

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Valladolid	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (SEGOVIA)	40004294
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA	
Máster	Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y campañas	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA		
Máster Universitario en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y campañas por la Universidad de Valladolid		
NIVEL MECES		
RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas	No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN	
No		
SOLICITANTE		
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	
Marcos Sacristán Represa	Rector de la Universidad de Valladolid	
Tipo Documento	Número Documento	
NIF	12179219Y	
REPRESENTANTE LEGAL		
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	
Marcos Sacristán Represa	Rector de la Universidad de Valladolid	
Tipo Documento	Número Documento	
NIF	12179219Y	
RESPONSABLE DEL TÍTULO		
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	
Ana Teresa Pastor López	Coordinadora del Título	
Tipo Documento	Número Documento	
NIF	03448597T	

2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN

A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.

DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Palacio de Santa Cruz. Plaza de Santa Cruz, 8	47002	Valladolid	983184284
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
vicerectorado.docencia@uva.es	Valladolid	983186461	

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Valladolid, a ___ de _____ de ____
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y campañas por la Universidad de Valladolid	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Marketing y publicidad	Técnicas audiovisuales y medios de comunicación	
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL)				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad de Valladolid				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
019	Universidad de Valladolid			
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		10
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
0	40	10
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
No existen datos		

1.3. Universidad de Valladolid

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
40004294	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (SEGOVIA)

1.3.2. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (SEGOVIA)

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	

60	60	
	TIEMPO COMPLETO	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	90.0
RESTO DE AÑOS	36.0	90.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	36.0
RESTO DE AÑOS	24.0	36.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.uva.es/opencms/contenidos/gobiernoUVA/Vicerrectorados/bak/VicerrectoradoCalidadInnovacion/NormasPermanencia/NormasPermanenciaUVa		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
G.1. - Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico. Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas
G.2. - Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.
G.3. - Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.
G.4. - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.
G.5. - Capacidad de compromiso ético profesional y personal. Explicación de la competencia: que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante
G.6. - Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
E.1. - Conocimiento y capacidad para aplicar códigos éticos sobre la comunicación comercial, social, educativa, publicitaria;
E.2. - Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de las acciones sociales de diversas organizaciones. Explicación de la competencia: tanto cuestiones de gestión, desarrollo e implementación de organizaciones empresariales, de administraciones públicas, de organizaciones de la sociedad civil, del tercer sector y ONG.
E.3. - Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales. Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.
E.4. - Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación. Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.
E.5. - Capacidad para concebir, diseñar, implementar y evaluar proyectos de comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: incluyendo todo su proceso creativo desde la ideación, la realización y producción, la planificación y evaluación de las campañas de comunicación con fines sociales. Se considera fundamental la preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir, y la importancia de la experiencia en proyectos de desarrollo integral, sostenible y justo.
E.6. - Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.

E.7. - Capacidad para gestionar la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social. Explicación de la competencia: saber qué métodos se pueden aplicar para evaluar la eficacia de las campañas de comunicación con fines sociales reales y realistas, distinguiendo claramente la responsabilidad social de la acción social y la reputación social.

E.8. - Capacidad para comprender la incidencia de la comunicación en la formación integral de las personas. Explicación de la competencia: ser capaces de identificar y discriminar la acción educativa que desarrollan los agentes de la comunicación con fines sociales, y los medios de comunicación en general.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

a.	Acceso y admisión
<p>Criterios de admisión y valoración de méritos</p> <p>Estos criterios se regularán con arreglo a lo que estipula el Real Decreto por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales de 26 de junio de 2007:</p> <p>“Para acceder a las enseñanzas oficiales de este postgrado será necesario estar en posesión de un título de Graduado expedido por una universidad española o perteneciente al Espacio Europeo de Educación Superior, u otro expresamente declarado equivalente, y haber superado 240 créditos europeos o su equivalente.</p> <p>Asimismo, podrán acceder los titulados por una universidad española conforme a anteriores ordenaciones o del Espacio Europeo de Educación Superior, cuyo título acredite la superación de al menos 180 créditos, si bien en este supuesto deberán cursar adicionalmente los restantes créditos, de acuerdo con las condiciones que establezca la Universidad, hasta completar los 240 a que se refiere el párrafo anterior.</p> <p>Los estudiantes que estén cursando los créditos a los que se refiere el párrafo anterior se considerarán a todos los efectos alumnos del Máster...”</p> <p>Será necesario estar en posesión de un título de grado (o equivalente) oficial. Cuando dicho título no haya sido expedido por una universidad española o una institución del Espacio Europeo de Educación Superior, el Servicio de Posgrado de cada universidad revisará y comprobará dicho título sin necesidad de que haya sido homologado.</p> <p>Titulaciones oficiales de acceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Licenciados y Graduados en Publicidad y Relaciones Públicas • Licenciados y Graduados en Periodismo • Licenciados y Graduados en Comunicación Audiovisual • Licenciados y Graduados en Sociología, Psicología, Pedagogía • Graduados en Trabajo Social. • Graduados en marketing • Diplomados en Magisterio. • Diplomados en Educación Social y Trabajo Social. • Otros titulados universitarios con experiencia profesional acreditada en el ámbito de la investigación y acción comunicativa, educativa, y social. <p>También podrán ser admitidos estudiantes de otros países con titulaciones superiores equivalentes.</p> <p>La experiencia nos demuestra la importancia de la convalidación de estudios con el área de América Latina. Países emergentes como China e India también están siendo áreas de origen de estudiantes interesados en el máster.</p> <p>Criterios de selección</p> <p>Para la valoración de méritos los alumnos deberán presentar un currículum vitae en el que se especifique claramente la experiencia del candidato en el campo de especialización al que se refiere el Máster.</p> <p>Los alumnos preseleccionados podrán pasar por una entrevista personal con el equipo de dirección del postgrado, en caso de considerarse necesario.</p> <p>Los criterios de selección establecidos por la comisión del Máster se valorarán atendiendo a las siguientes características, por orden de prioridad:</p>	

