinámica y la interacción del grupo, facilita

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 30 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
		25/09/2013	01/10/2013

recursos. Se destaca el aprendizaje significativo, la colaboración para el logro de objetivos, la flexibilidad, etc.

- Organización de los contenidos y variedad de recursos de aprendizaje. Los contenidos del grado de Comunicación están estructurados en materiales básicos, específicos y complementarios, facilitando la creación del conocimiento por parte de alumno.

### 5.2.1. Metodología

Los puntos clave de nuestra metodología son:

- Formular los objetivos de aprendizaje.
- Facilitar la adquisición de las competencias básicas para el ejercicio de la profesión.
- Elaborar los contenidos que el profesor desea transmitir.
- Organizar los contenidos divididos en básicos y complementarios.
- Elaborar las herramientas de evaluación necesarias que garanticen el aprovechamiento de su formación.
- Evaluación continua de las respuestas de los alumnos.
- Control del ritmo de progreso de los alumnos.
- Crear aportaciones para que los alumnos se enfrenten a situaciones que entren en contraste con sus experiencias anteriores.
- Sugerir actividades que les ayuden a reestructurar su conocimiento.
- Proponer actividades de resolución de problemas.
- Fomentar actividades que requieran interacción y colaboración con otros alumnos.
- Crear contextos “reales”. El formador puede diseñar simulaciones de la realidad que ayuden al alumno a comprender la validez de lo que aprende para resolver problemas concretos y reales.
- Utilizar casos prácticos que muestren al alumno experiencias reales.
- Aprovechar las posibilidades del hipertexto para permitir a los alumnos que construyan sus propios caminos de aprendizaje (un camino adecuado a su estilo de aprendizaje).

### 5.2.2. Contexto de aprendizaje eficaz

Uno de los objetivos fundamentales es conseguir un contexto de aprendizaje eficaz adaptado a las necesidades y particularidades de los alumnos de Comunicación.

Este contexto será:

- **Reflexivo.** El ambiente de aprendizaje debe propiciar la reflexión teórica. De esta forma, los alumnos pueden ir tomando conciencia de cómo aprenden e introducir mejoras en su propio proceso de aprendizaje.
- **Verosímil.** El formador debe presentar a los alumnos situaciones reales. Se trata de facilitar el aprendizaje a través de la relación del alumno con un contexto complejo y real. La elaboración de casos reales y simulaciones provoca la construcción de entornos de aprendizaje eficaces.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 31 de 129	(Incluida la modificación)




- **Flexible.** El ambiente de aprendizaje debe permitir a los alumnos aprender cuando ellos quieran. La flexibilidad favorece, además, una visión de los contenidos más abierta y diversa.
- **Abierto.** Se debe permitir a los alumnos que parte de los contenidos los puedan aprender por ellos mismos; hay que ofrecerles la posibilidad de investigar e indagar para lo cual, lo mejor es permitirles el acceso a diferentes y variadas fuentes de información.
- **Constructivo.** Se debe facilitar que la nueva información se elabore y construya sobre la anterior, contribuyendo a que el alumno aprenda.
- **Activo.** Internet permitirá que los alumnos asuman un papel más activo en el proceso de adquisición de conocimientos. No basta con que Internet favorezca un mayor protagonismo del alumno. Se deberá promover la actividad, la interacción, la participación y la generación de saber por parte de los propios alumnos.
- **Colaborativo.** Los alumnos deberán adquirir, no sólo conocimientos, sino también habilidades para relacionarse, comunicarse y trabajar en colaboración con otros alumnos.

### 5.2.3. Estrategias de aprendizaje en el aula virtual de la UNIR

Coherentemente con el objetivo de crear un entorno de aprendizaje lo más eficaz posible hemos establecido una relación entre estrategias y los recursos necesarios para su consecución:

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	RECURSO
APRENDER HACIENDO	La experiencia es la mejor maestra y aprender haciendo es una forma muy efectiva de captar la atención y la motivación del alumno.	Las <b>simulaciones</b> ayudan a incrementar la autenticidad del programa de aprendizaje, haciéndolo más transmisible y motivante. Se puede sumergir a los estudiantes en situaciones que realmente prueben lo que saben, lo que pueden hacer, y cómo ellos piensan que debe hacerse.
APRENDER A PARTIR DE LOS PROPIOS ERRORES	Cuando nos equivocamos es cuando es más propicio el aprendizaje. En este caso, el objetivo que guía el aprendizaje es la creación de una hipótesis válida que explique el posible fallo de nuestras expectativas.	La creación de <b>aplicaciones</b> en las que el alumno debe buscar, en una situación concreta, cuál es la <b>causa del problema</b> y cuál es la <b>solución</b> más adecuada es uno de los recursos utilizados para poner en práctica esta estrategia.
APRENDIZAJE A TRAVÉS DE LA REFLEXIÓN	Cuando el alumno se pregunta la causa de un error o está realizando alguna actividad relevante, la creación de un entorno que le permita reflexionar potencia el proceso de aprendizaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posibilidad de <b>formular preguntas a un experto.</b></li> <li>- Posibilidad de <b>compartir reflexiones personales</b> sobre un tema concreto con otros alumnos.</li> </ul>
ENSEÑANZA	Las historias y experiencias	<b>Elaboración de casos prácticos</b> que conlleven una

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

MEDIANTE CASOS	pasadas nos ayudan a solucionar situaciones actuales. Las historias, por su propia estructura, son memorables y contienen en sí mismas las enseñanzas provenientes de la experiencia.	resolución por parte del alumno individualmente o en grupo y trabajo de reflexión y pueda en común.
APRENDIZAJE POR EXPLORACIÓN	Si permitimos que los alumnos exploren la información relevante para él, posibilita que el propio alumno guíe su aprendizaje.	- Organización de los contenidos en básicos y <b>complementarios</b> . - Facilitar la <b>libre exploración</b> de los alumnos por distintos materiales. - <b>Construcción de nuevos contenidos</b> de forma colaborativa aprovechando herramientas tipo "wiki".

#### 5.2.4. Aplicación del plan docente en el Aula virtual

##### 5.2.4.1. Actividades formativas

La distribución de las actividades formativas responde a un criterio de dedicación del alumno a cada una de las actividades que le permitirán aprobar satisfactoriamente las asignaturas del grado. En este sentido, el mayor porcentaje se agrupa en el estudio del material básico y complementario que el alumno debe llevar a cabo para la evaluación final y por supuesto, para el correcto desarrollo de otras actividades contempladas en la evaluación continua. El resto de las actividades formativas tienen un porcentaje de dedicación adecuado para la superación de las tareas que se plantearán en cada una de las materias.

En el caso de las asignaturas de contenido eminentemente práctico, se dará más importancia a las tareas que impliquen realización de ejercicios, trabajos individuales o grupales, actividades colaborativas, etc.

A continuación se presenta la distribución porcentual de las actividades formativas en función del número de ECTS de las asignaturas y según sea más teórica y más práctica en un modelo general de seis créditos.

**Se ha partido de una asignación por horas. La conversión de estos créditos ECTS y en porcentajes hace que las cifras puedan resultar chocantes, pero el punto de partida es realista: horas de 60 minutos.**

Asignatura 6 ECTS: Teórica

ACTIVIDADES FORMATIVAS	ECTS	%	HORAS
Estudio de material básico	2,4	40,00%	72
Lectura de material complementario	1,5	25,00%	45

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 33 de 129	

Trabajo práctico individual	0,55	9,20%	16,5
Realización de test y exámenes	0,35	5,80%	10,5
Sesiones presenciales virtuales	0,2	3,33%	6
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	0,5	8,33%	15
Tutorías individuales y grupales	0,5	8,34%	15
	<b>6</b>	<b>100,00%</b>	<b>180</b>

#### Asignatura 6 ECTS: Práctica

ACTIVIDADES FORMATIVAS	ECTS	%	HORAS
Estudio de material básico	2,10	35,00%	57
Lectura de material complementario	1,50	25,00%	45
Trabajo práctico individual	0,72	12,00%	30
Realización de test y exámenes	0,35	5,80%	10
Sesiones presenciales virtuales	0,24	4,00%	12
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	0,55	9,20%	16
Tutorías individuales y grupales	0,54	9,00%	16
	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>180</b>


Del mismo modo, el reparto de estas actividades formativas a una asignatura práctica de 4 créditos como puede ser Diseño Publicitario sería el correspondiente a esta tabla:

ACTIVIDADES FORMATIVAS	ECTS	%	HORAS
Estudio de material básico	1,4	35,00%	42
Lectura de material complementario	1	25,00%	30
Trabajo práctico individual	0,46	11,67%	14
Realización de test y exámenes	0,23	5,82%	7
Sesiones presenciales virtuales	0,17	4,17%	5
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	0,37	9,17%	11
Tutorías individuales y grupales	0,37	9,17%	11
	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>120</b>

#### 5.2.4.2. Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

Para desarrollar procesos de entornos virtuales de aprendizaje eficaces se realizarán tres tipos de evaluación diferenciada durante el período académico:

1. Prueba de evaluación inicial (diagnóstica).
2. Evaluación continua (progresiva) que completará la calificación cuando se haya

 <b>UNIR</b> <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
		25/09/2013	01/10/2013

aprobado la prueba de evaluación final.

### 3. Prueba final presencial.

Los instrumentos de evaluación en un entorno on line permiten la realización de pruebas variadas. En términos generales puede considerarse que las señaladas en el cuadro siguiente son las más importantes y significativas. Indudablemente en función de la naturaleza de cada materia, tendrán un peso específico diverso cada una de ellas. Para cumplir con el requisito de asegurar la evaluación final de un modo indudable por la presencia física del estudiante, se ha fijado de manera general que su peso específico en la calificación final será de un 60%. Por tanto el peso de las pruebas que constituyen la evaluación continua (evaluación progresiva) no podrá ser superior a un 40%. Como se ha mencionad arriba la utilización de uno u otro procedimiento de evaluación en este capítulo estará en función de la materia que se trate.

La UNIR considera que dada la naturaleza virtual de sus enseñanzas se hace imprescindible la presencia física del alumno en la realización de, al menos, una prueba final (certificada mediante documentación fehaciente de identidad). Esta tendrá un carácter básico y solo cuando se supere la calificación establecida para el aprobado, podrá completarse la calificación con los procedimientos específicos de evaluación continua que establezca cada materia.


A la vista de la distribución de estudiantes del grado, cada año se fijarán las localidades en las que se realizarán las pruebas finales de todas las materias de todas las titulaciones. Los profesores de la UNIR que se desplacen allí llevarán las pruebas que se aplicarán a los alumnos allí convocados.

Los ejercicios serán corregidos posteriormente por los correspondientes profesores de cada materia.

La superación de cualquier asignatura permite presumir que el estudiante ha adquirido las competencias asociadas a la misma.

Tipo de actividad evaluadora	Descripción	
<b>Evaluación inicial (diagnóstica)</b>	(Su interés es exclusivamente orientador de la acción pedagógica)	
<b>Evaluación continua (progresiva)</b>  <b>40%</b>	Participación en foros y otros medios colaborativos	
	Elaboración de trabajos	Grupales
		Individuales
		Lecturas complementarias

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 35 de 129	

	<p style="text-align: center;"><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1</p> <p style="text-align: center;"><b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
		25/09/2013	01/10/2013

<b>Evaluación final (presencial)</b>  <b>60%</b>	<b>Prueba final</b>
--	---------------------

### Las principales técnicas e instrumentos de evaluación

Especialmente adecuadas para la enseñanza on line y para el Aula Virtual (capítulo 7 de esta memoria).

#### 1. Referidas a los contenidos conceptuales

##### 1.1. Pruebas escritas

##### 1.1.1. De elaboración de respuestas:

Prueba de composición no estructurada.

##### 1.1.1.1. Prueba de composición semiestructurada.

##### 1.1.1.2. Prueba es estructurada

##### 1.1.2. De selección de respuestas:

##### 1.1.2.1. De alternativas constantes: verdadero-falso, etc.

##### 1.1.3. De varias opciones

El alumno ha de ordenar una serie de datos de tipo cronológico o histórico, de tipo lógico, de tipo espacial o de tipo operativo.

##### 1.1.4. De base común o multiítem.

##### 1.2. Pruebas orales

##### 1.2.1. De base no estructurada.

##### 1.2.2. De base estructurada.

##### 1.3. Pruebas prácticas


#### 2. Referidas a los contenidos estratégicos o procedimentales

##### 2.1. Evaluación del conocimiento conceptual que tiene el alumno sobre las distintas estrategias.

Con esta evaluación se pretender valorar si los alumnos saben teóricamente lo que hay que hacer.


##### 2.1.1. Cuestionarios: deben contener preguntas relativas a la descripción de cada estrategia (en qué consiste, qué pasos hay que seguir para utilizarla bien, etc.)

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 36 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

- 2.1.2. Pruebas de varias opciones, para que reconozcan la opción que mejor define la estrategia de que se trate, los pasos a seguir para su correcta aplicación, etc.
- 2.1.3. Exposición del alumno (oral y/o escrita). A través del aula virtual o presencial.
- 2.1.4. Entrevistas
- 2.2. Evaluación del conocimiento procedimental sobre estrategias.
  - 2.2.1. Realización de demostraciones en clase, y pidiendo a los alumnos que identifiquen qué procedimiento se ha utilizado, qué pasos se han seguido, qué acciones son más generales y cuáles son más concretas.
  - 2.2.2. Evaluación por el alumno de la correcta utilización de los pasos que ha seguido.
  - 2.2.3. Realización de una estrategia sobre un tema dado, estando el profesor delante para observar cómo lo realiza, o haciéndole preguntas que le den información del grado de dominio que el alumno posee de su uso
- 2.3. Evaluación del conocimiento condicional o capacidad autorreguladora utilizada en el uso de las estrategias.
  - 2.3.1. Cuestionarios que evalúan el procesamiento de la información de cada estudiante en función de las características de las tareas de aprendizaje a realizar.
  - 2.3.2. Entrevistas para obtener información sobre las estrategias utilizadas por el alumno en una determinada situación de enseñanza/aprendizaje.
  - 2.3.3. Autoinformes, es decir, descripciones (orales o escritas) que hace el alumno sobre las decisiones mentales que toma a lo largo de la realización de una tarea hasta terminarla.
  - 2.3.4. Pruebas, tareas o ejercicios específicos que exijan en su realización el empleo de determinadas estrategias de aprendizaje.
- 3. Referidas a los contenidos actitudinales (valores, actitudes y hábitos o virtudes)
  - 3.1. Técnicas de observación
    - 3.1.1. Listas de control: consisten en listas de palabras o frases que indican determinadas conductas cuya presencia o ausencia ha de indicar el observador utilizando la escala "SI" ó "NO".
    - 3.1.2. Escalas de calificación: son iguales que las anteriores, pero utilizan una escala numérica (normalmente de 0 a 5).
    - 3.1.3. Registros anecdóticos: consisten en registrar en la ficha que corresponde a cada alumno aquellos sucesos o anécdotas significativas que el profesor haya podido observar en un determinado período de tiempo.
  - 3.2. Técnicas de información directa

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 37 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013
---	---	---	--

- 3.2.1. Cuestionarios: consisten en la selección de determinadas preguntas que informan sobre aspectos puntuales de la conducta del alumno.
- 3.2.2. Inventarios: Son iguales que los cuestionarios, pero aquí se indican las alternativas a las que ha de ajustarse el escolar en sus contestaciones (sí-a veces-no, u otras).
- 3.2.3. Entrevistas: consisten en una relación personal profesor/alumno en forma de conversación. Si se realizan bien, pueden revelar informaciones directas o indirectas de sumo valor para conocer los valores, actitudes y hábitos de los alumnos.
- 3.2.4. Test: Son pruebas debidamente tipificadas que sirven para evaluar determinados aspectos de la persona. Concretamente, existen tests referidos a los distintos componentes de los contenidos actitudinales.

#### 4. La autoevaluación del alumno

##### **Sistema de calificaciones**

Como establece el artículo 5 del REAL DECRETO 1125/2003, de 5 de septiembre, los resultados obtenidos por el alumno se calificarán según la siguiente escala numérica:

- 0-4,9: Suspenso (SS).
- 5,0-6,9: Aprobado (AP).
- 7,0-8,9: Notable (NT).
- 9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».


##### **5.2.4.3. Descripción del Aula virtual**

Desde el campus virtual cada alumno puede acceder a sus aulas virtuales activas (una por cada asignatura en la que esté matriculado).

El aula virtual es un espacio donde los alumnos tienen acceso a la totalidad del material didáctico asociado a la asignatura: unidades didácticas, documentación de interés complementaria (anexos, artículos de prensa, legislación, etc.), diccionario digital de términos asociados a las asignaturas del programa de formación, etc.

El aula virtual presenta también una serie de herramientas relacionadas con la comunicación sincrónica y asincrónica: tablón de anuncios electrónicos, foros de debate, chat, blogs, videoblogs, sesiones de TV digital en Internet, descargas de video y audio (podcast), etc. Además

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 38 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

el alumno puede encontrar toda la información necesaria para la comprensión de la asignatura y herramientas para su evaluación y seguimiento.

Todos los recursos y herramientas necesarios para que los alumnos alcancen los objetivos de aprendizaje propuestos en cada asignatura, están organizados en Áreas.

Áreas del AULA VIRTUAL	
<b>1. Información</b>	<b>2. Comunicación</b>
<b>3. Materiales y recursos didácticos</b>	<b>4. Trabajo colaborativo</b>
<b>5. TV digital</b>	<b>6. Evaluación</b>

### I. Área de información

En esta área, el alumno encontrará toda la **información** necesaria para poder seguir con éxito la asignatura y para poder organizar su tiempo de estudio y trabajo.

HERRAMIENTA	UTILIDAD
GUÍA DOCENTE	Información de la asignatura: objetivos, metodología, eventos y actividades prácticas, evaluación, etc.
CALENDARIO DE EVENTOS	Consulta de todas las fechas clave (actividades, organización de eventos, entregas de trabajos, etc.) de la asignatura.
AYUDA	Información útil relacionada con la navegación y el uso de las distintas herramientas del aula virtual.

### II. Área de comunicación

El aula virtual dispone de sistemas de **comunicación electrónica tanto síncrona como asíncrona** que facilitan la interacción en tiempo real o diferido entre los alumnos y entre éstos y los tutores.

HERRAMIENTA	MODALIDAD	TÉCNICA DE COMUNICACIÓN	UTILIDAD
TABLÓN DE NOTICIAS	Asíncrona	Escrita	Publicación de noticias e información de última hora interesantes para los alumnos: fechas de eventos, entrega de trabajos, indicaciones sobre la marcha de la asignatura...
CORREO WEB	Asíncrona	Escrita	Intercambio de información personal, comunicaciones con el tutor, control de actividades de los alumnos.


Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 39 de 129	



FORO DE DEBATE	Asíncrona	Escrita	Planteamiento de debates y dudas. Se comparte información, experiencias e inquietudes. Intervienen los alumnos y el tutor.
CHAT	Síncrona	Escrita	Impartición de clases o tutoría con grupos reducidos. Realización de actividades grupales como debates en tiempo real.
BLOGS	Asíncrona	Escrita	Empleados como grupo de discusión, reflexiones personales, herramienta de gestión del conocimiento para el propio estudio. Blogs para trabajar en grupo o como parte del diálogo de una clase. Blog del docente de una materia específica con consejos e información para estudiantes.
VIDEOBLOGS	Asíncrona	Audio, imagen y escrita	Empleados como grupo de discusión, reflexiones personales, herramienta de gestión del conocimiento para el propio estudio. Blogs para trabajar en grupo o como parte del diálogo de una clase. Blog del docentes de una materia específica con consejos e información para estudiantes. Incorporan audio y video.