- Adecuación del perfil académico: se priorizarán las titulaciones de acceso mencionadas. En relación a las otras titulaciones se valorará el curriculum académico y profesional en relación al ámbito de la comunicación con fines sociales.
- Experiencia profesional previa.
- Valoración de la motivación e interés por la comunicación con fines sociales y el proyecto de formación.

b.	Condiciones o pruebas de acceso especiales			
	¿La titulación tiene alguna tipo de prueba de acceso especial?		No	

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

La Universidad de Valladolid tiene definido un procedimiento de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados. Este procedimiento se establece en dos momentos diferenciados en función del estudiante al que va dirigido:

- El procedimiento de apoyo y orientación a los alumnos interesados, en proceso de matrícula y al inicio del máster.
- El procedimiento de apoyo y orientación general del máster.

Esta diferencia se establece por la naturaleza de la problemática específica que afecta al momento de acceso al máster y la formación de posgrado en general, estableciendo así mecanismos de información, apoyo y orientación de carácter especial a los alumnos que están interesado en realizar un máster, así como durante el periodo de matriculación y en el comienzo del máster, con los siguientes objetivos:

- Facilitar la toma de decisión en la elección del máster más adecuado a los intereses científicos profesionales de los alumnos potenciales.
- Facilitar la matriculación e ingreso de los estudiantes en el máster elegido.
- Mejorar el conocimiento que sobre nuestra universidad tiene dichos estudiantes y su entorno.
- Proporcionar al propio personal docente información sobre los conocimientos y la adecuación a la formación universitaria con la que acceden estos estudiantes de máster.

Iniciar el proceso de tutoría y seguimiento de los estudiantes de máster.

De esta forma se establecen dos tipos de acciones genéricas:

- Aquellas que son establecidas por la Universidad con carácter general y cuya responsabilidad de realización recae en los servicios centrales de la propia institución.
- Aquellas que son descritas con carácter general, dentro del catálogo de acciones de apoyo y orientación a estudiantes de nuevo ingreso, pero que cada centro y coordinadores de la titulación, son responsables de aplicar o no según las necesidades y características de la formación y del perfil del alumno.

Por otra parte, con independencia de estas acciones, el centro puede diseñar y desarrollar las que consideren oportunas siempre y cuando se realicen de manera coordinada con los servicios centrales de la universidad y se facilite también -a través de tales acciones- la adecuada información de carácter institucional. Así, la Universidad de Valladolid se dota de un mecanismo estándar de apoyo a nuevos estudiantes, pero al mismo tiempo permite la flexibilidad de las acciones facilitando la adaptación a la formación impartida, a las características del centro y al perfil del alumno de nuevo ingreso.

Las acciones a las que se acaba de hacer referencia son diversas, destacando las siguientes:

- **Creación y distribución de materiales de información y divulgación:** dentro del apartado de información y difusión, hemos descrito documentación, distribuida en varios formatos, que tiene como objeto permitir un mejor conocimiento de nuestra Universidad, así como de la oferta de títulos de posgrado. De esta forma, a través de productos como la Web UVa de posgrado, Guía de la oferta formativa de posgrado, Folletos informativos de los títulos de posgrado, *Guía de la Oferta Formativa de la UVa*, la *Guía de Matrícula*, la *Guía del Alumno*, *Una mirada a la UVa*, *La UVa en Cifras*, *El "Centro" en Cifras*, la propia página Web de la Universidad de Valladolid, y otros productos más específicos como los que hacen referencia a servicios concretos como el Servicio de Deportes -entre otros-, a prácticas en empresas, a estudios en el extranjero, o la propia *tarjeta UVa*, configuran un sistema de información muy útil para el alumno.
- Realización de acciones de **divulgación y orientación** de carácter grupal, generales, de centro o de cada una de los títulos de posgrado, por medio del programa **"Conoce la UVa"**. En este sentido, la Universidad de Valladolid organiza acciones de información que facilitan a los alumnos potenciales de máster y los entornos potenciales científicos y profesionales, un conocimiento inicial de quién es quién en la Institución, dónde se encuentran los centros y servicios de utilidad para el estudiante y el entorno científico profesional de referencia, cuál es el funcionamiento de los mismos y cómo acceder a ellos. Al mismo tiempo se programan cursos de introducción general al funcionamiento de la universidad donde se presentan -por parte de los responsables académicos y los responsables administrativos de los distintos servicios- el funcionamiento de éstos. Así por ejemplo, los estudiantes reciben información detallada sobre aspectos académicos y organizativos de la universidad, sobre la estructura y los órganos de decisión, las posibilidades de participación estudiantil, los programas de intercambio y movilidad, las becas y ayudas, las prácticas, deportes,...