### III. Área de materiales y recursos didácticos

La UNIR basa su metodología en la enseñanza a distancia con apoyo de teleformación. Esto significa que los alumnos dispondrán de manuales específicos de cada una de las asignaturas (para su estudio personal) y tendrán apoyo en la plataforma UNIR mediante una gran variedad de Recursos y materiales que detallamos a continuación. El material didáctico que se proporciona al alumnado a través de la plataforma sirve, por su estructura, para la consecución del autoaprendizaje. Especial interés tiene para la titulación de Comunicación. Aquí los estudiantes podrán disponer de todo tipo de materiales de audio y audiovisuales para la

 <b>UNIR</b> <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

realización de sus prácticas (*Tecnología de la información y la comunicación, Realización audiovisual aplicada, Edición y posproducción básicas y avanzadas e Información gráfica, fotoperiodismo e infografía*).


Los materiales necesarios para la puesta en marcha de cada materia los realizarán los profesores. Cabe la posibilidad, en algunos casos, de que profesores universitarios de reconocido prestigio, como docentes e investigadores, colaboren parcialmente en estas tareas. Desde luego, los materiales que se entreguen a los estudiantes no pretenden, más bien al contrario, cerrar la posibilidad de la consulta de la bibliografía que esté a su alcance o que se ponga a sus disposición *on line* por parte de la universidad (siempre con el acuerdo de los titulares de los derechos de las obras).

SECCIÓN	UTILIDAD
<b>CONTENIDOS DIDÁCTICOS</b>	Contenido global del curso presentado en un programa de clases. Dividido en clases (organización temporal) y en secciones tanto teóricas como prácticas (objetivos de la unidad, contenidos básicos, contenidos complementarios, actividades prácticas, resúmenes, test de autoevaluación).
<b>CENTRO DE DOCUMENTACIÓN</b>	Presentación de material didáctico complementario (artículos, webs de interés, etc.).
<b>FAQ'S</b>	Relación de las preguntas frecuentes que los alumnos proponen al tutor.
<b>GLOSARIO</b>	Relación ordenada alfabéticamente de los términos relevantes para el contenido de la asignatura.
<b>BIBLIOTECA VIRTUAL</b>	Acceso desde el aula virtual a la biblioteca virtual de la UNIR
<b>VIDEOTECA (PODCAST)</b>	Repositorio de VIDEOS relacionados con la asignatura y de interés para los alumnos, que pueden ser visualizados en línea (streaming) o descargarse mediante un archivo RSS que permite la suscripción y descarga para que el alumno lo vea en el momento que quiera, normalmente en un reproductor portátil.
<b>AUDIOTECA (PODCAST)</b>	Repositorio de AUDIOS relacionados con la asignatura y de interés para los alumnos, que pueden ser escuchados en línea (streaming) o descargarse mediante un archivo RSS que permite la suscripción y descarga para que el alumno lo escuche en el momento que quiera, normalmente en un reproductor portátil.
<b>WIKIS</b>	Herramienta para la creación, eliminación o modificación del contenido de forma interactiva. Permite la edición colaborativa de contenidos.

#### IV. Área de trabajo colaborativo

En esta área se han implementado distintas herramientas de comunicación y de creación de

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 41 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
	<b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	25/09/2013	01/10/2013

materiales que facilitan la creación de contenidos y la construcción de aprendizaje de forma grupal. Así, podrán hacer uso de una zona de trabajo virtual independiente que dispone de herramientas para la comunicación entre los miembros del grupo (foros y chats privados), para trabajar de forma colaborativa en la creación de contenidos (blog, wiki) y para intercambiar información y documentos (correo web).

Se han mostrado muy eficaces para la realización de prácticas en “el aula”. La organización de talleres específico on line en el aula virtual, permite mostrar de manera detenida los elementos que componen cada tecnología, sus usos y efectos. Permite además que los estudiantes puedan plantear sus dudas en tiempo real al profesor que dirige el taller.


#### V. Área de TV educativa digital en Internet

SECCIÓN	UTILIDAD
<b>EVENTOS EN DIRECTO</b>	Herramienta que permite la retransmisión en directo de clases a través de Internet. Permite a los alumnos ver al docente, y escuchar al docente y a los otros alumnos. El profesor dispone de una pizarra electrónica que visualizan en tiempo real los alumnos. Posibilidad de poner a disposición de los alumnos simultáneamente material audiovisual (video, audio, gráficos y PDF).
<b>EVENTOS EN DIFERIDO (PODCAST)</b>	Zona de descarga de contenidos vía podcast. Posibilidad de descargar las retransmisiones de la TV digital en diferido para ser escuchadas o visualizadas, normalmente en reproductores portátiles (i-pods, reproductores de MP4, agendas electrónicas...).

#### VI. Área de evaluación

HERRAMIENTAS	UTILIDAD
<b>ÉXAMENES DE AUTOEVALUACIÓN</b>	Acceso a exámenes de autocomprobación de contenidos para los alumnos. Feedback automático con la respuesta correcta que permite al alumno comprobar su progreso.
<b>CUESTIONES DE REPASO</b>	Permiten al alumno responder libremente a una serie de preguntas propuestas por el tutor. Feedback automático con la respuesta correcta que permite al alumno comprobar su progreso.
<b>ENVÍO DE TAREAS</b>	Herramienta para la publicación de tareas por parte del tutor. Puede incluir fechas de entrega y de instrucciones para la realización de los trabajos. Permite el envío de las tareas a través de la propia herramienta.
<b>RESULTADOS ASIGNATURA</b>	El alumno puede consultar los datos relacionados con su evaluación de la asignatura hasta el momento: resultados de pruebas, estadísticas de accesos, comentarios del profesor / tutor, etc.
<b>EXPEDIENTE ACADÉMICO</b>	Consulta de calificaciones y de los principales indicadores académicos de interés personal. Los alumnos pueden controlar su progreso académico y las titulaciones que alcanza a lo largo de sus estudios.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 42 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
		25/09/2013	01/10/2013

Además de las pruebas de evaluación continua que se realizan a través de la plataforma, todos los alumnos tendrán que realizar un examen final con carácter presencial en uno de nuestros centros asociados.

### 5.3. Descripción detallada de los módulos, materias

1. BÁSICO	
<b>Créditos ECTS:</b>	Básicos: 84; Obligatorios: 12
<b>Carácter</b>	Mixta
<b>Unidad temporal:</b>	Cuatrimestral: 1Q: 26 ECTS, 2Q: 22ECTS, 3Q: 24 ECTS, 4Q: 12 ECTS, 5Q: 12 ECTS

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS			
Denominación de la asignatura	Cuatrimestre	ECTS	Carácter
Teoría de la Comunicación I	1	6	BÁSICA
Historia de la Comunicación Social I	3	6	BÁSICA
Opinión Pública	5	6	BÁSICA
Estructura de la Comunicación	2	6	BÁSICA
Sociología de la Comunicación	3	6	BÁSICA
Empresas de Comunicación y Modelos de Negocio	5	6	BÁSICA
Psicología de la Comunicación	3	6	BÁSICA

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 43 de 129	

Lengua Española	1	6	BÁSICA
Historia del mundo Siglo XX	1	6	BÁSICA
Historia de España Siglo XX	2	6	BÁSICA
Literatura Siglo XX	3	6	BÁSICA
Economía para Comunicadores	1	4	OBLIGATORIA
Inglés para Profesionales de la Comunicación I	1	4	OBLIGATORIA
Inglés para Profesionales de la Comunicación II	2	4	OBLIGATORIA
Movimientos Estéticos Contemporáneos	4	6	BÁSICA
Teoría de la Comunicación II	2	6	BÁSICA
Historia de la Comunicación Social II	4	6	BÁSICA

### CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

**Teoría de la Comunicación I y II.** La Teoría de la Comunicación y las Ciencias Sociales. Elementos de un sistema de comunicación. El proceso comunicativo. Funciones de la comunicación. Axiomas de la comunicación. Teorías y modelos de estudio de la comunicación. El paradigma de Lasswell. Lazarsfeld. Escuela de Frankfurt. Fattorello. La Semiótica. El análisis de mensajes. La aplicación de la teoría de la comunicación en el ámbito corporativo: redes sociales.

**Historia de la Comunicación Social I y II.** Análisis y catalogación de los diversos modelos de comunicación. Estudio diacrónico de la relación entre comunicación y sociedad. Evolución de los distintos medios de comunicación y sus mensajes. Modelos comunicativos anteriores a la imprenta. La revolución de la imprenta. Aparición y evolución de la prensa. El nacimiento del cine. Popularización de la radio y la televisión. Modelos históricos de propaganda. Internet y comunicación digital. Análisis de contenidos comunicativos.

**Opinión Pública.** Evolución del concepto de opinión pública. Concepto y valor de la opinión pública en la modernidad. Los elementos constitutivos de la opinión pública: actitudes, opiniones, creencias y representaciones sociales. Opinión pública y medios de comunicación.

El discurso público. Investigación de la opinión: encuestas y sondeos. Modelos de construcción y confiabilidad de los datos.

**Estructura de la Comunicación.** Sistema Internacional de Información. Distribución mundial de recursos. Unidireccionalidad/Bidireccionalidad de los flujos informativos. Concentración planetaria del poder de informar. Las grandes empresas transnacionales: AOL-Time Warner, Disney, Viacom, News Corporation y Bertelsmann. Las grandes agencias de noticias (AP, Reuters, AFP). Agencias internacionales intermedias (EFE, ANSA; DPA). Agencias regionales (CANA,PANA). Agencias Alternativas (Pool No Alienado, International Press Service). Los servicios de televisión ¿todo noticias?: el caso especial de la CNN. Euronews. Los servicios de noticias en Internet. El mercado internacional del cine: la Motion Picture Export of América y las majors de Hollywood. El mercado internacional de televisión. La concentración multimedia.

**Sociología de la Comunicación.** La sociedad de la comunicación. Globalización y comunicación. Organización social de la producción comunicativa. Efectos sociales de la comunicación. La Teoría de la influencia personal. Las teorías de los efectos. La psicología de los efectos. La teoría crítica. Los usos y gratificaciones de la comunicación colectiva. Poder, ideología e industria cultural.

**Empresas de Comunicación y Modelos de Negocio.** Tipología de empresas de comunicación. Productoras audiovisuales. Agencias publicitarias. Medios de comunicación. Consultoras en comunicación y relaciones públicas. Operaciones y procesos de producción comunicativa. Ordenamiento jurídico nacional y europeo sobre empresas de comunicación. Administración de empresas de comunicación. Planificación empresarial. Organización de la empresa de comunicación. Gestión empresarial. Dirección de medios. Estrategias empresariales en comunicación.

**Psicología de la Comunicación.** Elementos psicosociales de la comunicación. Comunicación verbal y no verbal. Comunicación y procesos psicosociales: procesos intrapersonales, interpersonales y grupales. Modelos de cambio de actitudes: limitaciones y ventajas. Elementos y modelos de la persuasión y estrategias persuasivas. Fundamentos psicosociales de la información. El rumor.

**Lengua Española.** Gramática, sintaxis, ortografía y fonética en los medios de comunicación. Pragmática. Morfología. Semiología y lingüística. Fonología, ortografía y ortología. Cohesión y coherencia textual. Registros del lenguaje en medios impresos, audiovisuales y digitales. Errores más comunes en los medios.

**Historia del Mundo Siglo XX.** Evolución histórica del mundo contemporáneo en el siglo XX. Influencia de los acontecimientos históricos en la configuración de la sociedad actual. Primera Guerra Mundial. La Revolución Rusa. La Gran Depresión. Nazismo y Fascismo. Segunda Guerra Mundial. La Guerra Fría. Descolonización y movimiento de países no alineados.

**Historia de España Siglo XX.** Evolución histórica de España durante el siglo XX. Influencia de los acontecimientos históricos en la configuración de la sociedad española actual. El reinado

de Alfonso XIII. La Dictadura de Primo de Rivera. La Segunda República. La Guerra Civil. Triunfo y asentamiento del Franquismo. Estabilización, desarrollo y democracia orgánica. La transición a la democracia. Los gobiernos socialistas. La etapa de Aznar.

**Literatura Siglo XX.** Movimientos literarios contemporáneos y su influencia en los medios de comunicación. Modernismo. Generación del 27. las vanguardias: Dadaísmo, ultraísmo y futurismo. Realismo social. El nuevo periodismo. Realismo mágico.

**Movimientos Estéticos Contemporáneos:** se tratarán dos grandes bloques genéricos: las vanguardias históricas, que corresponde al período de 1906-1945 y el arte contemporáneo, que corresponde al período de 1945 a la actualidad.

**Dentro de las vanguardia histórica abarcamos:** la destrucción de los sistemas tradiciones de representación (el Cubismo), irracionistas y rebeldes (Futurismo), la negación del concepto (Dadaísmo), racionalismo y vanguardia arquitectónicas, arquitectura y escultura de entreguerras, el retorno al orden (Realismos) y por último, la Revolución Surrealista.

En el segundo bloque, el arte contemporáneo, abarcaremos: nuevos centros, nuevas actitudes (arquitectura 1940-1969), la pérdida de la figuración: artes plásticas (años 40 y 50), nuevas valoraciones de la imagen (artes plásticas años 60), entre la acción y la idea (década de los 70) y por último, entre la acción y la idea (década de los 80).

**Economía para Comunicadores.** Conceptos de microeconomía y macroeconomía aplicada a la comunicación. La teoría del consumidor. Tipos de bienes. La función de utilidad. Las curvas de indiferencia. La curva de la demanda. La teoría del productor. Estructuras de mercado: monopolio, oligopolio, el modelo de competencia perfecta, competencia monopolística. Modelos macroeconómicos. Mercantilismo. Fisiocracia. Liberalismo clásico. Neoclasicismo. Marxismo. Economía keynesiana.

**Inglés para Profesionales de la Comunicación I.** Conceptos teóricos ligados a la comunicación en lengua inglesa. Gramática, sintaxis, ortografía y fonética en los medios de comunicación anglosajones.

**Inglés para Profesionales de la Comunicación II.** Conceptos prácticos ligados al ejercicio profesional de la comunicación. Fórmulas básicas de expresión en medios de comunicación anglosajones.

### COMPETENCIAS DE LA MATERIA

Básicas	Generales	Específicas	Transversales
---	1.2.5.9	CP12.CP16.CP23.CP24 .CA25.CA26.CA27.CA2	---

		8.CA29.CA30.CA32.CA 33.CA34.CA35.	
--	--	--------------------------------------	--

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% PRESENCIAL
Estudio de material básico	1152	
Lectura de material complementario	720	
Trabajo práctico individual	265	
Realización de test y exámenes	164	35
Sesiones presenciales virtuales	96	
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	240	
Tutorías individuales y grupales	243	

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN	
	MIN	MAX
Participación en foros y otros medios participativos	0	10
Elaboración de trabajos grupales	0	10
Elaboración de trabajos individuales	0	10
Lecturas complementarias	0	10
Prueba de evaluación final	0	60


2. CONTENIDOS	
<b>Créditos ECTS:</b>	84
<b>Carácter</b>	Según asignaturas
<b>Unidad temporal:</b>	Cuatrimstral: 2Q: 4, 3Q: 4, 4Q: 8, 5Q: 8, 6Q: 12, 8Q: 8

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS			
Denominación de la asignatura	Cuatrimstre	ECTS	Carácter

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 47 de 129	



Derecho de la Comunicación	4	4	OBLIGATORIA
Métodos y Formas de la Comunicación Persuasiva	5	4	OBLIGATORIA
Redacción Periodística I: Géneros informativos	2	4	OBLIGATORIA
Redacción Periodística II: Géneros interpretativos	3	4	OBLIGATORIA
Guión Audiovisual Básico	5	4	OBLIGATORIA
Programación Radiofónica y Televisiva	8	4	OBLIGATORIA
Producción Audiovisual	6	4	OBLIGATORIA
Diseño y Edición	4	4	OBLIGATORIA
Creatividad Publicitaria Básica	6	4	OBLIGATORIA
Gestión y Edición de Contenidos Digitales	6	4	OBLIGATORIA
Documentación y Gestión de Fuentes de Información	8	4	OBLIGATORIA
Guión Audiovisual Cinematográfico de Ficción: películas	---	6	OP. Mención en Entretenimiento
Guión Audiovisual Televisivo: series y telefilmes	---	6	OP. Mención en Entretenimiento
Creatividad Publicitaria Avanzada	---	6	OP. Mención en Persuasión
Diseño, Producción y Organización de Eventos	---	6	OP. Mención en Entretenimiento
Locución Radiofónica y Televisiva	---	4	OP. Mención en Información

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

Técnicas de Negociación	---	4	OP. Mención en Persuasión
Formatos Audiovisuales de Ficción	---	4	OP. Mención en Entretenimiento
Formatos Audiovisuales de no Ficción	---	4	OP. Mención en Entretenimiento

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS
<p><b>Derecho de la Comunicación.</b> Normativa sobre la producción de mensajes en el sistema comunicativo. El derecho a la información y sus límites. Regulación de la actuación publicitaria y promocional. Derecho de Internet y comunicaciones electrónicas. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico. La protección de datos personales.</p> <p><b>Métodos y Formas de la Comunicación Persuasiva.</b> Definición y conceptos de persuasión. Tipos de comunicación persuasiva. Elementos de la persuasión. La persuasión en la retórica clásica: Ethos, Pathos y Logos. Persuasión y cambio de actitud. Teorías psicológicas sobre la persuasión: teoría de la atribución, teoría de la disonancia, reactancia psicológica, la teoría de la inoculación, teorías de proceso dual de la persuasión. Estrategias persuasivas. Fundamentos psicosociales de la publicidad. Persuasión publicitaria.</p> <p><b>Redacción Periodística I: géneros informativos.</b> Concepto de noticia. Narrativa de los géneros periodísticos informativos. La titulación. La entradilla; el cuerpo de la noticia y la composición hipertextual. Géneros informativos en radio y televisión. Información en medios digitales</p> <p><b>Redacción Periodística II: géneros interpretativos.</b> El reportaje interpretativo, la entrevista de personalidad y la crónica. El análisis. El editorial. La crítica. El artículo. El ensayo. El reportaje radiofónico y televisivo. Opinión. Interpretación en prensa, medios audiovisuales y medios digitales.</p> <p><b>Guión Audiovisual Básico.</b> Introducción a la gramática audiovisual. Elementos y principios narrativos básicos. Tipos de guión: guión televisivo, guión cinematográfico, guión radiofónico. La escaleta o pauta. Estructuras de guión técnico y literario. El Storyboard. Diálogos, estrategias y acciones dramáticas. Creación de personajes. Técnicas elementales de creatividad. Análisis crítico de guiones.</p>

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 49 de 129	(Incluida la modificación)

**Guión Audiovisual Cinematográfico de Ficción: películas .** Elementos y principios narrativos avanzados aplicados a la cinematografía de ficción. El desarrollo de la idea. Elaboración de personajes. Redacción de diálogos. El guión literario cinematográfico. Elementos visuales del guión: *visual literacy*. Análisis de casos prácticos.

**Guión Audiovisual Televisivo: series y telefilmes.** Elementos y principios narrativos avanzados aplicados a la ficción televisiva. Características propias de los géneros televisivos de ficción. La *biblia*. El episodio piloto. Guión dramático de televisión. Análisis de casos prácticos

**Producción Audiovisual Básica.** La industria audiovisual. Evolución. Sectores empresariales. Sistema económico. La industria del cine en España. De la idea a la presentación del proyecto. Fases de elaboración del guión. Viabilidad de los proyectos. Objetivos y estructura de la presentación de proyectos. Modos de producción y financiación de proyectos audiovisuales. La fase de preproducción. El desglose del guión. El plan de trabajo. El rodaje. La fase de finalización. Contrataciones y seguros. Comercialización del producto audiovisual. Organización y gestión de proyectos audiovisuales. Producción de programas de televisión.

**Programación Radiofónica y Televisiva. Estrategias de localización teniendo en cuenta la ubicación de los programas en la parrilla: Stunting, blocking, lead-in, hammock, tent poling, bridging...** Estrategias de formato según el contenido de los programas: **Special, long form, Clipping, Plaza fuerte, autarquía, loss leader...** Estrategias de caracteres atendiendo a los conductores o protagonistas de series: **Crossover, spin-off, golpe bajo, cambio de canal. Estrategias para situar la publicidad.**

**Diseño y Edición.** Principios de diseño y configuración en soportes impresos y sitios web. Leyes básicas de la percepción visual. Nociones generales de composición: el equilibrio, el peso y la dirección. Niveles de iconicidad. Composición: la retícula. Composición bidimensional o tridimensional. Tipografía. Interfaces.

**Creatividad Publicitaria Básica.** Concepto de creatividad. La creatividad como habilidad innata o como práctica adquirida. El proceso de creación. Técnicas creativas para la generación de ideas. Creatividad publicitaria

**Creatividad Publicitaria Avanzada.** Estrategias y tácticas avanzadas para la creatividad. Elementos de una campaña publicitaria. Aplicación de la creatividad en diferentes medios. Diseño de una campaña publicitaria.

**Gestión y Edición de Contenidos Digitales.** Creación y gestión de contenidos: sitios web, weblogs, videojuegos, telefonía móvil y otros formatos. Herramientas de gestión. Aspectos legales, técnicos y fiscales del contenido digital. Organización y representación. Estructuración de contenidos con XML. Sistemas de indexación y recuperación de la

información. Visualización, usabilidad y accesibilidad. Sistemas de gestión de contenidos digitales. Elaboración y gestión de proyectos.

**Documentación y Gestión de Fuentes de Información.** Concepto, evolución y funciones de la documentación informativa . **Formatos y soportes de información tradicionales. Los medios de comunicación digitales como fuentes de información. Las principales hemerotecas digitales. Los archivos sonoros en línea. Los archivos de vídeo. Los medios multimedia como fuente de información global y universal. Internet como fuente de información útil.** Directorios, buscadores, multibuscadores y metabuscadores . **Los blogs como recursos de información.** El fenómeno de la Wikipedia. Potencial y límites de la gestión “democrática” del conocimiento. El proceso documental. Fases y técnicas. **Cómo crear un catálogo de recursos.** La sindicación de contenidos. Fuentes RSS y agregadores. Técnicas de monitorización de referencias. Fiabilidad y veracidad.

**Diseño, Producción y Organización de Eventos.** Técnicas de producción de eventos. Protocolo y técnicas de organización de actos. Escenografía e infraestructura. Introducción al mercado de los eventos: tipos de empresa. Tipos de eventos y su contenido. Proceso de producción de eventos: *briefing*, planificación temporal, desarrollo del proyecto, guión técnico, escaleta, ensayo, directo y evaluación. Producción gráfica. Comunicación y marketing aplicados a la producción de eventos. Gestión presupuestaria, financiación y comercialización del evento.

**Locución Radiofónica y Televisiva.** Producción de la voz. Teoría acústica de la voz. Principios de ortofonía. El uso expresivo de la voz. La comunicación de estados de ánimo. Técnicas generales de locución: entonación, acento y ritmo. Locución e improvisación en géneros radiofónicos y televisivos. Técnicas de lectura. Ejercicios de respiración. Ejercicios de vocalización. Ejercicios de labialización. Ejercicios de articulación.

**Técnicas de Negociación.** Nociones genéricas de conflicto y negociación. Estilos y tipos de negociación. La preparación de la negociación. Estrategias de negociación. El lenguaje y las emociones en el curso de una negociación. Asertividad. Fases de la negociación. La preparación y el desarrollo de la negociación. Acuerdos, compromisos y seguimiento de los resultados.

**Formatos Audiovisuales de Ficción.** Concepto y tipología de los formatos cinematográficos de ficción. Clasificación de los géneros televisivos a partir de los géneros cinematográficos. La hibridación de los hipergéneros. El radioteatro. La ficción en Internet.

**Formatos Audiovisuales de no Ficción.** Breve historia del género documental. Técnicas del documental. Documental y No- Ficción en el ámbito audiovisual español e internacional. Modalidades de infoshow: talk shows, reality shows, late night shows...Otros formatos de

no ficción: informativos, docudramas, recreaciones, el reality-show... Géneros mixtos: el falso documental.

### OBSERVACIONES

La distribución de horas en las actividades formativas está calculada sobre las asignaturas obligatorias, es decir 11 asignaturas de 4 ECTS son 1320 horas. Las horas que el alumno va a dedicar a las asignaturas optativas depende de las asignaturas que escoja. Para saber la distribución real de horas, es necesario conocer el porcentaje de horas que el alumno dedicará a cada una de las actividades:

Actividades formativas	% Dedicación
Estudio de material básico	36.96
Lectura de material complementario	25
Trabajo práctico individual	10.9
Realización de test y exámenes	5.8
Sesiones presenciales virtuales	3.74
Trabajo colaborativo (foro, chats...)	8.86
Tutorías individuales y grupales	8.74
Total	100

### COMPETENCIAS DE LA MATERIA

Básicas	Generales	Específicas	Transversales
---	1.2.3.6.7.8.9.10	CP: 11.12.13.14.15.16.17. 18.21.23.24 CA: 25.31.32.33.34	---

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

### HORAS

### % PRESENCIAL

Estudio de material básico	488	0
Lectura de material complementario	330	0
Trabajo práctico individual	144	0
Realización de test y exámenes	76,3	30
Sesiones presenciales virtuales	49,4	0
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	117	0
Tutorías individuales y grupales	115	0

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación en foros y otros medios participativos	0	5
Elaboración de trabajos grupales	0	15
Elaboración de trabajos individuales	0	15
Lecturas complementarias	0	5
Prueba de evaluación final	0	60

### 3. TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA COMUNICACIÓN

<b>Créditos ECTS:</b>	20
<b>Carácter</b>	Según asignaturas
<b>Unidad temporal:</b>	Cuatrimestral: 2Q: 4, 7Q: 4, 8Q: 4

#### DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Denominación de la asignatura	Cuatrimestre	ECTS	Carácter
-------------------------------	--------------	------	----------

Tecnología de la Información y de la Comunicación	2	4	OBLIGATORIA
Realización Audiovisual Aplicada	7	4	OBLIGATORIA
Edición y Posproducción Básicas	8	4	OBLIGATORIA
Información Gráfica: fotoperiodismo e infografía	---	4	OP. Mención en Información

### CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

Resulta común a todas estas materias la utilización de recursos on line diseñados específicamente para la docencia de estas disciplinas. Destacan especialmente dos. Primero, el aula virtual: posibilita la presentación detenida de los elementos tecnológicos implicados en cada proceso Tic. Permite además que los estudiantes expongan sus dificultades en tiempo real al profesor. Segundo, en el Area de materiales y recursos didácticos, estarán a disposición de los estudiantes todo tipo de materiales de audio y audiovisuales para la realización de sus prácticas en las materias de este módulo.

**Tecnología de la Información y de la Comunicación.** Definición de las TIC y su empleo y potencialidades en el ámbito de la comunicación. Aplicación de las nuevas tecnologías en el campo profesional de la comunicación. Sistemas operativos. Conceptos básicos de redes. Mantenimiento de un sitio web. Presentaciones digitales. Hojas de cálculo. Bases de datos. Autoedición.

**Realización Audiovisual Aplicada.** Elaboración del plan de trabajo. Elementos técnicos involucrados en el proceso de creación audiovisual. Técnicas de grabación y manejo de cámaras. Iluminación. Fotografía. Sistemas y equipos de vídeo. Sistemas y equipos de sonido. El rodaje y la grabación. Teoría del montaje. Sonorización.

**Edición y Posproducción Básicas.** Introducción a la edición y la posproducción. Teoría expresiva del montaje. Herramientas de software profesionales de edición y postproducción de vídeo digital, autoría y composición, tanto para cine como para televisión, así como otros medios y soportes multimedia: Adobe Premiere, Final Cut y Avid Xpress. Técnicas de posproducción de audio. Grabación, edición, procesado, mezclas y masterización.

**Información Gráfica:** fotoperiodismo e infografía. La fotografía informativa. Historia del fotoperiodismo. La función informativa de los gráficos. Herramientas de diseño gráfico. Dibujo e ilustración vectorial: Adobe Illustator. Laboratorio digital y postproducción fotográfica: Adobe Photoshop. Herramientas de maquetación: Adobe InDesign.

### OBSERVACIONES

La distribución de horas en las actividades formativas está calculada sobre las asignaturas obligatorias, es decir 3 asignaturas de 4 ECTS hacen un total de 360 horas. El alumno dedicará las restantes 120 horas sólo en caso de cursar la asignatura optativa de 4 ECTS. La distribución de horas correspondientes a esta asignatura queda del siguiente modo:

Actividades formativas	Horas
Estudio de material básico	42
Lectura de material complementario	30
Trabajo práctico individual	14.4
Realización de test y exámenes	6.96
Sesiones presenciales virtuales	4.8
Trabajo colaborativo	11.04
Tutorías individuales y grupales	10.8
Total	120

### COMPETENCIAS DE LA MATERIA

Básicas	Generales	Específicas	Transversales
---	2.3.6.7.8.10	CP: 11.12.13.15.23.24 CA: 25.34.35	---

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

### HORAS

### % PRESENCIAL



Estudio de material básico	126	0
Lectura de material complementario	90	0
Trabajo práctico individual	43.2	0
Realización de test y exámenes	20.8	30
Sesiones presenciales virtuales	14.4	0
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	33.2	0
Tutorías individuales y grupales	32.4	0


SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación en foros y otros medios participativos	0	5
Elaboración de trabajos grupales	0	15
Elaboración de trabajos individuales	0	15
Lecturas complementarias	0	5
Prueba de evaluación final	0	60

#### 4. ANÁLISIS DE LA RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN

<b>Créditos ECTS:</b>	12
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Unidad temporal:</b>	Cuatrimestral: 7Q: 8 ECTS, 8Q: 4ECTS

#### DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Denominación de la asignatura	Cuatrimestre	ECTS	Carácter
Investigación de Audiencias	7	4	OBLIGATORIA

 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

Análisis de Contenidos de la Comunicación	7	4	OBLIGATORIA
Ética y Deontología de la Comunicación	8	4	OBLIGATORIA

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS
<p><b>Investigación de Audiencias.</b> El proceso de recepción de los medios. Noción y tipología de las audiencias. Técnicas para la medición de audiencias. El consumo televisivo. El consumo de prensa. El consumo de radio. El uso de Internet. La afluencia al cine. La efectividad publicitaria.</p> <p><b>Análisis de Contenidos de la Comunicación.</b> Identificación y análisis de recursos, elementos, métodos y procedimientos empleados en la construcción de contenidos comunicativos en diferentes soportes y géneros. Técnicas de análisis. Diseño de investigación en Análisis de Contenido. Pauta para informe final de investigación. Análisis fáctico. Análisis ideológico. Falacias e información tendenciosa.</p> <p><b>Ética y Deontología de la Comunicación.</b> Conceptos básicos de ética aplicados a la Comunicación. Veracidad, objetividad e imparcialidad de la información. Responsabilidad social del comunicador. Ética de la publicidad y autocontrol publicitario. Construcción del imaginario social. Las cualidades éticas del comunicador. Dilemas específicos de la comunicación social. Libertad de expresión, intimidad y honor.</p>

COMPETENCIAS DE LA MATERIA			
Básicas	Generales	Específicas	Transversales
---	1.4	CP: 12.23.24 CA: 25.27.31.34.35	---

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% PRESENCIAL
Estudio de material básico	144	0
Lectura de material complementario	90	0
Trabajo práctico individual	33	0
Realización de test y exámenes	21	29

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 57 de 129	

Sesiones presenciales virtuales	12	0
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	30	0
Tutorías individuales y grupales	30	0

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación en foros y otros medios participativos	0	10
Elaboración de trabajos grupales	0	10
Elaboración de trabajos individuales	0	10
Lecturas complementarias	0	10
Prueba de evaluación final	0	60

### 5. COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA

<b>Créditos ECTS:</b>	88
<b>Carácter</b>	Según asignaturas
<b>Unidad temporal:</b>	Cuatrimestral: 1Q: 4ECTS, 3Q: 4ECTS, 4Q: 8 ECTS, 5Q: 8 ECTS, 6Q: 8 ECTS, 7Q: 4ECTS

### DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Denominación de la asignatura	Cuatrimestre	ECTS	Carácter
Historia y Teoría de la imagen	1	4	OBLIGATORIA
Comunicación en Medios Impresos	3	4	OBLIGATORIA
Comunicación Radiofónica	4	4	OBLIGATORIA
Comunicación en Medios Digitales	5	4	OBLIGATORIA

Comunicación Televisiva	6	4	OBLIGATORIA
Comunicación en las Organizaciones	5	4	OBLIGATORIA
Comunicación Corporativa e Institucional	6	4	OBLIGATORIA
Fundamentos de Marketing	4	4	OBLIGATORIA
Fundamentos y Estrategias de la Publicidad y las Relaciones Públicas	7	4	OBLIGATORIA
Gabinetes de Comunicación	---	4	OP. Mención en Persuasión
Investigación y Planificación de Medios y Soportes Publicitarios	---	6	OP. Mención en Persuasión
Pitching: Comercialización del Producto Audiovisual	---	6	OP. Mención en Entretenimiento
Estrategia y Creatividad en Publicidad Sectorial	---	6	OP. Mención en Persuasión
Marketing Social y Político	---	6	OP. Mención en Persuasión
Información Internacional	---	6	OP. Mención en Información
Información Nacional y Política	---	6	OP. Mención en Información
Información Económica	---	6	OP. Mención en Información
Información Deportiva	---	6	OP. Mención en Información

### CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

**Historia y Teoría de la Imagen.** Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual. Relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales. El tiempo y el espacio en el lenguaje audiovisual. Los conceptos de campo y aire: el encuadre. El plano, la secuencia, la toma y la escena. Tipos de plano. Angulación de la cámara. Composición y peso visual de la imagen. Herramientas narrativas. Introducción al montaje: ritmo interno y ritmo externo. Raccord. Aplicación del lenguaje audiovisual a los diferentes géneros.

**Comunicación en Medios Impresos.** Técnicas y procedimientos de elaboración de contenidos informativos en diarios y prensa periódica. Modalidades de publicidad en medios impresos. La imagen en la prensa escrita.

**Comunicación Radiofónica.** Técnicas y procedimientos de elaboración de contenidos en radio. La radio generalista. La radio local. Radiofórmula y otras especializaciones. Principios de redacción y realización en radio. Géneros informativos y de entretenimiento. El jingle y otros soportes publicitarios.

**Comunicación en Medios Digitales.** Técnicas y procedimientos de elaboración de contenidos en diarios on-line y otros medios digitales. Formatos y protocolos de transmisión de contenidos audiovisuales: download, streaming y P2P. Formatos contenedores de audio y video. Codecs de audio y video. Soluciones cloud computing y soluciones servidor para alojamiento de contenidos audiovisuales. Análisis, evolución y tendencias en los medios digitales. Desarrollo de los medios digitales. Convergencia de redacciones. Redacciones multimedia. Conceptos en la gestión de contenidos. Estrategias de estructuración de contenidos. El periodista en Internet. Nuevos medios, nuevos periodistas. Publicación en Internet. La información 'on line'. Funcionamiento de los webmedios. Redacciones 24x7. Organización de la información: el texto en pantalla; integración multimedia.

**Comunicación Televisiva.** Técnicas y procedimientos de elaboración de contenidos en televisión. Géneros informativos y de entretenimiento en televisión. La televisión generalista. La televisión local. Principios de redacción y realización televisiva. El spot televisivo y otros soportes promocionales en televisión.

**Comunicación en las Organizaciones.** Concepto de organización. El papel de la comunicación en las organizaciones. La intranet, el marketing interno y el periódico de empresa. Comunicación interpersonal condicionada por la organización. Estrategias de comunicación interna. El rumor y la comunicación informal. Actitudes y estereotipos sociales en la comunicación.

**Comunicación Corporativa e Institucional.** La imagen corporativa. Planificación estratégica de la imagen corporativa. El plan de comunicación. Identidad visual corporativa. Relaciones con los medios de comunicación y con el público. Comunicación de crisis. Internet en la estrategia de comunicación. Modelos de comunicación en Internet.

**Fundamentos de Marketing. Concepto de Marketing.** Definición y delimitación del mercado relevante. El análisis del mercado de compra de los consumidores. Segmentación del mercado. Investigación de mercados. Fidelización. Usabilidad web en Marketing. Decisiones sobre productos. Decisiones sobre distribución. Decisiones sobre precios. Decisiones sobre comunicación. Organización y dirección de Marketing. Marketing analítico. Marketing estratégico. Marketing operativo.

**Fundamentos y Estrategias de la Publicidad y las Relaciones Públicas.** Principios de publicidad. Objetivos y principios de la publicidad. Tipos de publicidad. Objetivos de la publicidad. Captación de datos y creación: Briefing y brainstorm. La agencia de publicidad: organización y tipología. Reclamo publicitario. Soportes publicitarios: prensa, cine, Internet, televisión, radio, publicidad exterior. Publicidad no convencional Reputación corporativa. Gestión de prensa. Historia y situación actual de las Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas en España. Modelos de estrategias de Relaciones Públicas.

**Gabinetes de Comunicación.** El gabinete en el proceso comunicativo. Funciones del gabinete de comunicación. Comunicación Interna: actuaciones y estrategias. Evaluación de resultados de la comunicación interna. Comunicación externa: relación con los medios de comunicación. Mediación entre medios y organismo. Definición de la estrategia de prensa. Gestión de crisis. Niveles de crisis. Estrategias comunicativas ante una crisis. Gabinetes de prensa virtuales: elementos de comunicación en web.

**Investigación y Planificación de Medios y Soportes Multimedia.** Ventajas e inconvenientes de los diferentes soportes para el anunciante. Pasos para la elaboración del plan de medios. Objetivo de medios. Estrategia de medios. Análisis y segmentación de consumidores en mercados online. Investigación de productos. Mercados y Competencia. Herramientas y tecnologías de análisis para la Web Corporativa. Google Analytics. Omniture. Nielsen. Plan de Medios Online. Medición de Resultados. Selección de medios. Campaña de banners. Formatos y limitaciones. Valoración económica. El retorno de la inversión (ROI) de campañas publicitarias. Cumplimiento de objetivos cuantitativos y cualitativos.

**Pitching: comercialización del producto audiovisual.** El proceso de comercialización y márketing de un proyecto audiovisual. Presentación de proyectos a cadenas o productoras. Marketing audiovisual básico e investigación de mercado. Públicos objetivos y búsqueda de nichos de mercado.

**Estrategia y Creatividad en Publicidad Sectorial.** El sector healthcare. Los productos funcionales. Sector de los productos infantiles. El sector del automóvil. Productos con limitaciones legales: alcohol, tabaco. El sector turístico. Otros sectores.

**Marketing Social y Político.** El marketing no empresarial: concepto, características y elementos constitutivos. El marketing de instituciones sin ánimo de lucro. El marketing público. El márketing social: definición, características y tipología. Marketing social y marketing con causa. La investigación en el marketing social. Elementos del marketing social: el producto

social, el precio y los costes de adopción, la venta y distribución de productos sociales,. El plan de marketing social

**Información Internacional.** Sección de Internacional y dificultades para la elaboración de la información internacional. Medios especializados en información internacional. Características del periodista internacional. Diferentes funciones y preparación. Periodista de mesa, enviado especial, enviado especial a conflictos armados, corresponsal permanente. Las fuentes como herramienta fundamental. Conocimiento y manejo de fuentes. Criterios del hecho noticiable. Cómo una noticia internacional se convierte en actualidad. Agenda periodística internacional. Previsión de lo noticiable. Conocimiento de la actualidad y sus precedentes. Análisis de los actores principales y secundarios. Periodismo preventivo: una herramienta para la paz desde la información internacional. Análisis de una línea de actualidad. Antecedentes, desarrollo, situación actual y posición

**Información Nacional y Política.** La información política y nacional en la Era de la Globalización. Nacional en periódicos de ámbito nacional: ABC, El Mundo, El País, Público y La Razón. La información nacional en la prensa autonómica de referencia dominante: La Vanguardia, El Periódico de Catalunya, La Voz de Galicia, El Correo Español. Fuentes y géneros para la información nacional. La crónica política y parlamentaria. La información electoral.