- Acciones de diagnóstico de conocimientos básicos necesarios o recomendables para cursar la titulación elegida. En este sentido, existe la posibilidad, según la titulación, de realizar unos test de nivel en distintos ámbitos que permita conocer a los responsables académicos el estado de los nuevos alumnos respecto a las materias que van a impartir y la situación respecto a las competencias que se van desarrollar, todos esto, según lo establecidos en los procesos de selección y pruebas de acceso. El test no tiene un carácter sumativo, sino únicamente de puesta en situación, tanto para los nuevos alumnos, como para los responsables académicos, información que es de mucho interés para facilitar el desarrollo de los programas formativos a través de un mejor conocimiento de quienes lo van a recibir.
- Sistemas de mentoría por alumnos de cursos de doctorado, para los máster básicos de investigación que facilitan el acceso al curso de doctorado, dentro del sistema de “**Apoyo Voluntario entre Alumnos UVa**” AVaUVa: Existe la posibilidad de desarrollar la figura del estudiante mentor, programa que permite, a un estudiante de cursos superiores, con ciertas características académicas, de resultados probados o de participación en la vida universitaria, desarrollar tareas de orientación, apoyo e información a un alumno o a un grupo de alumnos, en este caso, aquellos matriculados en máster básicos de investigación que faciliten el acceso al curso de doctorado. Dicha actividad estará supervisada por un responsable académico que diseñará las acciones de interés más adecuadas a la vista de la situación de los estudiantes de máster. Este programa de apoyo no sólo genera beneficios a los alumnos de máster, como puede ser un mejor y más rápido acoplamiento a la dinámica del máster, sino que también facilita un mayor conocimiento de estos alumnos a los responsables académicos de la titulación correspondiente. Por otra parte, el alumno mentor desarrolla habilidades y competencias de carácter transversal relacionadas con sus habilidades sociales y por otra parte, pone en práctica conocimientos específicos de su área de investigación.
- **Sistemas de orientación y tutoría individual de carácter inicial:** La Universidad de Valladolid tiene establecido un sistema de orientación y tutoría de carácter general desarrollado a través de tres acciones y que permiten que el alumno se sienta acompañado a lo largo del programa formativo ayudándole a desarrollar las competencias específicas o transversales previstas. Este sistema se estructura en tres figuras: la tutoría vinculada a materias, la vinculada a programas de prácticas y la relacionada con la titulación en su faceta más global. Este sistema, que describimos más adelante, comienza con la asignación a cada estudiante de un tutor general de titulación quien, independientemente de las pruebas de nivel o acciones de información en las que participe, será responsable de apoyar al estudiante de forma directa, o bien a través de los programas mentor, de los servicios de orientación y apoyo generales de la propia universidad y de los programas de orientación y apoyo propios del centro, cuando existan. Para ello realizará una evaluación de intereses y objetivos del alumno, elaborará planes de acciones formativas complementarias, ayudará a fijar programa de ítems a conseguir, establecerá reuniones de orientación y seguimiento, y cuantas otras acciones considere oportunas con el fin de orientar y evaluar los progresos del alumno a lo largo de su presencia en la titulación.

El procedimiento de apoyo, orientación y tutoría general del máster, tiene como objetivos:

- Acompañar y apoyar al estudiante en el proceso de aprendizaje y desarrollo de las competencias propias de su titulación.
- Permitir al estudiante participar activamente no sólo en la vida universitaria, sino también en el acercamiento al mundo científico profesional hacia el que se orienta la titulación elegida.
- Dar a conocer al estudiante el horizonte científico profesional relacionado con su titulación y facilitarle el acceso a su desarrollo práctico posterior, una vez finalizado el máster, ya sea en la práctica específica profesional, o bien en la continuidad investigadora en el doctorado y su aplicación al área científica.
- Evaluar la evolución equilibrada en el programa formativo apoyando la toma de decisiones.

El procedimiento de apoyo, orientación y tutoría se lleva a cabo a través de las siguientes acciones:

- Conocimiento e información sobre el funcionamiento de la Universidad de Valladolid, “**Conoce la UVa**”. Si bien esta es una acción dirigida a los alumnos de nuevo ingreso, se facilita información sobre la misma con carácter general permitiendo que cualquier alumno, independientemente de la titulación en la que esté inscrito y el origen de su procedencia, pueda conocer en profundidad el entorno universitario y las oportunidades que se ofrecen.
- Servicios de información sobre las actividades de la Universidad de Valladolid: “**La UVa al día**”. Dentro de este epígrafe se encuentra todos los medios de información institucionales, de centro, o de aquellos servicios o organismos relacionados, que facilitan información sobre todo tipo de actividades de interés que pueden ser consultados por los estudiantes a través de distintos canales como:
 - Medios de comunicación de la Universidad.
 - Web de la UVa.
 - Sistemas de información físico de los centros.
 - ...
- **Sistema de orientación y tutoría académica y competencial.** Este sistema desarrollado a través de dos modelos coordinados y complementarios de tutoría, facilita la evolución del estudiante a través del programa formativo elegido y el desarrollo de las competencias relacionadas, ya sean específicas o transversales, con el fin de facilitar la consecución de los conocimientos y competencias que le capaciten científico y profesionalmente al finalizar el programa formativo. Para ello, se han diseñado dos tipos de tutorías, una de acompañamiento a lo largo de la titulación y otra específica de materia:
- Sistema de orientación de titulación: esta orientación se ofrece a través de los/las tutores/as académicos/as de la titulación. Se trata de una figura transversal que acompaña y asesora al estudiante a lo largo de su trayectoria académica, detecta cuándo existe algún obstáculo o dificultad y trabaja conjuntamente con el resto de tutores en soluciones concretas. La finalidad de este modelo de orientación es facilitar a los estudiantes herramientas y ayuda necesaria para que puedan conseguir con éxito tanto las metas académicas como las profesionales marcadas, ayudándole en su integración universitaria, en su aprovechamiento del itinerario curricular elegido y en la toma de decisiones académicas, en particular las orientadas al desarrollo científico investigador, la realización de prácticas o aplicación profesional de los conocimientos y de actividades complementarias.
- Sistemas de orientación de materia: esta orientación la lleva a término el profesor propio de cada asignatura con los estudiantes matriculados en la misma. La finalidad de esta orientación es planificar, guiar, dinamizar, observar y evaluar el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta su perfil, sus intereses, sus necesidades, sus conocimientos previos, etc.

El plan de acción tutoría, dentro del marco general descrito por la Universidad, será desarrollado por el centro, que es el responsable del programa formativo, y de la consecución de los resultados por parte de sus alumnos.

La tutoría, ya sea de uno u otro tipo, independientemente de que la formación sea de carácter presencial o virtual, podrá llevarse a cabo de forma presencial o apoyarse en las tecnologías que permitan la comunicación virtual.

- Sistema de **tutoría académica complementaria**.
- Sistemas de mentoría por parte de alumnos de doctorado a alumnos de máster básico de investigación, a través del programa de “Apoyo Voluntario entre Alumnos UVa” AVaUVa. Este sistema, descrito ya entre aquellos dirigidos a los alumnos de máster básico de investigación, puede ser utilizado para apoyar a estudiantes con determinadas dificultades que necesiten un apoyo especial, convirtiéndose así en una herramienta de utilidad que el tutor general de la titulación puede elegir para potenciar determinadas soluciones para uno o un grupo de alumnos concretos.
- **Orientación profesional específica** dentro del programa formativo. El programa formativo lleva consigo el desarrollo práctico del mismo así como un enfoque dirigido al desarrollo profesional por medio de las competencias establecidas. Por ello, el enfoque práctico y profesional tiene que tener cabida a través de prácticas de acercamiento y conocimiento de los ámbitos profesionales en los que el futuro titulado tendrá que trabajar.
- Sistema de tutoría de las prácticas externas para estudiantes, ya sean académicas o no, de carácter nacional o internacional. La formación práctica dirigida a desarrollar las competencias correspondientes establecidas en el programa formativo se realiza a través de sistemas de prácticas externas y académicas. Así, los estudiantes desarrollan un programa descrito, planificado y tutelado por personal académico y agentes externos que comprueban que dicho programa se está llevando a cabo de la forma adecuada y que los resultados son los pretendidos. Del mismo modo, a través de la relación continua con el estudiante en prácticas y entre ambos tutores, o bien por medio de los distintos sistemas de evaluación fijados, pueden detectarse problemas formativos y buscar soluciones concretas.
- Cursos de orientación profesional específicos que presenten distintos escenarios profesionales y distintas posibilidades que nuestros estudiantes han de contemplar a la hora de planificar su futuro laboral. Para ellos se cuenta con la presencia de profesionales y expertos de múltiples sectores.
- **Orientación profesional genérica.** Si el fin de nuestros programas formativos es desarrollar unas competencias que puedan capacitar académicamente, científica y profesionalmente a nuestros estudiantes, es lógico contemplar dentro del sistema de orientación y apoyo una serie de acciones que faciliten el acercamiento a la realidad del ámbito científico profesional de referencia. Para ello, hemos diseñado una serie de acciones de capacitación y servicios, que pueden ser utilizados por nuestros estudiantes como:

- Cursos de orientación profesional: Cursos de duración corta que ponen en contacto al estudiante con herramientas necesarias en el mercado laboral tales como cómo diseñar un currículo, cómo afrontar una entrevista,...
- Cursos de creación de empresas: Se pretende potenciar el espíritu emprendedor a través de cursos cortos que facilitan las herramientas necesarias para la práctica ideas emprendedoras.
- Servicio de información y orientación profesional de la Universidad de Valladolid: A través de este servicio se facilita información relacionada con el mercado laboral y las salidas profesionales a la que el estudiante puede acceder, además de facilitar un trato directo y personal y proporcionar herramientas e información concreta a las demandas específicas del alumno.
- Feria de empleo de la Universidad de Valladolid: UVA empleo y FiBest. La Universidad de Valladolid realiza una feria de empleo con carácter anual que permite poner en contacto a estudiantes con empresas e instrucciones así como desarrollar una serie de actividades con el objeto de mejorar el conocimiento de éste por parte de nuestros alumnos y facilitar el acceso al primer empleo.
- **Orientación profesional y apoyo a la inserción laboral.** La Universidad de Valladolid cuenta con un servicio de empleo que, más allá de la asistencia a los estudiantes, se ocupa de dar servicio a los titulados de nuestra universidad permitiendo cerrar el ciclo con el apoyo para la inserción laboral de calidad. De esta forma, se plantean servicios como:
- Sistema de tutoría de las prácticas de inserción laboral para titulados, ya sean de carácter nacional o internacional que, al igual que las prácticas para estudiantes, permiten el desarrollo de prácticas profesionales con el objeto de facilitar la inserción laboral de los mismos y cuentan con el apoyo de tutores académicos y agentes externos que velan por el buen desarrollo del programa de prácticas descrito de acuerdo con las competencias propias de la titulación, promoviendo la inserción laboral de calidad.
- Orientación profesional y apoyo en la búsqueda de empleo: Servicio de apoyo, información y orientación para aquellos titulados universitarios que están buscando empleo, ya sea por cuenta ajena o propia, a través de servicios personalizados y herramientas de información sobre ofertas, herramientas para la búsqueda de empleo, etc.

El apoyo a los alumnos es personal, constante y directo dada la relación necesaria entre el tutor personal y el alumno de cara a la definición y seguimiento de las prácticas profesionales y del trabajo fin de máster final.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO

Se aplicará la normativa de reconocimiento de créditos que esté en vigor en la Universidad de Valladolid. Actualmente es la “ **Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad de Valladolid en los Títulos de Grado y Máster Universitario realizados conforme al Real Decreto 1393/2007** ” :

http://www.uva.es/export/sites/default/contenidos/serviciosAdministrativos/academicos/alumnos/_documentos/UVA-normativa-RyT.pdf