**Información Económica.** Fuentes básicas de información económica: administración, organismos nacionales e internacionales, empresas públicas y privadas. Fuentes profesionales para informar de economía: gabinetes de prensa y agencias de comunicación externa. Economía en periódicos de ámbito nacional: ABC, El Mundo, El País, Público y La Razón. Economía en revistas especializadas: Actualidad Económica, Dinero, Tiempo. Economía en periódicos de referencia autonómica : El Correo Español, La Vanguardia, El Periódico, La Voz de Galicia. Prensa económica de referencia dominante: Expansión, La Gaceta de los Negocios, Cinco Días. La información económica en radio y televisión. Economía nacional. Empresas: electricidad y gas, construcción, motor, alimentación u distribución, turismo. Finanzas: bancos, cajas y seguros, productos financieros. Telecomunicaciones. Trabajo y laboral. Ecología empresarial.

**Información Deportiva. Historia y evolución.** Desde la aparición del periodismo deportivo hasta su consolidación. Panorama del periodismo deportivo en España. El lenguaje específico. Expresividad, tópicos y posibilidades creativas. Géneros y formatos característicos. Información y opinión. Actores en el periodismo deportivo. El uso de las fuentes. Documentación. La agenda del periodista. La redacción de deportes. Organización del trabajo y cobertura de eventos. Especialización en el periodismo deportivo. Oferta y demanda: Intereses de los medios, patrocinadores y receptores. Ética y responsabilidad social.

## OBSERVACIONES

La distribución de horas en las actividades formativas está calculada sobre las asignaturas obligatorias, es decir 9 asignaturas de 4 ECTS son 1080 horas. Las horas que el alumno va a dedicar a las asignaturas optativas depende de las asignaturas que escoja. Para saber la distribución de horas, es necesario conocer el porcentaje de horas que el alumno dedicará a cada una de las actividades:

Actividades Formativas	% Dedicación
Estudio de material básico	40
Lectura del materia complementario	25
Trabajo práctico individual	9.20
Realización de test y exámenes	5.8
Sesiones presenciales virtuales	3.33
Trabajo colaborativo	8.33
Tutorías individuales y grupales	8.34
Total	100

COMPETENCIAS DE LA MATERIA			
Básicas	Generales	Específicas	Transversales
---	1.2.3.6.7.8.10	CP: 12.16.17.18.19.20.21. 22.23.24 CA: 25.27.34.35	---

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% PRESENCIAL
Estudio de material básico	432	0
Lectura de material complementario	270	0
Trabajo práctico individual	99,3	0
Realización de test y exámenes	62,7	30



Sesiones presenciales virtuales	36	0
Trabajo colaborativo (foros, chats...)	90	0
Tutorías individuales y grupales	90	0


SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación en foros y otros medios participativos	0	10
Elaboración de trabajos grupales	0	10
Elaboración de trabajos individuales	0	10
Lecturas complementarias	0	10
Prueba de evaluación final	0	60

### 6. PRÁCTICAS Y TFG

<b>Créditos ECTS:</b>	24
<b>Carácter</b>	Según Asignaturas
<b>Unidad temporal:</b>	Anual

### DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Denominación de la asignatura	Cuatrimestre	ECTS	Carácter
Trabajo de Fin de Grado	Anual (7 y 8)	12	TFG
Practicum I	Anual (7 y 8)	6	OP. Mención en Información.  OP. Mención en Entretenimiento.  OP. Mención en Persuasión.


 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

Practicum II	Anual (7 y 8)	6	OP. Mención en Información.  OP. Mención en Entretenimiento.  OP. Mención en Persuasión.
--------------	---------------	---	---

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS
<p><b>Trabajo Fin de Grado:</b> Con empleo de las técnicas de carácter formal en la exposición de la materia sobre la que versa. Capacidad de análisis y de exposición oral de los resultados obtenidos.</p> <p><b>Practicum I y II:</b> Aplicación en el ámbito práctico y profesional de las habilidades y conocimientos adquiridos por el estudiante hasta el momento. Ejercicios y prácticas en organizaciones externas a la UNIR.</p>

OBSERVACIONES														
<p>Las actividades formativas se refiere al TFG que es de caracter obligatorio, la dedicación del alumno a las actividades formativas previstas para las prácticas depende de su elección, por lo que presentamos la distrinución de horas en porcentajes:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">Actividades Formativas</th> <th style="width: 30%;">% Dedicación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sesiones presenciales virtuales</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td>Tutoría individual para las prácticas</td> <td style="text-align: center;">10</td> </tr> <tr> <td>Controles de seguimiento de <i>Practicum</i></td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td>Lecturas complementarias dirigidas</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td>Trabajo personal</td> <td style="text-align: center;">75</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Sistemas de evaluación</b></p> <p>La evaluación de los <b>Practicum</b> se basará en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe del Profesional tutor que ha dirigido en el despacho, empresa, institución, etc. el periodo de práctica del alumno.</li> </ul>	Actividades Formativas	% Dedicación	Sesiones presenciales virtuales	5	Tutoría individual para las prácticas	10	Controles de seguimiento de <i>Practicum</i>	5	Lecturas complementarias dirigidas	5	Trabajo personal	75	Total	100
Actividades Formativas	% Dedicación													
Sesiones presenciales virtuales	5													
Tutoría individual para las prácticas	10													
Controles de seguimiento de <i>Practicum</i>	5													
Lecturas complementarias dirigidas	5													
Trabajo personal	75													
Total	100													

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 65 de 129	

 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

- Informe final del alumno sobre la práctica realizada.
- Sobre esos dos informes el Profesor tutor califica la práctica


El **Trabajo fin de Grado** será objeto de seguimiento continuo por parte del Profesor Tutor, que será el que finalmente le otorgue el visto bueno final.

La evaluación final le corresponderá a una comisión integrada por tres profesores, al menos uno de ellos de una Universidad distinta a la UNIR.

COMPETENCIAS DE LA MATERIA			
Básicas	Generales	Específicas	Transversales
---	1.2.3.4.5.6.7.8.9.10	CP: 11.12.13.14.15.16.17. 18.19.20.21.22.23.24  CA: 25.26.27.28.29.30.31. 32.33.34.35	---

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% PRESENCIAL
Trabajo personal	270	0
Lecturas complementarias dirigidas	18	0
Sesiones presenciales virtuales	18	0
Tutoría individual para el TFG	36	0
Controles de seguimiento de TFG	18	0

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 66 de 129	

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
		25/09/2013	01/10/2013

## 6. PERSONAL ACADÉMICO


### 6.1. Profesorado para llevar a cabo el plan de estudios propuesto

La ratio de alumnos por profesor no será superior a 50. Por otro lado, al menos el 50 por 100 del total del profesorado deberá estar en posesión del título de doctor. Las categorías del profesorado de la Universidad Internacional de la Rioja son las que se recogen en la Memoria de la Universidad y que de forma resumida se relacionan a continuación:

- **PAX, Profesor Auxiliar:** Tendrá, preferentemente, dedicación completa, con una carga docente de 12 créditos y será un profesor en formación y con tareas de apoyo a la docencia.
- **PA, Profesor Asociado:** Tendrá dedicación parcial y capacidad docente de un máximo de 12 créditos LRU. Será el encargado de la preparación y desarrollo de una o varias asignaturas. Tienen el perfil definido por el vigente artículo 53 de la Ley 6/2001, de 21 de diciembre, Orgánica de Universidades, en la redacción dada al precepto por el artículo Único de la Ley 4/2007 (LOMLOU), de 12 de abril. Realiza su actividad docente con asignaturas de su especialidad. Puede tener tutorías a su cargo conforme a lo dispuesto en el 5º convenio colectivo de Universidades privadas.
- **PAD, Profesor Adjunto:** Tendrá una carga docente máxima de 24 créditos LRU. Puede tener también dedicación parcial. Tienen el perfil definido por el V Convenio Colectivo de Universidades Privadas: son los profesores doctores que desarrollan actividades docentes e investigadoras, asumiendo la enseñanza de una o varias de las asignaturas de los planes de estudio, así como la tutoría de grupos de estudiantes.
- **PAG, Profesor Agregado:** Tendrá una carga docente máxima de 24 créditos LRU y dedicación completa. Pueden dirigir departamentos. Colaboran en la elaboración de planes de estudio y asignaturas. También coordinará el trabajo de parte o de todos los profesores de su departamento. Tiene el perfil definido por el vigente artículo 53 de la Ley 6/2001, de 21 de diciembre, Orgánica de Universidades, en la redacción dada al precepto por el artículo Único de la Ley 4/2007, de 12 de abril (LOMLOU). Han obtenido la acreditación de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad (ANECA) o de otra Agencia de Calidad reconocida.

Como norma general los materiales necesarios para la puesta en marcha de cada materia los realizarán los profesores. Cabe la posibilidad, en algunos casos, de que profesores universitarios de reconocido prestigio, como docentes e investigadores, colaboren parcialmente en estas tareas. Desde luego, los materiales que se entreguen a los estudiantes no pretenden, más bien al contrario, cerrar la posibilidad de la consulta de la bibliografía que esté a su alcance o que se ponga a sus disposición on line por parte de la universidad (siempre con el acuerdo de los titulares de los derechos de las obras).

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 67 de 129	(Incluida la modificación)

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
	<b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	25/09/2013	01/10/2013

### **6.1.1. Acuerdos de colaboración con profesores de otras universidades e instituciones para la elaboración del material docente**

Aunque el profesorado encargado de elaborar el material docente estará compuesto principalmente por los mismos profesores que se encarguen de impartir las asignaturas (todos ellos doctores), se tiene prevista la colaboración de otros profesores que completarían estos materiales, todos ellos con más de 10 años de experiencia en la docencia universitaria, tanto pública como con la privada. Se ha llegado ya a unos preacuerdos con estos profesores, aunque –lógicamente- estén condicionados a la verificación o no del grado propuesto.

### **6.1.2. Proceso de selección del profesorado**

En la selección de profesorado se respetará lo dispuesto en las siguientes leyes:

- LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. BOE núm. 71 Viernes 23 marzo 2007.
- LEY 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. BOE núm. 289 Miércoles 3 diciembre 2003

Dentro de este marco general el procedimiento que se seguirá comportará la creación de una Comisión constituida en la Universidad Internacional de la Rioja, bajo la presidencia del Rector, y Compuesta por el Decano de la Facultad de Empresa y Comunicación. Por el Director de Recursos Humanos y por el Secretario General de la Universidad. Finalizados los trabajos de selección, el Rector remitirá la propuesta al Presidente del Consejo de Directivo de la Universidad, a efectos de formalizar los contratos laborales correspondientes.

En la formulación serán criterios determinantes los de:


- a) el mérito y capacidad de los candidatos en las respectivas asignaturas;
- b) la experiencia personal de los candidatos en la enseñanza a distancia.

### **6.1.3. Formación prevista para el profesorado**

La Universidad Internacional de la Rioja dispone de un programa de formación específica para el profesorado de la titulación. Ésta se realiza a través de las acciones siguientes:

- Perfeccionamiento continuado en el contenido de las respectivas asignaturas a través de la participación de los profesores en congresos, foros, jornadas, reuniones, cursos y seminarios especializados. Como complemento la Universidad Internacional de La Rioja tiene la previsión de celebrar convenios de colaboración y cooperación con otras universidades a través de los programas de movilidad virtual y presencial para su profesorado.
- Actualización permanente en las tecnologías de información y comunicación (TIC), con preferente atención a la plataforma de teleformación de la Universidad Internacional de

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 68 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1</p> <p><b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad</p> <p>25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección</p> <p>01/10/2013</p>
--	--	--	--

la Rioja. Esta formación, impartida por personal técnico especializado, pretende perfeccionar el conocimiento integral de las innovaciones que permitan el mejor desarrollo de la docencia virtual.

- Formación pedagógica de los profesores a través de un programa específico sobre estrategias de enseñanza – aprendizaje incluido necesariamente en el Plan General de Calidad que el Servicio de Calidad habrá de presentar anualmente.
- Formación específica de los tutores dinamizadores.

#### **6.1.4. Perfil del profesorado disponible y plan de dotación**

##### **PRIMER CURSO**

Actualmente son trece los perfiles dedicados a la impartición de las asignaturas de primer curso. Con este cuadro de profesores, se garantiza una atención adecuada a los 500 alumnos de nuevo ingreso. En este sentido, se ha ampliado la dedicación que estos profesores tienen al Grado, siempre en términos realistas, atendiendo a las circunstancias personales de cada perfil.

Además, y teniendo en cuenta que cinco de estos perfiles, tienen dedicación a otros cursos, se hace una previsión de dos nuevos perfiles. En resumen, UNIR dispondrá de doce profesores a tiempo completo y tres a tiempo parcial.

Los perfiles de estos profesores se describen a continuación.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 69 de 129	

Título	Experiencia docente, profesional e investigadora	Líneas de Investigación y realizaciones	Acreditado	Materias en los que imparte docencia	Curso	Dedicación al Grado
<b>JAVIER MATEOS</b> Doctor en periodismo	Más de 10 años de experiencia docente. <b>Universidad Complutense de Madrid</b> . Teoría de la Información. Historia del siglo XX. <b>Centro Universitario Villanueva</b> . Historia del Periodismo Español. Artículos JCR: 5 Artículos Scopus: 2 Congresos nacionales: 8 (2 en 2012; 1 en 2011; 2 en 2010; 1 en 2009; 1 en 2007 y 1 en 2006) Congresos internacionales: 4 (2 en 2013; 1 en 2009; 1 en 2008) Proyectos I+D+I: 3, como coinvestigador, ninguno como IP Libros monografías: 1 (2012) Libros manuales: 2 Como capítulo de libro.	Historia de la televisión. Estructura de la Comunicación	Sí	Historia del Mundo. Siglo XX Estructura de la Comunicación	1º	Tiempo completo
<b>GRACIELA PADILLA</b>	Entre 5 y 10 años de experiencia docente. <b>Universidad Complutense de Madrid</b> ). Asignaturas impartidas: Ética	Medios digitales	Si	Teoría de la Comunicación I y II Dirección de TFG	1º, 4º	Tiempo parcial (60%)

<p>Doctora en Ciencias de la Información</p>	<p>y Deontología profesional (segundo curso de grado en Periodismo y quinto curso de licenciatura en Publicidad y RR.PP.), Teoría de la Información (segundo curso de grado en Periodismo), Semiótica de la Comunicación (segundo curso de grado en Periodismo) y Análisis e Investigación en Comunicación (quinto curso de licenciatura en Periodismo). Cursos 2011/2012, 2012/2013 y 2013/2014. Universidad Camilo José Cela). Asignaturas impartidas: Organización y Gestión de la Empresa Informativa (cuarto curso de Licenciatura en Periodismo, 6 créditos) e Introducción a las Empresas de Comunicación (tercer curso de la Licenciatura en Publicidad y RR.PP., 7,5 créditos). Curso 2010/2011. Artículos JCR: 3 (Estudios sobre el mensaje periodístico, en 2012 y 2013). Artículos SCOPUS: 1 (Revista Latina de Comunicación Social, 2012).</p>					
--	---	--	--	--	--	--




	<p>Artículos ISI-WOK: 3 (Historia y Comunicación Social, en 2013 y 2014).          Congresos nacionales: 30 (2006-2013).          Congresos internacionales: 10 (2006-2013).          Proyectos I+D+i: 1 (2011-2015).          Libros monografías: 4          Libros manuales: 1</p>					
<p><b>BORJA ARJONA</b>          Doctor en          Comunicación          Audiovisual</p>	<p>Entre 3 y 5 años de experiencia docente.          Congresos nacionales: 5 (2011-2013).  <b>Centro Universitario Villanueva</b>,          Fotografía. Miembro del grupo de investigación SEJ-396: “Nuevas formas publicitarias y nueva economía”, Universidad de Málaga.          Miembro de la Junta directiva de la Asociación Cominteractiva (CIF: G92988161) e investigador en el Foro para la Calidad en los Protocolos de la Comunicación</p>	<p>Web TV          Nuevos medios digitales          Análisis fílmico</p>	<p>Sí</p>	<p>Hª y Tª de la imagen          Dirección TFG  <b>Optativas de 3º o 4º:</b>          Guión Audiovisual cinematográfico          Información gráfica          Formatos audiovisuales</p>	<p>1º, 3º, 4º</p>	<p>Tiempo completo</p>

	Publicitaria (CPCP), Universidad de Málaga. Proyecto de investigación: Desarrollo de un modelo de eficacia de la comunicación persuasiva del tercer sector en redes sociales. CS02009-11203.					
<b>MARIAN CHAPARRO</b> Doctora en Periodismo	<p>Entre 3 y 5 años de experiencia docente, Universidad Rey Juan Carlos, asignaturas impartidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Especialización Periodística.</li> <li>- Redacción Periodística II.</li> <li>- Periodismo de Análisis y Opinión.</li> <li>- Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información.</li> <li>- Análisis de Audiencias.</li> </ul> <p>Artículos en revistas indexadas, tanto en JCR como en SCOPUS: 3.          Comunicaciones en congresos nacionales: 2 (2009 y 2010).          Comunicaciones en congresos internacionales: 9 (2009, 2010, 2011, 2012 y 2013).</p>	Información y nuevas tecnologías	Sí	<p>TICS          Dirección TFG  <b>Optativas 3º o 4º:</b>          Gabinetes de Comunicación          Información especializada          Prácticum</p>	1º, 3º, 4º	Tiempo completo

	Proyectos i+D+i Participación en tres proyectos a tiempo parcial. Número de libros Monografías. Coautora de una monografía.					
<b>ENRIQUE GUDIN</b> Doctor en Historia	Entre 15 y 20 años de experiencia docente. Artículos en revistas In-RECS: 10.	Publicación de libros y cuentos	Si	Historia de España del siglo XX	1º	Tiempo completo
<b>TERESA SANTA MARÍA</b> Doctora en Filología	Entre 10 y 15 años de experiencia docente Monografías: Artículos en revistas JCR: 2 Congresos nacionales: 10 (2013-2003)	Historia de la lengua Wikis	No	Lengua Española	1º	Tiempo completo
<b>SIDONI LÓPEZ</b> Doctora en Filología inglesa	Entre 5 y 10 años de experiencia docente	Inglés. Literatura inglesa contemporánea	No	Inglés para profesionales de la Comunicación I Inglés para profesionales de la Comunicación II	1º	Tiempo Completo
<b>JORGE GARCÍA</b> Doctor en Comunicación	Más de 10 de años de experiencia docente. <b>Universidad del País Vasco.</b> Cursos de Doctorado. Tecnología de los medios Audiovisuales. <b>Escuela Universitaria de la Cámara de</b>	Consultor de Comunicación y Marketing	No	Economía para Comunicadores	1º	Tiempo completo

	<b>Comercio de Bilbao/UPV.</b> Fundamentos de Marketing. <b>UPV</b> Máster “Gestión de la Innovación y el Conocimiento” <a href="http://www.berrimaster.eu/es">www.berrimaster.eu/es</a> . Más de 20 años de experiencia profesional					
<b>IGNACIO REDONDO</b> Doctor en Periodismo	Entre 3 y 5 años de experiencia docente. <b>Universidad de Navarra.</b> Congresos internacionales: 4 (2012-2009) Congresos nacionales: 2 (2012-2009)	Efectos de los medios Semiótica	No	Teoría de la Comunicación I y II Psicología de la Comunicación Sociología de la Comunicación Dirección TFG	1º, 2º, 4º	Tiempo Completo
<b>BORJA GUTIERREZ</b> Licenciado en Periodismo	Entre 15 y 20 años de experiencia profesional en medios de comunicación. Entre 5 y 10 años de experiencia docente.	Periodismo en Internet	No	Redacción periodística I Comunicación en medios digitales Dirección TFG	1º, 3º, 4º	Tiempo completo
<b>JUAN MARTIN QUEVEDO</b>	Entre 3 y 5 años de experiencia docente. <b>Centro Universitario Villanueva.</b> Historia del Periodismo Español y Historia de Propaganda.	Medios Digitales	No	Estructura de la Comunicación	1º	Tiempo parcial (60%)

Licenciado en Ciencias de la Información	Artículos en revistas DICE: 1 Congresos nacionales: 5 (2013-2009) Congresos internacionales: 2 (2012-2010)					
<b>MARTA ALDA</b> Licenciada a en Filología inglesa	Congresos nacionales: 2 (2020-2013) Entre 5 y 10 años de experiencia docente	Inglés. Literatura inglesa contemporánea	No	Inglés para profesionales de la Comunicación I Inglés para profesionales de la Comunicación II	1º	Tiempo Completo
<b>GEMA SÁNCHEZ DE LA NIETA</b> Licenciado en Periodismo	Más de 15 años de experiencia profesional en medios de comunicación. Entre 3 y 5 años de experiencia docente	Redactor en seminarios y diarios. Director de medio digital	No	Redacción periodística I Comunicación en medios impresos	1º, 2º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 5 y 10 años de experiencia docente.	Mujer y medios de comunicación Televisión y ficción audiovisual	No	Teoría de la Comunicación I y II Empresas de Comunicación y modelo de negocio	1º	Tiempo parcial (60%)
<b>PREVISIÓN</b> Licenciado en Comunicación Audiovisual	Entre 3 y 5 años de experiencia docente.	Nuevos medios digitales	No	Hª y Tª de la imagen Diseño y edición <b>Optativas de 3º o 4º:</b>	1º, 2º, 3º, 4º	Tiempo completo

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p align="center"><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1</p> <p align="center"><b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad</p> <p>25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección</p> <p>01/10/2013</p>
--	--	--	--

				<p>Información gráfica</p> <p>Formatos audiovisuales</p>		
--	--	--	--	--	--	--

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 77 de 129	(Incluida la modificación)

## SEGUNDO CURSO

Actualmente son doce los perfiles dedicados a la impartición de las asignaturas de segundo curso, a lo que se suman dos perfiles descritos en primer curso. Con este cuadro de profesores, se garantiza una atención adecuada a los 500 alumnos de nuevo ingreso. En este sentido, se ha ampliado la dedicación que estos profesores tienen al Grado, siempre en términos realistas, atendiendo a las circunstancias personales de cada perfil.