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Seminarios		
Exposiciones y debates		
Trabajo autónomo, individual y en grupo		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
M1. Trabajo en pequeños grupos. Como estrategia especialmente útil en el desarrollo de habilidades cognitivas superiores como capacidad de análisis, síntesis, especulación o razonamiento crítico		
M2. Método expositivo o lección magistral. Se trata de la fórmula principal que elegimos para la exposición de temas teóricos, así como la presentación y exposición de conclusiones de los temas prácticos. Esta estrategia es apoyada con el empleo de recursos tecnológicos y didácticos		
M3. Debates o discusión en grupos. Es ésta una estrategia apropiada para desarrollar habilidades para el desempeño profesional en los diferentes sectores en que se empleen más tarde alumnos y alumnas. Hablar en público, razonar en voz alta y adquirir fluidez verbal son habilidades que se entrenan con prácticas como ésta, organizada en torno a unos objetivos del programa.		
M4. Trabajo individual y autónomo. Esta estrategia transfiere una responsabilidad individual al discente y genera capacidad de autodisciplina y organización personal. El conocimiento sólo se adquiere en un proceso activo y se trata de incentivar y entrenar su práctica.		
M5. Seminarios monográficos. Con el objetivo de profundizar en aspectos concretos del temario y satisfacer el interés o expectativas de los y las estudiantes en torno a temas y cuestiones concretas, se propone la reflexión en torno a tópicos y preguntas, ilustrados con material documental, audiovisuales y textos para iniciar propuestas de investigación bien contextualizadas. Se intentará siempre y de acuerdo con la agenda profesional y los presupuestos del Máster, contar con invitados al aula		
M6. Simulaciones. Los procesos de la comunicación pueden ser ensayados con metodologías de simulación como presentación y defensa de campañas, etc.		
M7. Entrevistas en tutoría individual y de grupo. Como eje para el diálogo y la construcción de un proyecto formativo en común con el alumnado, y para el mejor desarrollo de sus propios proyectos de módulo.		
M8. Trabajos de campo. Como técnica de trabajo en grupo y confrontación de la realidad profesional. El alumnado puede desarrollar un estudio investigador aplicado con la dirección de profesorado y la colaboración de entidades con convenio.		
M9. Técnicas cooperativas como equipos rápidos o estudios de documentos técnicos.		
M10. Exposiciones de trabajos		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Evaluación continuada a través de la participación en el aula		
Evaluación continuada a través de la realización de actividades en el aula		
Trabajo individual o en grupo		
5.5 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Comunicación con fines sociales para el nuevo modelo de sociedad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	20	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Trimestral		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
20		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9

ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comunicación y cambio social: modelos teóricos y experiencias prácticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	3	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
3		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Valores y estilos de vida en la modernidad tardía		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	2,5	Trimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
2,5		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: La acción educativa para la comunicación con fines sociales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	2,5	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
2,5		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	

No	No	
NIVEL 3: Procesos psicosociales de recepción de la comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	3	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
3		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Análisis y estrategias de Responsabilidad Social Corporativa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	3	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
3		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No

GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Los movimientos y redes sociales: trascendencia y dinámicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	3	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
3		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Buenas prácticas de comunicación y educación con fines sociales desde las AA.PP.		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	3	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
3		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18

ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Este módulo permite que los alumnos adquieran diversos conocimientos que comienzan con los marcos teóricos y las experiencias prácticas sobre comunicación y cambio social, tanto desde los emisores como desde los receptores (procesos psicosociales) de la comunicación. Conocen también los valores y estilos de vida de la sociedad actual, cómo se estudian y cómo se utilizan en la comunicación con fines sociales, así como el papel fundamental que cumple la educación en las estrategias de comunicación en este campo. Adquieren también un conocimiento en profundidad de las buenas prácticas que llevan a cabo las administraciones públicas, las empresas a través de su responsabilidad social corporativa y los movimientos sociales y ONG, y metodologías para llevar a cabo una estrategia de comunicación con todos estos conocimientos, con gran peso de la participación social. Secuenciamos los resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en profundidad de los fundamentos y principios teóricos de la comunicación con fines sociales, su relación con el cambio social y los modelos que para lograrlo se han ido aplicando. El origen y evolución histórico-social de esta modalidad comunicativa, sus peculiaridades así como los modelos imperantes en nuestro paradójico contexto. Así como los factores sociales, psicosociales, educativos y comunicacionales asociados a la misma. • Análisis a través de la ejemplificación y de casos prácticos donde se evidencie cómo se están llevando hoy en día a cabo los programas de comunicación con fines sociales desde todo tipo de instituciones. Esto permitirá comprobar cómo y por qué ésta modalidad comunicativa se está utilizando en las sociedades occidentales desarrolladas (llegando incluso a impregnar otras modalidades como la comunicación comercial, informativa o política), pero también conocer cuál es su papel crucial en los procesos de cambio social. • Conocen los marcos teóricos de la cognición social y los procesos psicosociales de la recepción en general y centrados en los medios de comunicación • Adquieren pautas teórico-prácticas de las estrategias claves en la comunicación y de resistencia a la persuasión, analizando en profundidad los procesos cognitivos, afectivos y sociales. • Adquieren capacidad de análisis crítico-constructivo a través de los casos prácticos • Comprenden y manejan los marcos teóricos, los conceptos de "valores sociales" y "estilos de vida", tanto en su dimensión teórica, como en su operativización y aplicación. • Conocimiento de las principales fuentes de información sobre la evolución de los valores y la opinión pública en los ámbitos de interés reseñados. • Conocen el sistema de valores de la sociedad española, con especial referencia a los valores relativos a la igualdad de género y la convivencia intercultural. • Capacidad para aplicar el concepto de "estilos de vida" al análisis de las prácticas de riesgo en la población juvenil. • Conocen los conceptos de educación en competencia comunicativa y educomunicación así como su evolución histórica y vigencia actual. • Conocen las posibilidades expresivas, los lenguajes y las técnicas de aprovechamiento social, educativo y cultural de los medios y de los sistemas de información y comunicación. Aprovechando las potencialidades del concepto de inteligencias múltiples se vincula este con la idea de multitudes inteligentes con el objetivo de pensar la comunicación del siglo XXI. • Conocer la comunicación que se está realizando desde las Administraciones Públicas, la sociedad civil, los movimientos sociales, las ONG y las empresas a través de la Responsabilidad Social Corporativa. • Conocen la metodología y los resultados de un análisis crítico-constructivo de buenas prácticas de comunicación en estos tres tipos de organizaciones. • Aprenden a diseñar estrategias de comunicación con fines sociales, profundizando en las técnicas de diseño participativo <p>El recorrido tanto teórico como práctico a través del análisis de casos, por las teorías y prácticas de la comunicación desde el emisor y el receptor, los valores y estilos de vida actuales, el papel de la educación y las experiencias y potencialidades de los agentes públicos, privados y la sociedad civil permiten que los alumnos concluyan este primer módulo con un conocimiento bastante exhaustivo de la comunicación con fines sociales, lo que les permitirá en el segundo módulo centrarse en los aspectos más técnicos de búsqueda de fuentes, investigación, control de resultados, análisis de marketing, planificación y creación para llevar a cabo estrategias de comunicación con fines sociales.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Comunicación y cambio social: modelos teóricos y experiencias prácticas La materia forma parte del primer módulo del Máster, cuyo principal objetivo es proporcionar al alumnado los conocimientos y habilidades básicas para diseñar estrategias y crear campañas de comunicación con fines sociales. Dentro de este módulo se abordan, por un lado, los fundamentos de la comunicación con fines sociales, y los factores sociales, psicosociales, educativos y comunicacionales asociados a la misma; por otro, los ámbitos o contextos en los que encontramos de forma prioritaria tales acciones comunicativas (empresas, administraciones públicas y movimientos sociales) así como las técnicas de investigación y las fuentes de información relevantes en este ámbito. Tiene un papel crucial en el bloque formativo al que pertenece ya que constituye la base teórico-práctica del principal eje temático sobre el que se asientan los contenidos de todo el postgrado: la comunicación con fines so-</p>		

ciales y, en especial la publicidad social. Es necesario abordar en primer lugar los principios teóricos de la comunicación con fines sociales (ubicados en la Teoría de la Comunicación), su relación con el cambio social y los modelos que para lograrlo se han ido aplicando, el origen y evolución histórico-social de esta modalidad comunicativa, sus peculiaridades así como los modelos imperantes en nuestro paradójico contexto. Para ello será imprescindible la ejemplificación y el análisis de casos prácticos donde se evidencie cómo se están llevando hoy en día a cabo los programas de comunicación con fines sociales desde todo tipo de instituciones. Esto permitirá comprobar cómo y por qué ésta modalidad comunicativa se está utilizando en las sociedades occidentales desarrolladas (llegando incluso a impregnar otras modalidades como la comunicación comercial, informativa o política), pero también conocer cuál es su papel crucial en los procesos de cambio social. Valores y estilos de vida en la modernidad tardía . La asignatura introduce al alumnado en el análisis sociológico de los valores y estilos de vida, como condicionantes de las actitudes y el comportamiento de los individuos. El centro de la reflexión es la relación entre sistema de valores, discursos y prácticas sociales; el objetivo final, el análisis crítico de la adecuación de las campañas de comunicación con fines sociales a esta relación, a partir del conocimiento de los principales debates teóricos y el manejo de las fuentes de información fundamentales sobre los valores y los estilos de vida. Temas que se desarrollan en las sesiones presenciales:

- La perspectiva sociológica: valores, discursos y prácticas sociales.
- La operativización y la medida de los valores sociales: las Encuestas de Valores.
- Igualdad de género: valores, discursos y prácticas.
- La convivencia intercultural: valores, discursos y prácticas.
- Tendencias en el cambio de valores en España. El debate sobre la postmodernidad.
- De los valores sociales a los estilos de vida. Estilos de vida y edades sociales.

La acción educativa para la comunicación con fines sociales La asignatura La acción educativa para la comunicación con fines sociales tiene como objetivo el que los estudiantes conozcan los conceptos de educación en competencia comunicativa y realicen una aproximación al concepto de educocomunicación y conozcan su evolución histórica y la vigencia actual.

La educación en competencia comunicativa parte del propio individuo y trata de situar a éste en el actual contexto digital. Conocer las posibilidades expresivas, los lenguajes y las técnicas de aprovechamiento social, educativo y cultural de los medios y de los sistemas de información y comunicación, son objetivos prioritarios en esta asignatura. Partir del concepto de inteligencias múltiples y vincular este concepto con la idea de múltiples inteligencias con el objetivo de pensar la comunicación del siglo XXI.

Vincular todos estos conceptos con el campo específico de la comunicación con fines sociales, ayuda a un abordaje integral de cómo pensar esa comunicación en términos globalmente educativos.

Procesos psicosociales de recepción de la comunicación Bloque 1 Cognición Social. Procesos psicosociales Bloque 2: Procesos Psicosociales en medios de comunicación Efectos mediáticos. Modelos Clasificación efectos de Potter Teoría de los efectos: Estrategias claves en la comunicación Resistencia a la persuasión Bloque 3: La conducta del receptor de los medios de comunicación Procesos cognitivos, afectivos y sociales. Propositividad y Cognición Secuencia psicológica desde la recepción del mensaje hasta la respuesta final del ciudadano consumidor Sensación, Atención, Interés, Cognición, Acción Los mensajes con causa social y las conductas altruistas Bloque 4. Casos prácticos: el Medio ambiente y el uso del transporte público

Análisis y estrategias de Responsabilidad social corporativa . Rasgos generales, modelos y teorías sobre la RSC; Los campos de interés y la práctica de la RSC: análisis crítico; Globalización, RSC y alternativas locales; Análisis de actores y grupos de interés desde el análisis de redes; El Plan de RSC y la comunicación de la RSC. **Los movimientos y redes sociales: trascendencia y dinámicas .**

- Introducción y conocimiento de los Movimientos Sociales (MMSS)
- Recorrido histórico social de los MMSS
- La singularidad española
- Justificación epistemológica y fundamentación teórica sobre la necesidad de conocer e implicar a los MMSS en el diseño de campañas y planes de comunicación social comunitaria
- Movimientos y redes de relaciones sociales
- Las posiciones discursivas enredadas en el tejido social y asociativo
- La estructura reticular de (y que articulan) los MMSS: teoría y prácticas grupales: la muestra estructural y el sociograma relacional
- El diseño participativo de campañas sociales: prácticas y experiencias