Además, y teniendo en cuenta que siete de los doce profesores que se describen para segundo curso, tienen dedicación a otros cursos, se hace una previsión de cinco nuevos perfiles.

En resumen, UNIR dispondrá de diecinueve profesores: once a tiempo completo y seis a tiempo parcial, además de los dos que ya impartían en primer curso.

Los perfiles de los profesores que se incorporan este curso académico se describen a continuación.


Título	Experiencia docente, profesional e investigadora	Líneas de Investigación y realizaciones	Acreditado	Materias en los que imparte docencia	Curso	Dedicación al Grado
<b>FRANCISCO SEGADO</b> Doctor en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia docente. <b>Universidad Complutense de Madrid.</b> Historia social del cine. Historia del cine informativo español. Historia de la comunicación social.  Artículos JCR: 2 Inrecs, Dice, Latindex: 4 Comunicaciones en congresos nacionales: 2 (2010 y 2012) Comunicaciones en congresos internacionales: 8 (2009-2013) Número de Proyectos I+D+i: 3 Libros Monografías: 2 libros coautoría y 8 capítulos en libros Libros Manuales: 5 (Elaboración Material Campus Unir)	Historia de la Comunicación Social. Comunicación digital	Sí	Historia de la Comunicación Social I y II Comunicación en Medios Digitales. Dirección TFG	2º, 3º, 4º	Tiempo completo
<b>ERIKA FERNÁNDEZ</b> Doctor en Comunicación Audiovisual.	Entre 3 y 5 años de experiencia docente. Artículos JCR-Scopus: 2	Televisión y redes sociales Nuevas formas publicitarias	Sí	Diseño y Edición Creatividad Publicitaria Básica	2º, 3º, 4º	Tiempo completo



Licenciado en Publicidad	Congresos nacionales: 5 (2010-2013) Participación proyectos I+D: 1			Programación radiofónica y televisiva Dirección TFG		
<b>MARIANO VIVANCOS</b> Doctor en Derecho	Entre 5 y 10 años de experiencia profesional y docente. Monografías como coordinador: 3 Capítulos en obras colectivas: 12 Artículos indexados: 10 Recensiones indexadas: 37 Comunicaciones congresos nacionales: 7 (1997, 1997, 1999, 1999, 2005, 2009, 2013). Comunicaciones congresos internacionales: 3 (2008, 2010 y 2011) Proyectos de I+D+I: 4 (1997; 2004; 2004 y 2005).	Ética Derecho de la Comunicación	Si	Derecho a la Comunicación	2º	Tiempo parcial (30%)
<b>JUANA MARÍA GONZÁLEZ</b> Doctora en Filología	Más de 10 años de experiencia docente. Comunicaciones en congresos nacionales: 1 (2009).	Literatura española. Siglo de Plata	Sí	Literatura del siglo XX	2º	Tiempo completo

	<p>Comunicaciones en congresos internacionales: 3 (2013, 2007 y 2005)</p> <p>Proyectos i+D+i: 2</p> <p>Libros Monografías: 1</p>					
<p><b>INMACULADA BERLANGA</b></p> <p>Doctora en Comunicación Audiovisual y en Filología Clásica</p>	<p>Entre 15 y 20 años de experiencia docente. Desde el año 1998 ha pertenecido sin solución de continuidad a grupos PAIDI de la junta de Andalucía y desde 2011 a un proyecto I+D prestigioso con una gran carga formativa (seminarios, congresos) y extensa producción científica. Durante 18 años, profesora en la enseñanza media oficial (12 cursos), en la enseñanza media no reglada (17 meses), en la enseñanza universitaria oficial (6 cursos en centros que han nacido en Bolonia, y asignaturas sueltas en programas de máster). Pertenece al Grupo Comunicar.</p>	<p>Retórica y redes sociales</p> <p>Educomunicación</p> <p>Comunicación corporativa</p>	Sí	<p>Sociología de la Comunicación</p> <p>Métodos y Formas de la Comunicación Persuasiva</p> <p>Dirección TFG</p> <p><b>Optativa 3º o 4º:</b></p> <p>Prácticum</p>	2º, 3º, 4º	Tiempo Completo

	Artículos en revistas indexadas: 13, de esas 3 JCR (2 más en proceso de revisión) Comunicaciones en congresos nacionales: 1 (2003)					
<b>MARTA DÍAZ</b> Doctora en Historia del Arte	Menos de 5 de años de experiencia docente.	Historia del arte español contemporáneo	Sí	Movimientos estéticos contemporáneos	2º	Tiempo parcial (30%)
<b>MARÍA GÁLMEZ</b> Doctora en Publicidad y Marketing	<b>Más de 20 años de experiencia profesional.</b> Centro Universitario Villanueva. <b>Marketing aplicada a la Publicidad y Marketing aplicado al Periodismo. ESIC Business and Marketing Scholl</b> , Marketing Relacional Directo. Entre 5 y 10 años de experiencia docente. Artículos en revistas indexadas JCR – SCOPUS: 4 (2011 y 2012) Comunicaciones en congresos internacionales: 4. (2011, 2012 y 2013)	Creatividad publicitaria Medios online	No	Fundamentos de marketing <b>Optativas 3º o 4º</b> Creatividad publicitaria Avanzada. Estrategia y creatividad en publicidad sectorial	2º, 3º, 4º	Tiempo completo

 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
	<b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	25/09/2013	01/10/2013


	Libros Monografías: 1 (aprobado por editorial pendiente de publicación) y un capítulo de un libro. 2013, 2014) libros Manuales: 2 (2013)					
<b>FERNANDA SANTANA</b> Doctora en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia docente y profesional. Desde agosto de 2000 hasta marzo de 2005 trabajó en la Universidad SEK de Segovia, actual IE University, donde desempeñó tareas de gestión universitaria y docencia. Fue de la Facultad de Ciencias de la Información desde agosto de 2000 hasta septiembre de 2002. Ocupó el cargo de Directora del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales desde octubre de 2002 a septiembre de 2004. Comunicaciones en congresos nacionales: 2 (2004 y 2005) Libro. Autora única: 1 (2000)	Redactora. Imagen mediática de la mujer e igualdad	No	Redacción periodística II Dirección de TFGs	2º, 4º	Tiempo parcial (30%)

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 83 de 129	

<p><b>PEDRO SÁNCHEZ</b>          Doctor en Derecho</p>	<p>Entre 3 y 5 años de experiencia docente.</p>	<p>Ética          Derecho de la Comunicación</p>	<p>No</p>	<p>Derecho a la Comunicación</p>	<p>2º</p>	<p>Tiempo parcial (30%)</p>
<p><b>JESÚS DÍAZ</b>          Doctor en Periodismo</p>	<p>Entre 5 y 10 años de experiencia profesional y docente. <b>Universidad Complutense de Madrid.</b> Ética y Deontología Periodística, Ética y Deontología de la Imagen y Ética de la Publicidad. <b>Instituto Superior de Ciencias Morales de la Universidad Pontificia Comillas.</b> “Ética de los medios de comunicación social”.          Artículos en revistas indexadas (SCOPUS): 2 no están publicados, pero las dos tienen la carta de aceptación del editor.          Comunicaciones en congresos nacionales: 3 (2002, 2012, 2013)          Comunicaciones en congresos internacionales: 4 (2001, 2002, 2004, 2013)          Proyectos i+D+i: 3          Capítulos de libros y monografías: 4</p>	<p>Ética periodística          Medios digitales</p>	<p>No</p>	<p>Comunicación Radiofónica          Ética y deontología de la comunicación          Dirección TFG  <b>Optativa 3º o 4º:</b>          Locución radiofónica y presentación televisiva</p>	<p>2º, 3º, 4º</p>	<p>Tiempo completo</p>

	Manuales: 2, materiales docentes de asignaturas de UNIR.					
<b>FRANCISCO GARCÍA</b> Doctor en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia profesional.	Radio y eventos	No	Comunicación radiofónica	2º	Tiempo parcial (60%)
<b>ADORACIÓN MERINO</b> Doctora en Periodismo	20 años de experiencia profesional en medios de comunicación. <b>Centro Universitario Villanueva.</b> Cultura de las Organizaciones. Profesora del Instituto Superior de Teología de las Islas Canarias, con sede en Tenerife, con la asignatura "Humanismo y Tecnologías de la Información". Entre 3 y 5 años de experiencia docente. Artículo en Latindex: 2 Comunicación congreso internacional: 2 (2008 y 2010) Capítulo de libro Monografía: 1 Proyecto i+D+i: 1 Libros, única autora: 2 (2010 y 2012)	Medios digitales. Grupos de Comunicación	No	Comunicación en medios impresos. Comunicación corporativa Dirección TFG	2º, 3º, 4º	Tiempo completo

<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Comunicación Audiovisual	Entre 5 y 10 años de experiencia docente.	Medios audiovisuales	Si	Diseño y Edición Comunicación televisiva <b>Optativa 3º o 4º:</b> Formatos audiovisuales de Ficción y de no ficción Prácticum	2º, 3º, 4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia docente y profesional	-	No	Psicología de la Comunicación Fundamentos de Marketing	2º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 3 y 5 años de experiencia docente.	Historia de la televisión Videojuegos	No	Hª de la Comunicación Social I y II Métodos y formas de la comunicación persuasiva	2º, 3º, 4º	Tiempo parcial (60%)
<b>PREVISIÓN</b> Licenciada en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia profesional. Al menos 5 años de experiencia docente.	Redactora.	No	Redacción periodística II Literatura Universal Siglo XX	2º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Licenciado en Publicidad	Entre 3 y 5 años de experiencia docente.	Nuevas formas publicitarias	No	Creatividad Publicitaria Básica <b>Optativos 3º o 4º</b>	2º, 3º	Tiempo completo

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p align="center"><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1</p> <p align="center"><b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad</p> <p>25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección</p> <p>01/10/2013</p>
--	--	--	--

				<p>Investigación y Planificación de Medios y Soportes Publicitarias</p>		
--	--	--	--	---	--	--

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 87 de 129	



### **TERCER CURSO**

Para garantizar una atención adecuada a los 500 alumnos de nuevo ingreso se ha ampliado el claustro de profesorado para este Grado.

En resumen, UNIR dispondrá de quince profesores: ocho profesores dedicados a tiempo completo y siete a tiempo parcial. En total suman 11,6 dedicaciones completas.

Los perfiles de los profesores que se incorporan este curso académico se describen a continuación.

Título	Experiencia docente, profesional e investigadora	Líneas de Investigación y realizaciones	Acreditado	Materias en los que imparte docencia	Curso	Dedicación al Grado
<b>NURIA PRADILLA</b> Doctora en Comunicación Audiovisual	Entre 5 y 10 años de experiencia docente Más de 10 años de experiencia profesional	Producción audiovisual Narrativa	Sí	Producción audiovisual Guión audiovisual básico	3º	Tiempo parcial (60%)
<b>MARIO GARCÍA</b> Doctor en Ciencias Políticas	Entre 3 y 5 años de experiencia docente y profesional. Comunicaciones en congresos nacionales: 7 (2010, 2009, 2008 y 2007) Comunicaciones en congresos internacionales. 7 (2013, 2012, 2011, 2009, 2008) Proyectos i+D+i: 3 (y 4 proyectos no I+D+i) Libros Monografías: 2 Libros Manuales: 5 capítulos de libro.	Gabinetes de comunicación política	No	Opinión Pública Dirección TFG <b>Optativa 3º 0 4º:</b> Técnicas de negociación	3º, 4º	Tiempo parcial (60%)
<b>JOSÉ MANUEL CARCASES</b> Doctor en Periodismo	Más de 20 años de experiencia profesional. Más de 5 años de experiencia docente	Gabinetes de prensa	No	Comunicación en las organizaciones	3º	Tiempo parcial (30%)

	Monografías: 2					
<b>JOSÉ CERVERA</b> Licenciado en Biología	Más de 15 años de experiencia docente, profesional en periodismo digital. <b>Universidad Rey Juan Carlos</b> , Planificación de Medios on line, Periodismo electrónico,	Medios digitales	No	Comunicación en Medios Digitales Comunicación Corporativa e Institucional	3º	Tiempo completo
<b>MANUEL GÓMEZ</b> Licenciado en Historia	5 años de experiencia docente Más de 15 años de experiencia profesional en la rama audiovisual:	Televisión Guión Cine Experto en documental	No	Guión Audiovisual Básico <b>Optativa 3º 0 4º:</b> Guión Audiovisual Televisivo de ficción Guión Audiovisual cinematográfico de ficción	3º, 4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctora en Marketing	Entre 5 y 10 años de experiencia docente Más de 10 años de experiencia profesional	Modelos de negocio on line	Si	Empresas comunicación y modelos de negocio. <b>Optativa 3º 0 4º:</b> Prácticum	3º, 4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Comunicación Audiovisual	Entre 3 y 5 años de experiencia docente.	Formatos audiovisuales	No	Comunicación audiovisual Dirección de TFG	3º, 4º	Tiempo completo

<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Ciencias Políticas	Entre 5 y 10 años de experiencia docente y profesional	-	No	Opinión Pública <b>Optativa 3º 0 4º:</b> Marketing Social y Político	3º	Tiempo parcial (60%)
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 5 y 10 años de experiencia docente.	Medios Digitales	No	Diseño y Edición	3º	Tiempo parcial (60%)
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Ciencias de la Información	Experiencia profesional de 15 a 20 años. Experiencia docente de 5 a 10 años.	Gabinetes de comunicación	No	Comunicación en las organizaciones Comunicación Corporativa e Institucional Dirección TFG	3º, 4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Licenciado en Comunicación Audiovisual	Entre 5 y 10 años de experiencia docente y profesional	Medios audiovisuales	No	Gestión y Edición de contenidos visuales Comunicación televisiva	3º, 4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Comunicación Audiovisual	Entre 5 y 10 años de experiencia docente.	Medios audiovisuales	Si	Comunicación en Medios Digitales <b>Optativa 3º 0 4º:</b>	3º	Tiempo parcial (60%)

				Formatos audiovisuales de Ficción y de no ficción Prácticum		
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia docente y profesional	-	Sí	Director TFG	3º	Tiempo parcial (30%)
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 3 y 5 años de experiencia docente.	Historia de la televisión Videojuegos	Sí	Director TFG	3º Optativas	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Licenciada en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia profesional. Al menos 5 años de experiencia docente.	Redactora.	sí	Director TFG	3º Optativas	Tiempo completo

## **CUARTO CURSO**

Para garantizar una atención adecuada a los 500 alumnos de nuevo ingreso se ha ampliado el claustro de profesorado para este Grado.

En resumen, UNIR dispondrá de siete profesores dedicados a tiempo completo y nueve a tiempo parcial. En total suman 11,9 dedicaciones completas.

Los perfiles de los profesores que se incorporan este curso académico se describen a continuación.