Buenas prácticas de comunicación y educación con fines sociales desde las Administraciones Públicas

- La Comunicación desde las Instituciones públicas. Políticas públicas, gestión y comunicación. Organización jurídico-administrativa del Estado Español. Sistema de competencias.
- La comunicación con fines sociales. Reflexiones desde las ciencias sociales. Estilos de vida, actitudes, nuevo modelo de sociedad. Ámbitos temáticos: hábitos y estilos de vida saludables; hábitos y estilos de vida sostenibles; Cooperación: colectivos: infancia, adolescencia, juventud, etapa adulta, familias, tercera edad, género, personas con discapacidad, inmigrantes, consumidores; divulgación científica...
- Analizar la comunicación (con fines sociales)
- Diseñar estrategias de comunicación con fines sociales
- Análisis de caso: hacia estilos de vida saludables
- Análisis de caso: hacia estilos de vida sostenibles
- Conclusiones: propuestas de mejora de la comunicación con fines sociales, guías de pautas a seguir...buenas prácticas, códigos éticos....

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G.1. - Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico. Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas

G.2. - Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.

G.3. - Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.

G.4. - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.		
G.5. - Capacidad de compromiso ético profesional y personal. Explicación de la competencia: que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante		
G.6. - Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
E.1. - Conocimiento y capacidad para aplicar códigos éticos sobre la comunicación comercial, social, educativa, publicitaria;		
E.2. - Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de las acciones sociales de diversas organizaciones. Explicación de la competencia: tanto cuestiones de gestión, desarrollo e implementación de organizaciones empresariales, de administraciones públicas, de organizaciones de la sociedad civil, del tercer sector y ONG.		
E.3. - Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales. Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.		
E.4. - Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación. Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.		
E.6. - Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.		
E.7. - Capacidad para gestionar la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social. Explicación de la competencia: saber qué métodos se pueden aplicar para evaluar la eficacia de las campañas de comunicación con fines sociales reales y realistas, distinguiendo claramente la responsabilidad social de la acción social y la reputación social.		
E.8. - Capacidad para comprender la incidencia de la comunicación en la formación integral de las personas. Explicación de la competencia: ser capaces de identificar y discriminar la acción educativa que desarrollan los agentes de la comunicación con fines sociales, y los medios de comunicación en general.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	95	100
Clases prácticas	35	100
Seminarios	35	100
Exposiciones y debates	35	100
Trabajo autónomo, individual y en grupo	300	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
M1. Trabajo en pequeños grupos. Como estrategia especialmente útil en el desarrollo de habilidades cognitivas superiores como capacidad de análisis, síntesis, especulación o razonamiento crítico		
M2. Método expositivo o lección magistral. Se trata de la fórmula principal que elegimos para la exposición de temas teóricos, así como la presentación y exposición de conclusiones de los temas prácticos. Esta estrategia es apoyada con el empleo de recursos tecnológicos y didácticos		
M3. Debates o discusión en grupos. Es ésta una estrategia apropiada para desarrollar habilidades para el desempeño profesional en los diferentes sectores en que se empleen más tarde alumnos y alumnas. Hablar en público, razonar en voz alta y adquirir fluidez verbal son habilidades que se entrenan con prácticas como ésta, organizada en torno a unos objetivos del programa.		
M4. Trabajo individual y autónomo. Esta estrategia transfiere una responsabilidad individual al discente y genera capacidad de autodisciplina y organización personal. El conocimiento sólo se adquiere en un proceso activo y se trata de incentivar y entrenar su práctica.		
M5. Seminarios monográficos. Con el objetivo de profundizar en aspectos concretos del temario y satisfacer el interés o expectativas de los y las estudiantes en torno a temas y cuestiones concretas, se propone la reflexión en torno a tópicos y preguntas,		

ilustrados con material documental, audiovisuales y textos para iniciar propuestas de investigación bien contextualizadas. Se intentará siempre y de acuerdo con la agenda profesional y los presupuestos del Máster, contar con invitados al aula

M7. Entrevistas en tutoría individual y de grupo. Como eje para el diálogo y la construcción de un proyecto formativo en común con el alumnado, y para el mejor desarrollo de sus propios proyectos de módulo.

M9. Técnicas cooperativas como equipos rápidos o estudios de documentos técnicos.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continuada a través de la participación en el aula	5.0	10.0
Evaluación continuada a través de la realización de actividades en el aula	20.0	30.0
Trabajo individual o en grupo	60.0	75.0

NIVEL 2: Comunicación con fines sociales: planificación estratégica y creación de campañas

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	OBLIGATORIA
ECTS NIVEL 2	20

DESPLIEGUE TEMPORAL: Trimestral

ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
	20	
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NIVEL 3: Búsqueda y tratamiento de fuentes

5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	2	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
	2	
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9

ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Técnicas de investigación y evaluación(control de resultados) para la comunicación con fines sociales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	5	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
	5	
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing social en empresas, administraciones públicas y tercer sector		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	3	Trimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
	3	
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Planificación estratégica de la comunicación responsable y con fines sociales y solidarios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	5	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
	5	
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	