Título	Experiencia docente, profesional e investigadora	Líneas de Investigación y realizaciones	Acreditado	Materias en los que imparte docencia	Curso	Dedicación al Grado
<p><b>ALICIA TAPIA</b> Doctora en Documentación</p>	<p>Entre 15 y 20 años de experiencia profesional en medios de comunicación (televisión) y docente. Profesora de Técnicas de Búsqueda y Uso de la Información) en el Doble Grado de Informática y Administración de Empresas de la Escuela Politécnica Superior, Universidad Carlos III. Profesora Asociado de Documentación Informativa en la Licenciatura de Periodismo, Universidad Francisco de Vitoria. Profesora Asociado de Documentación Informativa en la Licenciatura de Comunicación Audiovisual, Universidad Francisco de Vitoria. Profesora Asociado de Documentación Informativa en la</p>	<p>Redactora en TV Documentalista</p>	<p>Sí</p>	<p>Documentación y gestión de fuentes de comunicación</p>	<p>4º</p>	<p>Tiempo parcial (30%)</p>


	<p>Licenciatura de Publicidad, Universidad Francisco de Vitoria. Profesora Asociado de Documentación en la Licenciatura de Periodismo, Universidad Francisco de Vitoria. Profesora Asociado de Documentación en la Licenciatura de Comunicación Audiovisual, Universidad Francisco de Vitoria.</p> <p>Artículos con CRITERIOS LATINDEX CUMPLIDOS: 7</p> <p>Dos capítulos en libro (2008, 2003)</p> <p>Investigador Principal de un proyecto financiado por la Universidad Francisco de Vitoria (2004-2005)</p>					
<p><b>LARISSA LÓPEZ</b>          Doctora en Periodismo</p>	<p>Entre 5 y 10 años de experiencia docente, investigadora y profesional</p> <p>Congresos nacionales: 5 (2009-2012)</p>	<p>Investigación Digital</p> <p>Marketing on line</p>	<p>Si</p>	<p>Investigación de audiencias.</p> <p>Fundamentos y Estrategias de la Publicidad</p> <p>Dirección de TFG</p>	<p>4º</p>	<p>Tiempo completo</p>



<p><b>RAFAEL REPISO</b>          Doctor en Documentación</p>	<p>Entre 3 y 5 años de experiencia docente.          Artículos: 6 en JCR y 6 en SCOPUS.          Comunicaciones en congresos nacionales (2013, 2012, 2011)          Comunicaciones en congresos internacionales: 9 (2013, 2012, 2011, 2010)          Proyectos i+D+i: 2 (uno de ellos como técnico de investigación y otro como investigador asociado)</p>	<p>Bibliometría          Comunicación y evaluación de la comunicación científica</p>	<p>Sí</p>	<p>Análisis de contenidos de la comunicación          Dirección TFG  <b>Optativa 3º 0 4º:</b>          Practicum</p>	<p>4º</p>	<p>Tiempo parcial (60%)</p>
<p><b>CONCHITA ALBERT</b>          Licenciado en Periodismo</p>	<p>Entre 3 y 5 años de experiencia docente y entre 5 y 10 años de experiencia profesional</p>	<p>-</p>	<p>No</p>	<p><b>Optativa 3º 0 4º:</b>          Diseño, Producción y Organización de eventos</p>	<p>4º</p>	<p>Tiempo parcial (60%)</p>
<p><b>SIMONE DEL GROSSO</b>          Doctor en Comunicación Audiovisual</p>	<p>Entre 5 y 10 años de experiencia docente          Congresos internacionales: 2</p>	<p>Realizador de documentales</p>	<p>No</p>	<p>Realización audiovisual aplicada          Edición y postproducción básicos</p>	<p>4º</p>	<p>Tiempo parcial (60%)</p>
<p><b>JAVIER HERRERA</b></p>	<p>Entre 3 y 5 años de experiencia docente.</p>	<p>-</p>	<p>No</p>	<p>Edición y postproducción básicos</p>	<p>4º</p>	<p>Tiempo parcial (60%)</p>

Licenciado en Periodismo	Entre 5 y 10 años de experiencia profesional					
<b>PREVISIÓN</b> Doctora en Ciencias de la Información	Entre 5 y 10 años de experiencia docente, investigadora y profesional	Medios on line	Si	Dirección de TFG <b>Optativa 3º 0 4º:</b> Pitching: comercialización del producto Información económica Información Deportiva	4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 3 y 5 años de experiencia profesional, docente.	Ética periodística Medios digitales	No	Ética y deontología de la comunicación Dirección TFG	2º, 3º, 4º	Tiempo parcial (40%)
<b>PREVISIÓN</b> Licenciada en Periodismo	Entre 5 y 10 años de experiencia profesional	Publicidad	No	Investigación de audiencias. Fundamentos y Estrategias de la Publicidad	4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Licenciado en Documentación	Entre 3 y 5 años de experiencia profesional y docente	-	No	Documentación y gestión de fuentes de comunicación Análisis de Contenidos de la Comunicación	4º	Tiempo completo

<b>PREVISIÓN</b> Licenciado en Documentación	Entre 15 y 20 años de experiencia profesional.	Documentales	No	Documentación y gestión de fuentes de comunicación <b>Optativa 3º 0 4º:</b> Prácticum	4º	Tiempo parcial (60%)
<b>PREVISIÓN</b> Licenciada en Periodismo	Entre 3 y 5 años de experiencia docente y entre 5 y 10 años de experiencia profesional	-	No	<b>Optativa 3º 0 4º:</b> Información Nacional y Política Información Internacional	4º	Tiempo parcial (60%)
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Comunicación Audiovisual	Entre 5 y 10 años de experiencia docente.	Medios audiovisuales	Si	<b>Optativa 3º 0 4º:</b> Practicum Director TFG	4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia docente y profesional	Community manager	sí	Optativas Director TFG	4º	Tiempo completo
<b>PREVISIÓN</b> Doctor en Periodismo	Entre 3 y 5 años de experiencia docente.	Historia de la televisión Videojuegos	No	Optativas Director TFG	4º	Tiempo parcial (60%)

 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
	<b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	25/09/2013	01/10/2013

<b>PREVISIÓN</b> Licenciada en Periodismo	Entre 10 y 15 años de experiencia profesional. Al menos 5 años de experiencia docente.	Redactora.	No	Redacción periodística II Literatura Universal Siglo XX	2º	Tiempo completo
---	---	------------	----	---	----	-----------------

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 99 de 129	(Incluida la modificación)

## 6.2. Otros recursos humanos

Este personal conforma los departamentos transversales de la universidad, que prestan apoyo logístico, organizativo y administrativo al servicio de la actividad docente. En función de la experiencia y titulación, se vincula contractualmente a la universidad en las categorías que vienen definidas en el V Convenio de Universidades Privadas. La mayor parte del personal tiene una dedicación a tiempo completo.

En su mayoría es personal titulado, no docente, con una formación específica tal y como se detalla en la tabla a continuación, que relaciona el perfil de este personal con los diferentes departamentos y servicios de la Universidad.

AREAS	DEPARTAMENTO	APOYO A TITULACIONES	PERFILES
ADMISIONES	DEPARTAMENTO ADMISIONES	Información sobre las diferentes titulaciones	FPII o superior y experiencia en atención y asesoramiento a clientes, prioritariamente telefónico. Conocimientos amplios del Sistema educativo español y Bolonia.
		Orientación a futuros alumnos	FPII o superior y experiencia en atención y asesoramiento a clientes, prioritariamente telefónico. Conocimientos amplios del Sistema educativo español y Bolonia.
SECRETARÍA ACADÉMICA	SECRETARÍA ACADÉMICA	Matriculación de estudiantes	Administrativos con titulación media o superior
		Servicio de Becas	Administrativos con titulación media o superior
		Servicio de Archivo	Administrativos con titulación media o superior
		Servicio de expedición de títulos y certificados	Administrativos con titulación media o superior
	DEPARTAMENTO DE RECONOCIMIENTO Y	Servicio de reconocimiento y	Administrativo con titulación media o superior

Rev.: 03092014

Página 100 de 129

Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)

	TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS	transferencia de créditos	
<b>SERVICIO ATENCIÓN AL ESTUDIANTE</b>	DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN EN INTERNET	Servicio de tutorías	100 tutores, 8 coordinadores y 1 supervisor, todos titulados superiores, algunos con DEA o CAP, e incluso doctores.
		Servicio de orientación académica DOA	3 titulados superiores relacionados con la pedagogía.
		Servicio de consultas y peticiones	1 administrativos y 1 coordinador.
		Servicio de soporte técnico	9 titulados superiores de perfil informático-tecnológico
	OFICINA DEL DEFENSOR UNIVERSITARIO	Oficina del defensor universitario	3 titulados superiores con experiencia en atención a alumnos.
	LIBRERÍA UNIR	Servicio de librería	2 auxiliares administrativos
<b>LOGÍSTICA</b>		Envíos a estudiantes	3 oficiales de segunda, 1 oficial de primera y 2 titulados superiores.
		Organización de eventos académicos: exámenes y actos de defensa	Titulación media o superior con dotes de organización y relación social.
<b>INFORMÁTICA</b>	DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA	Desarrollo y mantenimiento de aplicaciones informática	Desarrolladores de aplicaciones, administradores de red, de sistemas, de aplicaciones, técnicos informáticos de mantenimiento y jefes de proyecto.
		Mantenimiento de sistemas e	Desarrolladores de aplicaciones,

		infraestructuras técnicas	administradores de red, de sistemas, de aplicaciones, técnicos informáticos de mantenimiento y jefes de proyecto.
<b>MÁRketing Y EXPANSIÓN ACADÉMICA</b>	DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN, MÁRketing Y TELEMÁRketing	Producción audiovisual, producción web	Titulación media o superior con capacidad social y relación con el ámbito de la comunicación.
		Plan de comunicación	Titulación media o superior con capacidad social y relación con el ámbito de la comunicación.
		Plan de desarrollo de negocio	Titulación media o superior con capacidad social y relación con el ámbito de la comunicación.
<b>PRÁCTICAS</b>	DEPARTAMENTO DE PRÁCTICAS	Asignación de centros de prácticas a estudiante	Administrativos con titulación media o superior y experiencia en centros educativos.
		Seguimiento de los estudiantes	Administrativos con titulación media o superior y experiencia en centros educativos.
<b>RECURSOS DOCENTES Y DIDÁCTICOS</b>	DEPARTAMENTO DE RECURSOS DOCENTES Y DIDÁCTICOS	Actualización de contenidos	Titulados medios o superiores en periodismo, derecho,..., con conocimientos informáticos de edición. Se valora conocimiento en idiomas.
		Diseño y desarrollo de los materiales y recursos docentes para su aplicación on-line	Titulados medios o superiores en periodismo, derecho,..., con conocimientos informáticos de edición. Se

			valora conocimiento en idiomas.
	BIBLIOTECA	Actualización y mantenimiento de fondos de librería y biblioteca	Titulados medios o superiores en periodismo, derecho,..., con conocimientos informáticos de edición. Se valora conocimiento en idiomas.
FINANZAS	DEPARTAMENTO DE FINANZAS	Elaboración y control de presupuestos de cada titulación.	Equipo de 22 profesionales con diversos perfiles de conocimientos y experiencia en administración, gestión financiero-contable y fiscalidad.
		Contabilidad.	
		Auditoría y control del gasto.	
		Gestión y cumplimiento de obligaciones fiscales y legales	
RRHH	DEPARTAMENTO DE RRHH	Selección de docentes	14 profesionales organizados en equipos de Selección, Administración de RRHH, Formación y Desarrollo y Comunicación interna.
		Gestión administrativa de contratos y pago de nóminas y seguros sociales	
		Formación y desarrollo del equipo académico	
		Gestión de la comunicación interna entre el equipo docente y de soporte	
SERVICIOS GENERALES y AREA LEGAL	DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES	Limpieza y mantenimiento	40 profesionales distribuidos en las diferentes oficinas en varios turnos.
		Recepción y atención telefónica	




		Prevención de Riesgos Laborales	
		Servicio de asesoramiento legal	
<b>COMPRAS</b>	DEPARTAMENTO DE COMPRAS	Gestión de pedidos de material, servicios, etc., del área docente. Selección de proveedores y negociación de condiciones. Control del gasto y auditoría de los procesos de compra.	5 profesionales con formación financiera y experiencia en gestión de proyectos y plataformas de compras.
<b>CALIDAD</b>	DEPARTAMENTO CALIDAD	Gestión interna de la calidad	Titulados superiores. Se valorará conocimientos en leyes y normativa y conocimientos en Sistemas Integrados de Gestión. Al menos uno de ellos debe tener conocimientos en Auditorías Externas e Internas o ser auditor.
<b>ORDENACIÓN DOCENTE</b>	DEPARTAMENTO DE ORDENACIÓN DOCENTE		Titulados medios o superiores.
<b>RECTORADO</b>	RECTORADO		
<b>VICERRECTORADO INVESTIGACIÓN</b>	VICERRECTORADO INVESTIGACIÓN		

### Tutores personales

La UNIR aplica un Plan de Acción Tutorial, que consiste en el acompañamiento y seguimiento del alumnado a lo largo del proceso educativo. Con ello se pretende lograr los siguientes objetivos:

- Favorecer la educación integral de los alumnos.

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1</p> <p><b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad</p> <p>25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección</p> <p>01/10/2013</p>
--	--	--	--

- Potenciar una educación lo más personalizada posible y que tenga en cuenta las necesidades de cada alumno y recurrir a los apoyos o actividades adecuadas.
- Promover el esfuerzo individual y el trabajo en equipo.


Para llevar a cabo el plan de acción tutorial, UNIR cuenta con un grupo de tutores personales. **Es personal no docente** que tiene como función la guía y asesoramiento del estudiante durante el curso. Todos ellos están en posesión de títulos superiores en el ámbito de la pedagogía. Se trata de un sistema muy bien valorado por el alumnado, lo que se deduce de los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes.

A cada tutor personal se le asigna un grupo de alumnos para que realice su seguimiento. Para ello cuenta con la siguiente información:

- El acceso de cada usuario a los contenidos teóricos del curso además del tiempo de acceso.
- La utilización de las herramientas de comunicación del campus (chats, foros, grupos de discusión, etc.).
- Los resultados de los test y actividades enviadas a través del campus.

Estos datos le permiten conocer el nivel de asimilación de conocimientos y detectar las necesidades de cada estudiante para ofrecer la orientación adecuada.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 105 de 129	(Incluida la modificación)

 <b>UNIR</b> <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
		25/09/2013	01/10/2013

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

### 7.1. Justificación de la adecuación de los materiales y servicios disponibles

En el desarrollo de la actividad propia de la universidad siempre se dispone de la infraestructura necesaria para desarrollar sus actividades de enseñanza, investigación, extensión y gestión.

La infraestructura fundamental para el desarrollo del título es el campus virtual, que se ha descrito en el criterio cinco desde un punto de vista académico, abarcando en este criterio los aspectos técnicos.

Además, para el desarrollo de las funciones de UNIR, se dispone de:

- Rectorado.
- Secretaría General.
- Recepción e información.
- Una biblioteca.
- Un salón de actos para 100 personas.
- Cinco salas de reuniones.
- Tres aulas de trabajo.
- Tres aulas polivalentes.
- Dos aulas totalmente informatizadas de 50 m<sup>2</sup> cada una, con la incorporación de 50 equipos informáticos de última generación.
- Dos salas de sistemas, para albergar los sistemas informáticos y tecnológicos.
- Siete salas de impartición de sesiones presenciales virtuales.
- Un aula-plató con los recursos necesarios para grabar las sesiones magistrales.

### 7.2. Instituciones colaboradoras para la realización de prácticas externas

En el plan de estudios, se contemplan las prácticas externas como asignatura optativa. La universidad dispone de convenios específicos de prácticas con las siguientes empresas o instituciones. Se adjuntan tres convenios al final de este criterio.

CENTRO DE PRÁCTICAS	CCAA
A2 SECURE TECNOLOGIAS INFORMATICAS	BARCELONA
ABF AVANZARE CONSTRUCCION Y OBRA CIVIL SL	LA RIOJA
ACADEMIA FUERO 11	LEON
AFAD ASOCIACION DE FAMILIARES Y AMIGOS DEL DISCAPACITADO	CIUDAD REAL
AFCMD (ALLIED FORCE COMMAND MADRID)	MADRID
AGENCIA ARAGONESA DE NOTICIAS SL	ARAGÓN
ALoud MUSIC SL	BARCELONA
ANA ISABEL RODRIGUEZ MARTINEZ	LUGO
APOINTECH SL	SALAMANCA
ARCHELON, THE SEA TURTLE PROTECTION SOCIETY OF GREECE	GRECIA

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 106 de 129	

ASAPEN GIMNASIO YUMANA	COLOMBIA
ASOCIACION AUTISMO GRANADA	GRANADA
ASOCIACIÓN CENTRO TRAMA	MADRID
ASOCIACION COLOMBIANA DE PSICONEUROINMUNOENDOCRINOLOGIA ( ACPNIE)	COLOMBIA
ASOCIACIÓN DISGENIL	CORDOBA
ASOCIACION ESPAÑOLA CONTRA EL CANCER	ZARAGOZA
ASOCIACIÓN PERIFERIA	VALENCIA
ASOCIACION PROFESIONAL DE PERITOS INFORMÁTICOS (ASPEI)	BARCELONA
ASOCIACIÓN REXUDIR DE ACTIVIDADES SOCIALES	PONTEVEDRA
ASOCIACIÓN SALAMANCA ACOGE	SALAMANCA
ASPACE (ASOCIACIÓN GUIPUZCOANA DE AYUDA A LA PARÁLISIS CEREBRAL Y ALTERACIONES AFINES)	GUIPUZCOA
ASRURAL, ASOCIACION PARA LA PROMOCIÓN RURAL	COLOMBIA
ATEKA INICIATIVAS Y PROYECTOS SOCIALES SL	ALAVA
AURIGA GLOBAL INVESTORS SOCIEDAD DE VALORES SA	MADRID
AYUNTAMIENTO DE TORREVIEJA	ALICANTE
AYUTAMIENTO DE SOUTOMAIOR	PONTEVEDRA
BAKUVA	VIZCAYA
BASE NAVAL ARC SAN ANDRES	COLOMBIA
BIGOLES ABOGADOS SL	ASTURIAS
BODEGAS ALTANZA S.A.	LA RIOJA
BORJA J. PEREZ RUIZ	SEVILLA
BUFETE DEL LETRADO ANGEL VALLENILLA SERRANO	LA RIOJA
BUFETE INTERNACIONAL DE CONSULTORES Y GESTION	MADRID
CALZADOS NUEVO MILENIO SL	LA RIOJA
CANOSA ABOGADOS SL	BARCELONA
CARCELES ALEMAN DESPACHO DE ABOGADOS	MURCIA
CARITAS DIOCESANA DE ZAMORA- COMUNIDAD TERAPEUTICA PROYECTO HOMBRE	ZAMORA
CASAVERDE, CENTRO DE REHABILITACIÓN NEUROLÓGICA DE EXTREMADURA	BADAJOS
CCOO INDUSTRIA	MADRID
CEAPSA-CINTECO	MADRID
CEIGNE LOS ALAMITOS	PERU
CENTRO DE LOGOPEDIA Y PSICOLOGÍA ARRIGORRIAGA	VIZCAYA
CENTRO DE PSICOTERAPIA INTER-CD	CACERES
CENTRO HOSPITALARIO BENITO MENNI	VALLADOLID
CENTRO PALAVRA	CORDOBA
CENTRO PSICOPEDAGOGICO LEOLAB	ZARAGOZA
CGB INFORMÁTICA SL	SALAMANCA
CISCO SYSTEMS SPAIN SL	MADRID

COMUNICACIÓN CORPORATIVA	MADRID
CONCEIO DE SOUTOMAIOR	PONTEVEDRA
CONCOL PERU SAC	PERU
CONSORCIO BETA OIL	COLOMBIA
CONSULTORÍA HUECAR	CUENCA
COOLIDERES	COLOMBIA
CORPORACION ARTISTICA SALACALLE	COLOMBIA
CRACK MEDIA	MADRID
CRACK MEDIA SL	MADRD
DAIMON & ROLLIN	ISLAS CANARIAS
DEL RIEGO ABOGADOS	MADRID
DESPACHO JOSE DOMINGO MONFORTE	VALENCIA
DESPACHO JURIDICO EMILIO JOSE LOPEZ MARTIN	MALAGA
DESPACHO PROFESIONAL DE D. JAVIER CENCILLO LORENTE	VALENCIA
DIAZ Y GARROTE ABOGADOS	CASTILLA Y LEON
DISEÑOS WEB LTDA	COLOMBIA
DOMINGO ALVAREZ Y ALBA LOPEZ UTE	LA RIOJA
DORALRESIDENCIAS GESTIÓN SOCIOSANITARIA SL	PONTEVEDRA
DTS DISTRIBUIDORA DE TELEVISIÓN DIGITAL	MADRID
DTS.DISTRIBUIDORA DIGITAL	MADRID
E.I. CUCUTRAS (MADRID)	MADRID
ÉCIJA COMARCA TELECVISIÓN SL	SEVILLA
EDICIONES PALABRA SA	MADRID
EL PERIODICO DE CATALUNYA	CATALUÑA
EL ZAGUÁN	VALENCIA
EMPRESA MANTENIMIENTO M-30	MADRID
EMPRESA PÚBLICA ÉCIJA COMARCA TELEVISION SL	ANDALUCÍA
EOEP LOGROÑO OESTE	LA RIOJA
EQUINORTE	COLOMBIA
EQUEDIA XL SA.	MADRID
ERAIKI TALDEA, KOOP. ELIK TXIKIA	ALAVA
ERAL GRUP ESTRATEGIA & MANAGEMENT SL	CATALUÑA
EURO FUNDING ADVISORY GROUP,S.L.	MADRID
EUROPAPRESS	NACIONAL
EXCIN SA	VALENCIA
EXCMO AYUNTAMIENTO DE TOLEDO	TOLEDO
EXCMO. AYUNTAMIENTO DE VÉLEZ MÁLAGA	MALAGA
EXPOURENSE	GALICIA
FACULTAD DE INGENIERÍA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS	COLOMBIA
FARMACIA JOSE MARIA PAZ SANCHEZ	MADRID

FEAPS ARAGÓN	ZARAGOZA
FEDERICO JOLY Y CÍA S.A ( GRUPO JOLY)	ANDALUCÍA
FEDERICO JOLY Y CÍA SL	CADIZ
FUJITSU TECHNOLOGY SOLUTIONS SA	MADRID
FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE	MADRID
FUNDACION CENTRO DE SOLIDARIDAD DE LA RIOJA	LA RIOJA
FUNDACION DE FEIRAS E EXPOSICIONS DE OURENSE	OURENSE
FUNDACIÓN DFA	ZARAGOZA
FUNDACIÓN ENTRECULTURAS FE Y ALEGRIA	MADRID
FUNDACIÓN ESADE	BARCELONA
FUNDACIÓN INSTITUTO SPIRAL	ASTURIAS
FUNDACION REY ARDID	ZARAGOZA
FUNDACIÓN UNIVERSIA	MADRID
FUNDOSA LAVANDERÍAS INDUSTRIALES SA	MADRID
GASTRONOMÍA CANTABRICA SL	BIZKAIA
GESTIOMEDIA INFORMATICA	C. VALENCIANA
GESTIOMEDIA INFORMÁTICA SL	VALENCIA
GESTION JURIDICA VALDEMORO	MADRID
GESTOCKAL S.A.	MURCIA
GLOBEN SL	ALICANTE
GRUPO EUROPA PRESS	MADRID
HAY MAS	NAVARRA
HMV INGENIEROS LTDA	COLOMBIA
HOCOMA AG	SUIZA
ICMEDIANET	MADRID
IDEA MANAGEMENT CONSULTING S.L.	MADRID
INDUSTRIAS PROMAR SA	COLOMBIA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN MUNICIPAL DE CADIZ	ANDALUCIA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN MUNICIPAL DE CÁDIZ SA	CADIZ
INFORMATICA FORENSE SL	MADRID
INFOSALUD (FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN EN CIENCIAS DE LA SALUD)	SALAMANCA
INFOSTOCK SAU	BADAJOS
INMONOVA	CASTILLA Y LEÓN
INPA INSTITUTO DE NEUROPSICOLOGIA Y PSICOPEDAGOGÍA APLICADAS	MADRID
INSTITUCION DE EDUCACION SUPERIOR - ITFIP	COLOMBIA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTONIO NARIÑO	COLOMBIA
INSTITUCION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE COMFACAUCA - UNICOMFACAUCA	COLOMBIA
INSTITUT MUNICIPAL DE SERVEIS SOCIALS DE TARRAGONA	TARRAGONA
INSTITUTO CULTURA Y SOCIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA	NAVARRA
INSTITUTO PSICOLOGÍA PSICOPEDAGOGÍA Y LOGOPEDIA DIORE	ISLAS BALEARES

INTECO - INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIAS DE LA COMUNICACION	LEON
INTER EUROPA RIOJA	LA RIOJA
INTERECONOMIA CORPORACION SA	MADRID
JIG INTERNET CONSULTING	LA RIOJA
JIG INTERNET CONSULTING SL	LA RIOJA
KÜHNE & NAGEL SA	VIZCAYA
LA ESTRATEGIA DE CHAMPAN (SPORTYOU)	MADRID
LUIS MARTÍNEZ BENITO S.A. GRUPO LMB	LA RIOJA
MANUEL RUIZ ALFONSO ABOGADO	ISLAS CANARIAS
MARKETING MEDIA EUROPE S.L	CATALUÑA
MEDIA MARKT DIAGONAL MAR BARCELONA VIDEO TV SA	BARCELONA
MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	PERU
MORNINGSTAR NETWORK SL	MADRID
Mugatra, gustavo fontenla	COLOMBIA
MULTICANAL IBERIA S.L.U	MADRID
MUZIKALIA	CATALUÑA
NORTHGATE ARINSO GRANADA	ANDALUCIA
NUEVA RIOJA SA	LA RIOJA
OCIO SPORT RIOJA S.L	LA RIOJA
PARQUE CIBERNÉTICO DE SANTO DOMINGO	REPUBLICA DOMINICANA
PAUSOAK GABINETE DE PSICOLOGIA	VIZCAYA
PEOPLEMATTERS SL	MADRID
PODRAVKA BANKA	CROACIA
PROYTEC PROFESIONALES TECNICOS SAS	COLOMBIA
RECCO IMAGEN Y DESARROLLO SL	MADRID
RECREA	ASTURIAS
RECREA ASTURIAS	ASTURIAS
RED.ES	MADRID
RENALES DF	GUADALAJARA
RENETUR SA	COLOMBIA
ROI UP AGENCY SL	MADRID
ROSA MARÍA BALSELLS PENAS	TARRAGONA
RTV CYL - SALAMANCA - RADIO TELEVISION DE CASTILLA Y LEON	SALAMANCA
RTVCYL. SALAMANCA	CASTILLA Y LEÓN
SANCHEZ-VIZCAINO ABOGADOS SLP	MURCIA
SANEAMIENTO Y TRANSPORTES J. PEDRIZO	MURCIA
SANZCA EMPRESA SLU	VALENCIA
SECRETARIA DE EDUCACION RECREACION CULTURA Y DEPORTES	COLOMBIA
SECRETARIA DE INTEGRACION SOCIAL DE FONTIBON	COLOMBIA
SECRETARIA MUNICIPAL DE VALLEDUPAR	COLOMBIA


SEEKETING SL	VALLADOLID
SEEKETING, SL	MADRID
SEGURIDAD Y TRIBUNALES	MADRID
SEIM - CENTRO DE ESTUDIOS OFICIALES DE INFORMATICA	GUIPUZCOA
SENTENCIA SL	MADRID
SERVIMEDIA. SA	C/ ALMANSA MADRID
SODA NEW TV S.L	PAIS VASCO
SODA NEW TV SL	VIZCAYA
SON VIDA GOLF SLU	ISLAS BALEARES
STP NETWORKS	COLOMBIA
SUPERBIKES COMMUNICATIONS SL - GRUPO SUN MOTOR COMUNICACION	MADRID
SYNGENTA AGRO SL	MADRID
TAISA SYVALUE SL	MADRID
TAMAR LAS ARENAS	VIZCAYA
TECSUP Nº 1	SALAMANCA
TELEFONICA DIGITAL IDENTITY & PRIVACY (ELEVENPATHS)	MADRID
TELEFONICA MOVILES COLOMBIA SA	COLOMBIA
TELNET REDES INTELIGENTES	ZARAGOZA
THYSSENKRUPP	NAVARRA
TUCAN PRODUCCIONES S.L.	MADRID
TÜV RHEINLAND IBÉRICA I.C.T S.A	BARCELONA
TUYU TECHNOLOGY SL	MADRID
UNAD	COLOMBIA
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	COLOMBIA
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COLOMBIA
UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA CALI	COLOMBIA
UNIVERSIDAD DE TOLIMA	COLOMBIA
VECTOR AUTOMATION LTDA	COLOMBIA
VUELING	CATALUÑA
VUELING AIRLINES SA	BARCELONA
WARNER BROS ENTERTAINMENT SRLU	MADRID
WEIZMARE	LA CORUÑA

### 7.3. Dotación de infraestructuras docentes

#### 7.3.1. Software de gestión académica

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 111 de 129	



 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
	<b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	25/09/2013	01/10/2013

La Universidad Internacional de La Rioja dispone de herramientas de gestión que permiten desarrollar de forma eficiente los procesos académico-administrativos requeridos por el título que son los de acceso, admisión, expediente, reconocimientos y transferencias, gestión de actas, expedición de títulos, convocatorias) y los procesos auxiliares de gestión de la universidad como son la gestión de exámenes, gestión de defensas de Trabajo Fin de Grado/Máster, gestión de prácticas, etc.

Dichas herramientas se han desarrollado sobre la base de la gestión por procesos, la gestión de calidad y la satisfacción de las necesidades y expectativas de los usuarios; y todo ello, al tratarse de una universidad en internet, previendo que las solicitudes y trámites puedan desarrollarse íntegramente a distancia.

### **7.3.2. Campus virtual**

UNIR cuenta con una plataforma de formación propia preparada para la realización de los títulos diseñada sobre la base de la experiencia formativa de una de las empresas promotoras de UNIR, que cuenta con más de 13 años en gestión y formación on-line, por la que han pasado más de 30.000 alumnos.

Esta plataforma pertenece a Entornos de Aprendizaje Virtuales (VLE, Virtual Learning Managements), un subgrupo de los Gestores de Contenidos Educativos (LMS, Learning Management Systems).

Se trata de aplicaciones para crear espacios donde un centro educativo, institución o empresa, gestiona recursos educativos proporcionados por unos docentes y organiza el acceso a esos recursos por los estudiantes y, además, permiten la comunicación entre todos los implicados (alumnado y profesorado). Entre sus características cabe destacar:

- Es fácil de utilizar y no requiere conocimientos específicos por lo que el estudiante puede dedicar todos sus esfuerzos al aprendizaje de la materia que le interesa.
- Todo el sistema opera a través de la Web por lo que no es necesario que los alumnos aprendan a utilizar ningún otro programa adicional.
- Es un sistema flexible que permite adaptarse a todo tipo de necesidades formativas.

Dentro del campus virtual el estudiante encuentra tantas aulas virtuales como asignaturas tenga matriculadas. Además dispone de una secretaría virtual para realizar sus trámites académicos de manera on-line. Desde el aula puede acceder a las sesiones presenciales virtuales a través de la televisión en Internet, que está basado en Adobe Flash Player, una aplicación que ya está instalada en más del 98% de los equipos de escritorio conectados a Internet.

La difusión se realiza mediante el streaming, es decir, el usuario no descarga nada en su ordenador, el visionado se realiza almacenando una mínima cantidad de información (buffering) para el visionado de los contenidos.

Los requisitos técnicos para participar en las sesiones virtuales se resumen en la siguiente tabla:


Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 112 de 129	(Incluida la modificación)

<b>REQUISITOS TÉCNICOS</b>	
<b>Sistema operativo</b>	Microsoft Windows 7, 8, Mac OS
<b>Navegadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Internet Explorer 9.0 o superior</li> <li>▪ Mozilla firefox 25</li> <li>▪ Netscape Navigator 7.1</li> <li>▪ Safari 2.x</li> <li>▪ AOL 9</li> </ul>
<b>Resolución pantalla</b>	Resolución Mínima de 800x600 (se recomienda 1024x768 o superior).
<b>Ancho de banda</b>	3 Mb ADSL/ Cable (conexión alámbrica recomendada).
<b>Red</b>	Acceso externo a Internet, sin restricción de puertos o URL no corporativas.
<b>Audio</b>	Tarjeta de audio integrada, con altavoces o toma de auriculares.
<b>Video</b>	WebCam compatible con los sistemas operativos mencionados.
<b>Equipos PC</b>	RAM: mínimo recomendado 512 Mb. Procesador: DUAL CORE. Memoria: 2GB.

### 7.3.3. Biblioteca virtual

El material bibliográfico y documental, se gestiona a través de una biblioteca virtual. Esta cubre las necesidades de información de sus profesores, investigadores, alumnos y PAS, para la realización de sus tareas de docencia, investigación y gestión.

La política de adquisiciones de la biblioteca de UNIR bascula fundamentalmente sobre recursos en soporte digital. La aún imprescindible adquisición de bibliografía en soporte de papel, se

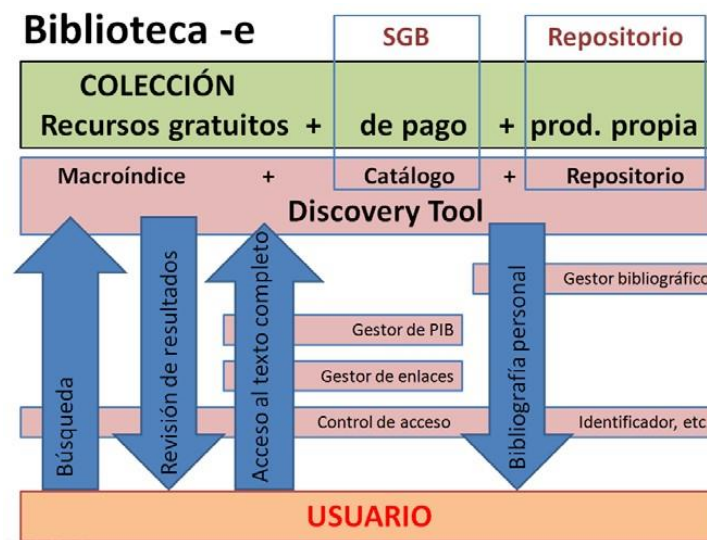
	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1	Revisado: Director de Calidad	Aprobado: Dirección
	<b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	25/09/2013	01/10/2013

enfocará prioritariamente sobre aquellas áreas de conocimiento en las que se incardinan las líneas de investigación estratégicas de la universidad.

La adscripción de UNIR a la CRUE ha implicado la pertenencia a la red REBIUN, con los derechos y obligaciones que prevé su Reglamento. El servicio de préstamo interbibliotecario de REBIUN es un instrumento fundamental para la investigación de los profesores.

La constitución de la biblioteca virtual se ha iniciado con la adquisición de un sistema de gestión de biblioteca y una herramienta de descubrimiento propiedad de PROQUEST, las cuales son la base para futuras extensiones.

La visión de biblioteca virtual sigue el modelo mostrado en la siguiente figura:




#### 7.4. Dotación de infraestructuras investigadoras

El profesorado está integrado en cuatro ejes académicos fundamentales: Educación, Comunicación, Ciencias Sociales y Tecnología. Estos cuatro ejes vertebran la estructura investigadora.

Ha sido creado, además, la Oficina de Consultoría y Apoyo a Proyectos de Investigación (OCAPI) con carácter interdisciplinar para coordinar todas las actividades investigadoras de UNIR y proporcionar apoyo al personal docente-investigador (PDI) adscrito a la Universidad. Su finalidad es estimular y facilitar la participación efectiva de la comunidad académica UNIR en iniciativas de investigación, tanto propias como europeas, nacionales y regionales.

UNIR desarrolla un plan bienal de investigación (Plan Propio de Investigación) que define las líneas maestras para el presente bienio, y aprueban seis líneas iniciales de I+D, que son desarrolladas por grupos de Investigación formados en torno a las líneas básicas de I+D. Los grupos están dirigidos por catedráticos y académicos de prestigio en sus áreas. Los grupos son

 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

flexibles e incorporan candidatos durante el bienio. Así, se parte de una estructura de 7 grupos con 15 miembros, aunque se espera duplicar en el plazo de 18 meses.

Al mismo tiempo, todo profesor recibe orientación y apoyo para mantener una carrera investigadora (publicación científica, dirección de trabajos de grado, tesinas de máster y tesis doctorales, estancias de investigación, etc.) que dependerá tanto de su implicación en Unir como del plan individual de carrera elaborado para cada uno.

De esta manera, articulamos el personal investigador alrededor de Grupos y Líneas de trabajo, sin olvidar la atención individual según parámetros personales.

### 7.5. Recursos de telecomunicaciones


Los recursos disponibles en UNIR son los siguientes:

- 150 líneas de teléfono a través de cinco primarios de telefonía en Madrid.
- 90 líneas de teléfono a través de tres primarios de telefonía en Logroño.
- Número de teléfono de red inteligente para llamadas entrantes: 902 02 00 03.
- 3 centralitas de telefónica administrativa Panasonic TDA 600. 16 canales voIP + analógicos.
- 1 centralita digital NS1000.
- 9 enlaces móviles con conexión digital a la central.
- 6 líneas de banda ancha redundantes y balanceadas utilizando tecnología Cisco para dar acceso a: Internet, Conectividad con Universitas XXI y al Campo Moodle que tiene UNIR externalizado.
- Telefonía basada en VoIP sobre centralitas Panasonic NS1000 redundados.
- 100 por 100 de los puestos de trabajo con acceso a la red local mediante cable.
- Cobertura WIFI en todas las dependencias universitarias.
- Sistemas de alimentación eléctrica ininterrumpida mediante baterías y un generador diesel que garantiza el servicio necesario para las comunicaciones y el normal funcionamiento de todos los equipos informáticos en caso de fallo eléctrico con autonomía de ocho horas.

### 7.6. Mecanismos para garantizar el servicio basado en las TIC

El modelo de enseñanza de UNIR hace un uso intensivo de las TIC para garantizar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Las infraestructuras tecnológicas que sirven de apoyo a la educación a distancia en UNIR garantizan la accesibilidad a los servicios en todo momento.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 115 de 129	

 <b>UNIR</b> <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013


UNIR tiene contratado un proveedor europeo de servicios de Presencia en Internet, Hosting Gestionado, Cloud Computing y Soluciones de Infraestructura TIC (Arsys).Que nos permite:

- Optimizar la velocidad de conexión con todos los usuarios de Internet, de esta manera nuestros servidores pueden ser vistos con gran rapidez y sin cuellos de botella por usuarios de conexiones RDSI, ADSL, cable, etc, así como por internautas extranjeros.
- Redundancia física. Si una línea sufre un corte, las restantes mantendrán la conectividad con Internet.
- Velocidad de descarga hacia cualquier destino. Los paquetes de datos escogerán la ruta más adecuada para llegar al usuario que está viendo las páginas por el camino más corto.

Desde el punto de vista técnico, UNIR dispone de las más avanzadas instalaciones en materia de seguridad física, control de temperatura y humedad, seguridad contra incendios y alta disponibilidad de energía eléctrica. Se detalla a continuación:

<b>INSTALACIONES DE SEGURIDAD</b>
<b>Seguridad física</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensores para el control de la temperatura y humedad ambiente.</li> <li>- Filtrado de aire para evitar la entrada de partículas.</li> <li>- Sistema automático balanceado y redundante de aire acondicionado.</li> <li>- Sistema de detección de incendios que dispara, en caso de necesidad, un dispositivo de expulsión de gas inerte que extingue el fuego en pocos segundos.</li> </ul>
<b>Seguridad en el suministro eléctrico</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistema de Alimentación Ininterrumpida (SAI) para garantizar la estabilidad y continuidad de los equipos.</li> <li>- Grupo electrógeno autónomo que suministraría, en caso de corte prolongado, la energía necesaria para que no haya pérdida de alimentación, de modo que los servicios a clientes no sufran ninguna alteración.</li> </ul>
<b>Seguridad perimetral</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso restringido por control de tarjeta magnética y contraseña.</li> <li>- Sistema generalizado de alarmas.</li> <li>- Tele vigilancia.</li> </ul>

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 116 de 129	

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

## 7.7. Detalle del servicio de alojamiento

### 7.7.1. Recursos software

La infraestructura lógica necesaria para el funcionamiento del campus virtual se describe en la siguiente tabla:

RECURSOS SOFTWARE	
Acceso Remote Desktop	Servidor de base de datos MySQL
Express Edition Soporte ASP y ASP.NET	Servidor de base de datos PostgreSQL
Extensiones FrontPage	Servidor de base de datos SQL Server 2008/2012
Filtro antivirus / antispam avanzado	Servidor de correo (Exchange/POP3/SMTP/listas)
Gestor de Base de datos: Microsoft SQL Server 2008/2012	Servidor de estadísticas AWStats
Indexador de ficheros Microsoft Index Server	Servidor FTP
Intérpretes VBScript, JScript, Active Perl, PHP y Python	Servidor Multimedia Windows Media Server
Lenguaje de programación ASP y ASP.NET	Servidor web IIS
Mailenable	Sistema Operativo: Windows 2008 Server y 2012
Microsoft oBind	Tecnología Microsoft
Microsoft Servidor DNS	Webmail Horde

### 7.7.2. Recursos hardware

La infraestructura física necesaria para el funcionamiento del campus virtual se describe en tres puntos: Características técnicas del servidor, Características del hosting y Sistema de copias de seguridad. Tal como se describen a continuación en la tabla:

RECURSOS HARDWARE	
Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 117 de 129	

<b>Características técnicas del servidor</b>	
<b>Detalle de la máquina</b>	<b>Gestión del producto</b>
Fabricante: IBM	Panel de control
Modelo Xeon E5-2630 0	Reinicios y resets
Tipo CPU: Intel Xeon Quad-Core	Avisos automáticos (email/SMS)
Número de núcleos: 24	Gráficos de ancho de banda y transferencia
Velocidad de cada núcleo: 2.30 GHz	Direcciones IP extra
Memoria RAM: 32 GB ECC	
Tamaño de discos 2x300 GB	
HDD Discos: 136 GB RAID 1	
HDD cabina FC: 2 TB	
2 HDD cabina SCSI: 1,5+B	
SAS RAID: RAID 1 Hot Swap –	
Transferencia: 18 Mbps	
	<b>Seguridad</b>
	Alojamiento IDC Protección firewall
	Monitorización avanzada
	<b>Garantías y Soporte</b>
	Garantía hardware ilimitada Soporte 24x7
<b>Características del hosting</b>	
Disponibilidad 24x7 del portal y la plataforma de formación con un porcentaje de disponibilidad del 99%.	
Servicio de backup y recovery de los datos almacenados en los servidores.	
Servicios de retenciones: Retención de la imágenes de los backup realizados por el tiempo que se acuerde.	
Servicios de sistemas de seguridad: Física (Control de Accesos, Extensión de Incendios, Alimentación ininterrumpida eléctrica, etc.,..) y Lógica (Firewalls, Antivirus, Securitización Web, etc.).	
Servicio de Monitorización, Informes y estadísticas de Ancho de Banda, disponibilidad de URL, rendimiento, etc.	

**Sistema de copias seguridad**

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 118 de 129	(Incluida la modificación)

### Compresión de datos de alto nivel

El proceso de copia se realiza a través de una tecnología puntera de copias de seguridad incrementales y completas, FastBit, que le garantiza:

- Altos niveles de compresión (un 50% de media), lo que nos permite almacenar en el servidor 2 veces el espacio contratado.
- Menor transferencia de datos, por lo que podrá realizar sus copias desde cualquier tipo de acceso a Internet, incluso desde una conexión RTB por línea analógica.

### Proceso sencillo y automático

Pues no se ha de recurrir a los métodos manuales en los que tiene que dedicar mucho tiempo y esfuerzo. Con el sistema de Backup Online se realizan las copias de seguridad con gran facilidad, lo que permite despreocuparse del proceso.

### Copia segura

El proceso de copia se realiza a través de una clave de cifrado y previa autenticación del usuario de acceso al servicio.

Se utiliza un algoritmo de cifrado de 448 bits (superior a los que se utilizan en certificados de seguridad web), a través de una clave privada, lo que garantiza que la información se almacena de forma segura y no es accesible más que por el usuario del servicio.

Además, al efectuar la copia en un servidor de Internet, sus datos se encuentran a salvo de cualquier incidente y fuera de sus instalaciones, lo que le protege ante catástrofes como incendios, errores humanos, fallos hardware o software, etc.

## 7.8. Previsión de adquisición de recursos materiales y servicios necesarios

Este cuadro resume la planificación sistemática de infraestructuras, materiales y servicios de los que la Universidad se dotará en los próximos años de acuerdo a la previsión anual de incorporación de personal.

RECURSOS	2013-14	2014-15	2015-16
Capacidad máxima de acceso a Internet	600 Mb	700 Mb	750 Mb
Líneas de acceso a internet redundadas	9	10	8

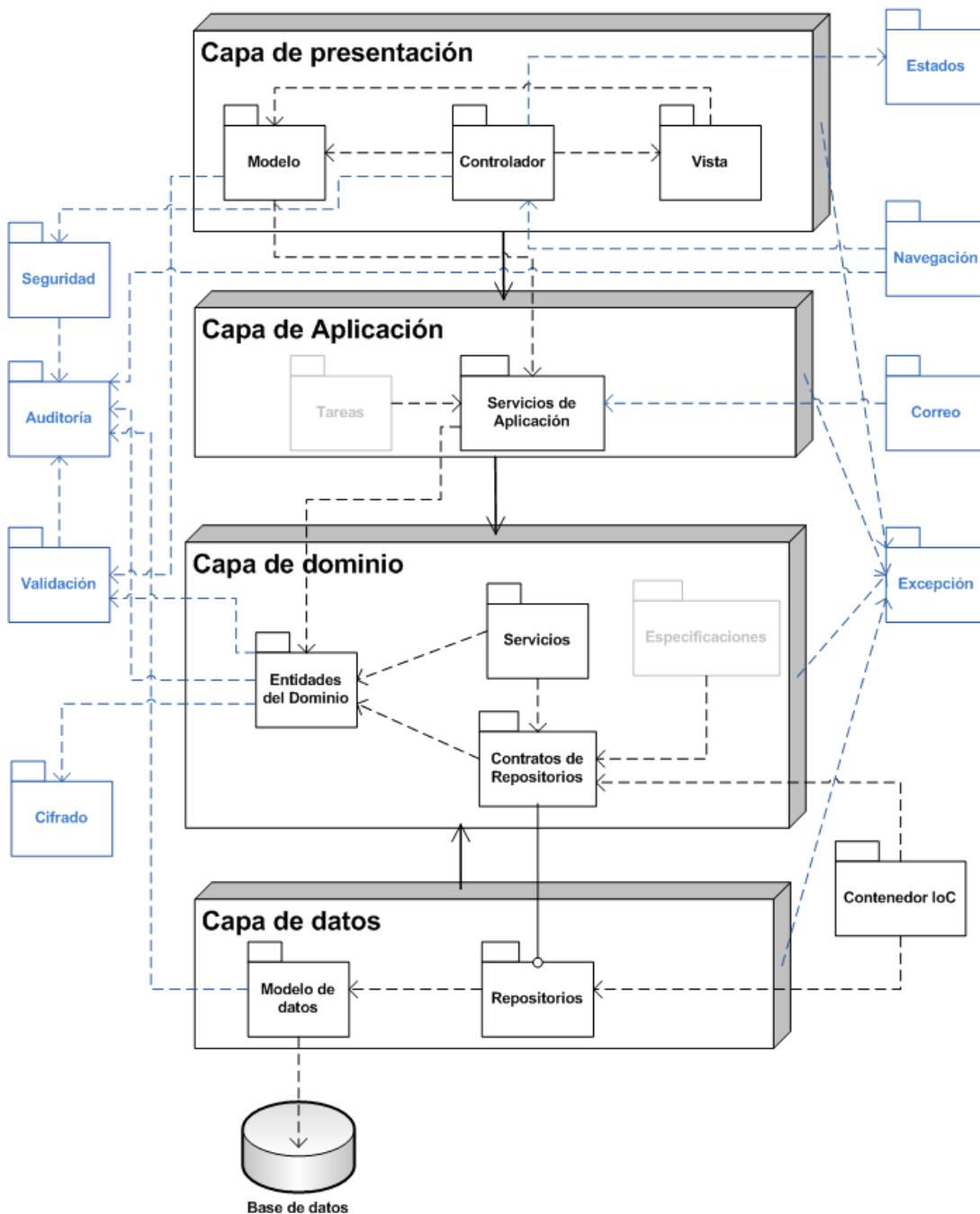



Capacidad de almacenamiento en servidores centrales en TeraBytes	24	30	32
Impresoras departamentales (con fax y escáner)	32	32	32
Impresoras escritorio	8	10	12
Potencia de SAI	30Kwa	40Kwa	40Kwa
Potencia generadores diésel	50Kw	60Kw	60Kw
Líneas telefónicas	160	190	210
Puntos de acceso <i>wireless</i>	14	16	18
Ordenadores sobremesa	460	500	600
Ordenadores portátiles	17	20	30
Teléfonos VoIP sobremesa	20	60	120
Teléfonos VoIP softphone	20	24	28

### 7.9.Arquitectura de software

Para el desarrollo de las aplicaciones informáticas desarrolladas a partir del 2012. UNIR ha implantado una arquitectura de software orientada a Dominio DDD. Esta arquitectura dispone de componentes horizontales y transversales que se muestran en la siguiente figura:

### Arquitectura DDD



 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

### 7.9.1. Componentes horizontales


Componentes horizontales.	
<b>Capa de presentación</b>	Basada en la definición del modelo vista controlador. Implementa las pantallas de usuario y los controladores de estas.
<b>Capa de aplicación</b>	Coordina actividades propias de la aplicación pero no incluye lógica de negocio siguiendo el Principio de "Separation of Concerns".
<b>Capa de dominio</b>	Basada en la definición del patrón "Entity" e implementada a través de las "IPOCO Entities". Esta capa está completamente desacoplada de la capa de datos para lo cual se aplica el patrón "Inversion of Control".
<b>Capa de datos</b>	Basada en la definición del patrón "Repository" y es la encargada de acceder a la base de datos de la aplicación.

### 7.9.2. Componentes transversales

Componentes transversales	
<b>Componente de seguridad</b>	Gestiona la seguridad en el acceso a la aplicación, y se divide en dos: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Autenticación: Permite validar la identidad de los usuarios e incluye el inicio y fin de sesión, el recordatorio y cambio de contraseña y la activación de cuenta de los usuarios.</li> <li>2. Autorización: Permite gestionar los permisos de los usuarios en la aplicación a partir de los roles que les hubiesen sido asignados e incluye: <ul style="list-style-type: none"> <li>Permisos de acceso a las páginas</li> <li>Permisos de acceso a las opciones de menú</li> <li>Permisos de lectura, escritura, eliminación y consulta</li> <li>Permisos de ejecución de acciones</li> </ul> </li> </ol>
<b>Componente de estados</b>	Implementado en base al patrón "Memento" y permite recuperar el estado anterior de una página durante el proceso de navegación del usuario para mantener los valores introducidos en los filtros, listados, asistentes, etc. Deberá estar preparado para escenarios con granja de servidores.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 122 de 129	

<b>Componente de navegación</b>	Permite establecer la relación de flujos entre las páginas de la aplicación para mantener la coherencia en la navegación del usuario.
<b>Componente de validación</b>	<p>Permite realizar las validaciones de los valores de entrada y salida de la aplicación. Incluye lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Validación de definición de campos: Permite validar la definición de los campos en base a la longitud, tipo de dato, rango de valores, etc.</li> <li>Validación de formatos: Permite validar los formatos de texto conocidos como son: NSS, NIE, NIF, CIF, CCC, EMAIL, MOVIL, etc.</li> <li>Filtrado de textos: Permite filtrar los textos de entrada (usuarios) y salida (base de datos) en base a una lista negra de palabras con el fin de evitar inyecciones de SQL y de XSS.</li> </ol>
<b>Componente de auditoría</b>	<p>Permite registrar una bitácora de las acciones realizadas por los usuarios en la aplicación almacenando: la naturaleza de la acción, el momento en que se realizó, desde donde y el usuario que la ejecutó. Incluye 5 niveles de auditoría:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Auditoría de acceso: Encargado de registrar los inicios, cierres de sesión, intentos fallidos en la aplicación, solicitudes de recordatorio y cambios de contraseña.</li> <li>Auditoría de navegación: Encargado de registrar las páginas visitadas por los usuarios en la aplicación recogiendo la mayor cantidad de parámetros posibles (tiempo, navegador, etc.).</li> <li>Auditoría de acciones: Encargado de registrar todas las acciones realizadas por el usuario en el sistema recogiendo la mayor cantidad de parámetros posibles (contexto, registro, etc.).</li> <li>Auditoría de datos: Encargado de registrar los cambios que un usuario realiza sobre los datos de la aplicación recogiendo la mayor cantidad de parámetros posibles. Incluye operaciones de alta, edición, eliminación y consulta de registros (contexto, registro, filtro, etc.).</li> <li>Auditoría de validación: Encargado de registrar las validaciones incorrectas y filtros aplicados que eliminaron cadenas de inyección SQL y XSS.</li> </ol>
<b>Componente de excepciones</b>	Encargado de interceptar, registrar, categorizar y comunicar los errores encontrados en la aplicación en producción. Estas excepciones deberán estar dentro de un contexto para identificar como han ido subiendo por las diferentes capas e incluirán información relativa al espacio de nombres, clase, método y cualquier información adicional como ser el usuario.

 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

<b>Componente de cifrado</b>	Encargado de realizar el cifrado y descifrado de información sensible como la contraseña o datos sensibles según la L.O.P.D.
<b>Componente de correo</b>	Encargado de realizar el envío de los correos electrónicos de la aplicación.

### 7.10. Criterios de accesibilidad universal y diseño para todos

Se está trabajando para que el campus virtual alcance el nivel AA de las Pautas de Accesibilidad para el Contenido en la Web 2.0 del W3C, cuyos requisitos se recogen en la norma española sobre accesibilidad web (UNE 139803:2012).


Para garantizar la integración de las personas con discapacidad en el aula, se presta especial atención a la accesibilidad de aquellas funcionalidades que promueven la interacción entre estudiantes y de éstos con los profesores: foro, videoconferencia, etc.

El objetivo es que los contenidos formativos y las actividades sean igualmente accesibles, tanto a nivel técnico (aplicación de las citadas Pautas de Accesibilidad para el Contenido en la Web 2.0) como pedagógico (objetivos formativos alcanzables por los distintos perfiles de discapacidad).

Para que la producción de contenidos por parte del equipo docente se ajuste a los requerimientos de accesibilidad establecidos, éstos se desarrollarán mediante plantillas en Word con estilos cerrados. Además, una vez producidos, se exportarán a distintos formatos para facilitar a los estudiantes el acceso multidispositivo: HTML y PDF accesible.

Por último, con el fin de asegurar que tanto el campus virtual como los contenidos se ajustan a los requerimientos del W3C y de la norma española, UNIR está negociando con FundosaTechnosite, empresa especializada en tecnología y accesibilidad de la Fundación ONCE, la certificación del grado de adecuación a los estándares de accesibilidad, y contempla un plan de mantenimiento mediante revisiones periódicas para asegurar que la accesibilidad se mantiene en el tiempo.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación. (Incluida la modificación)
Página 124 de 129	

 <small>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</small>	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación

Una previsión de los resultados que obtendrán los estudiantes del Grado de Comunicación en la UNIR se enfrenta con los siguientes factores de dificultad.

**Primero.-** Se trata de una titulación que se impartirá en una universidad de nueva creación y carece de precedentes sobre los que basarse.

**Segundo.-** El carácter de universidad no presencial (que está, en estrecha relación con el perfil del estudiante que la elegirá) comporta que los periodos para la finalización con éxito de la enseñanza han de estimarse, a priori, más dilatados que en las presenciales.

A este factor apunta directamente la indicación que se recoge en la Guía de apoyo de para la elaboración de la Memoria de solicitud de verificación de Titulaciones oficiales (Grado y Master), en su versión de 18.02.2008, cuando señala que “el grado de dedicación a los estudiantes a la carrera” es un aspecto cuya consideración “será especialmente importante en el caso de enseñanzas a distancia, donde el planteamiento de cara a los indicadores habrá de ser substancialmente diferente de las enseñanzas a tiempo completo” (p. 29, nota 1, la cursiva es nuestra).

**Tercero.-** No es posible acudir a los datos de las universidades que en este apartado podrían actuar como referentes, la UNED y la UOC. La publicación de la CRUE, La universidad española en cifras, no contiene datos ni de una ni de otra.

La Tasa de Graduación, la Tasa de abandono y la Tasa de eficiencia, son sustancialmente diversas de las demás. Por lo tanto, esta diferencia habrá de reflejarse en la corrección de las fórmulas para el cálculo. Esta corrección pasa por la adecuada ponderación del grado de dedicación al estudio de los estudiantes de las universidades no presenciales; y dicho grado, pensamos que está en proporción al número de créditos (sobre el total “matriculable” de 60) del que los estudiantes de la UNIR se matricularán.


Como hipótesis de trabajo manejaremos la magnitud del 60 por ciento. Es decir, estimamos que, como media, nuestros alumnos se matricularán de 36 créditos de los sesenta posible para cada curso académico. Esta estimación comporta que las fórmulas que aporta la Guía, en su apartado 8 para la UNIR deberían plasmarse de la siguiente manera:

Tasa de Graduación:

$$TG = 100 \times \frac{G_4 + G_5 + G_6 + G_7}{M}$$

Expresión en la que:

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 125 de 129	(Incluida la modificación)

 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1</p> <p><b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad</p> <p>25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección</p> <p>01/10/2013</p>
--	--	--	--

M = Nº de estudiantes matriculados en 1 er curso

G4 = Nº de estudiantes (que siendo parte de M) se graduarán al finalizar el 4º curso.

G5 = Nº de estudiantes (que siendo parte de M) se graduarán al finalizar el 5º curso

G6 = Nº de estudiantes (que siendo parte de M) se graduarán al finalizar el 6º curso

G7 = Nº de estudiantes (que siendo parte de M) se graduarán al finalizar el 7º curso

TG = Tasa de Graduación

Tasa de eficiencia= 60% que es el porcentaje de créditos matriculados en relación con los que deberían haberse matriculado.

Tasa de abandono, no debe ser, en cambio, modificada.

Aventurar cualquier cifra para esas tasas sería una imprudencia.

## 8.2. Procedimiento general para valorar el progreso y los resultados


Esta previsto el estudio de las series de resultados en función de los perfiles de los estudiantes. El número de créditos matriculados, la edad, la vía de acceso al grado, la nacionalidad e idioma, los lapsos de tiempo de conexión a la plataforma y la intensidad en la participación de los medios colaborativos serán factores que se pondrán en relación con las calificaciones obtenidas en los exámenes finales.

En el quehacer diario los resultados del aprendizaje estarán muy vinculados a la actividad de los profesores tutores dinamizadores. Su papel es impulsar la participación de los estudiantes en las actividades docentes y motivarles positivamente. Su relación con los profesores para prever dificultades de los estudiantes (retrasos, por ejemplo) es fundamental en la metodología de la UNIR.

Superado este primer nivel, son los encargados de la coordinación docente quienes han de estudiar los modos de resolver estas dificultades de acuerdo con los profesores correspondientes.

El estudio de los resultados a medio plazo exige atender otros indicadores. Uno fundamental – cuando sea el caso- serán los informes de las empresas en que los estudiantes realicen las

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 126 de 129	(Incluida la modificación)


 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1</p> <p><b>ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</b></p>	<p>Revisado: Director de Calidad</p> <p>25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección</p> <p>01/10/2013</p>
--	--	--	--

prácticas. Para todos, serán de gran utilidad los informes de los profesores ajenos a la UNIR que estarán presentes en los tribunales que juzgarán los Trabajos de Fin de Grado.

Los datos y elementos anteriores se los comunicará el Coordinador del Grado a la Comisión de Garantía de Calidad de la Titulación, que propondrá las acciones de mejora que le parezcan pertinentes.

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 127 de 129	



 <p>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA</p>	<p><b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  ImpresoDI-1.1-2A- PLANTILLA MEMORIA GRADO</p>	<p>Revisado: Director de Calidad  25/09/2013</p>	<p>Aprobado: Dirección  01/10/2013</p>
--	---	--	--

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

[http://gestor.unir.net/userFiles/file/documentos/planes\\_calidad/garantia\\_calidad\\_grado\\_master.pdf](http://gestor.unir.net/userFiles/file/documentos/planes_calidad/garantia_calidad_grado_master.pdf)

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 10.1. Cronograma de implantación

Curso Académico	Curso del Grado
Curso 2009 - 10	1º
Curso 2010 - 11	2º
Curso 2011 - 12	3º
Curso 2012 - 13	4º

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

No aplicable.

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

No aplicable.

### 10.4. Extinción de las enseñanzas

UNIR podrá decidir, a través de los órganos previstos en sus normas de organización y funcionamiento con competencia en la implantación y extinción de titulaciones, que el presente Grado se extinga si, tras tres cursos consecutivos, el número de alumnos de nuevo ingreso no supera la cifra de 15.

La salvaguardia de los derechos de los estudiantes queda asegurada, tal como se indica en la disposición primera de las Normas de Permanencia: "Se garantiza a todo estudiante el derecho a terminar su titulación siempre que cumpla las normas que se indican en el punto 2. En el supuesto de que el Consejo de Administración, debido a causas graves, se plantease la posible extinción de la titulación, esta sólo podría ejecutarse mediante el procedimiento de no ofertar plazas para nuevos estudiantes en el curso siguiente definiendo un plan de extinción que, de acuerdo con la legislación vigente, garantice la finalización de los estudios a quienes lo hubieran comenzado".

Rev.: 03092014	Memoria verificada del Grado en Comunicación.
Página 128 de 129	(Incluida la modificación)