No	No	
NIVEL 3: Creación de campañas con fines sociales. Creatividad responsable		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	5	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
	5	
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
		<p>Tras los aprendizajes obtenidos en el primer módulo, este segundo módulo permite que los alumnos puedan llevar a cabo una buena investigación de las estrategias de comunicación llevadas a cabo en diversas instituciones y en torno a múltiples temáticas con fines sociales, para tras este conocimiento realizar una buena propuesta creativa de comunicación con fines sociales basada en el marketing y la planificación estratégica y concluir con un diseño de control de resultados de la misma. Secuenciamos los resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda exhaustiva de todas las fuentes (analógicas y digitales) existentes sobre comunicación con fines sociales • Realización de un informe de las fuentes localizadas y el análisis de las mismas referido a temáticas concretas (medio ambiente, salud, cooperación...) • Análisis crítico del dispositivo metodológico empleado en la realización de investigaciones científicas relevantes en el campo de la comunicación con fines sociales • Diseño de investigación social aplicada a la comunicación con fines sociales, aplicando técnicas de investigación para la recogida y el análisis de datos. • Diseño de un plan de evaluación de campañas y de control de resultados y capacidad de análisis de los resultados de las estrategias de comunicación con fines sociales. • Aplicación de técnicas de diagnóstico e investigación en Marketing aplicado a temas sociales y medioambientales. • Diseño de un plan de marketing aplicado a comunicación con fines sociales. <p>- Comprensión de conceptos relacionados con la estrategia comunicativa. Comprensión de pliegos de condiciones, <i>briefings</i>, informes de investigación en comunicación y planes estratégicos de comunicación y capacidad crítica y reflexiva para valorar y obtener conclusiones de los mismos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño para la planificación estratégica de una campaña con fines sociales • Elaboración de un informe de documentación e investigación para un plan de actuación dado. Todo ello con conductas y actitudes de rigor y de trabajo sistemático en la gestión de la comunicación. • Elaboración de un informe con argumentarlo sobre todas las fases del proceso creativo: de la estrategia la idea, de la idea a los formatos, de éstos a la redacción y a la dirección de arte, para finalmente alcanzar el mayor grado de materialización (realización y producción) posible en los distintos ámbitos y entornos creativos, sean gráficos, audiovisuales o en nuevos medios y entornos digitales. • Experiencia creativa en metodologías cooperativas y solidarias que inicien al alumnado en conductas y actitudes en la creatividad responsable • Experiencia creativa en metodologías cooperativas y solidarias que inicien al alumnado en conductas y actitudes en la creatividad responsable

	<ul style="list-style-type: none"> • En el contexto de la metodología de proyectos, participación activa y creativa de todas/os alumnas/os en talleres de creatividad solidaria e inclusiva. • Desarrollo de una experiencia de transferencia de ideas, propuestas, recursos, estrategias, medios.. creativos en colaboración con una organización e institución, que visualicen el compromiso de la Universidad con una sociedad más justa. • Ideación y Diseño de una propuesta creativa para una campaña con fines sociales, a partir de una demanda real y objetiva, briefing, propuesta por una organización o institución.
5.5.1.3 CONTENIDOS	
	<p>Búsqueda y tratamiento de fuentes La materia tiene como objetivo garantizar una iniciación a los procesos y fuentes de documentación en el nivel de iniciación a la investigación. Los contenidos se desarrollan en cuatro campos principales: Las fuentes documentales; Información y referencia; Normalización para la organización de la información; Marco jurídico de la documentación. Técnicas de investigación y evaluación (control de resultados) para la comunicación con fines sociales. El principal objetivo de la asignatura es proporcionar a las/os estudiantes un conocimiento de los métodos y de las técnicas de investigación con carácter aplicado al ámbito de la comunicación con fines sociales. Para ello, se desarrollarán varias sesiones en las que se expondrá, de forma teórica, y se reproducirá, de forma práctica, un proceso de investigación aplicado a una temática de interés para las/os estudiantes y que, a ser posible, debería resultar próxima al tema de su TFM y de sus Prácticas Profesionales. Las sesiones presenciales partirán de una presentación de la lógica y el proceso de la investigación científica en el campo de la comunicación para, a continuación, dedicar sesiones teóricas y talleres prácticos a algunas de las técnicas de investigación con mayor difusión en este campo de conocimiento, como las encuestas, el análisis de contenido cuantitativo, los métodos experimentales, las entrevistas en profundidad, los grupos de discusión y la observación etnográfica. Marketing social en empresas, administraciones públicas y tercer sector Esta materia pretende introducir al alumnado en torno a la especialización del marketing en ámbitos como el llamado marketing social o el marketing solidario. Análisis del entorno de una entidad de carácter social Análisis interno de una entidad de carácter social Análisis DAFO Formulación de objetivos Diseño de estrategias de actuación y selección de alternativas Planificación estratégica de la comunicación responsable y con fines sociales y solidarios. Esta materia está enfocada a la adquisición de un aprendizaje de la planificación estratégica comunicativa desde la asunción de compromisos formales, artísticos y estratégicos, pero también de responsabilidades éticas y deontológicas. Toda estrategia se determina por sus objetivos y sus fines. En este módulo se estudia y aplica el enfoque y la finalidad social, cultural, solidaria y comprometida de las planificaciones estratégicas de la comunicación. El contenido se desarrolla siguiendo esta secuencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestión de la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social. • Análisis y estudio de casos y planes de comunicación • Guía para elaborar un plan de comunicación con fines sociales • Definición y desarrollo de un plan de comunicación con fines sociales <p>Creación de campañas con fines sociales. Creatividad responsable El primer objetivo de esta asignatura es repensar todos los elementos y anclajes que conforman el "proceso creativo" en la comunicación con fines sociales. Será fundamental, no obstante, adoptar un punto de vista ajustado a las demandas y necesidades requeridas por la comunicación con fines sociales, profundizando en la llamada "comunicación y creatividad responsables". La asignatura está secuenciada siguiendo la misma estructura narrativa de la creatividad, de la estrategia a la idea, de la idea a los formatos, de éstos a la redacción y a la dirección de arte, para finalmente alcanzar el mayor grado de materialización (realización y producción) posible en los distintos ámbitos y entornos creativos, sean gráficos, audiovisuales o en nuevos medios y entornos digitales. Parece relevante llamar la atención sobre la diversa metodología incorporada en esta asignatura, potenciando algunos talleres creativos, en la medida de las posibilidades de recursos disponibles. La metodología logrará la capacidad para aproximarnos a la ideación y realización de estrategias creativas en sus diferentes elementos y soportes que conforman las campañas de comunicación con fines sociales eficaces, pero sobre todo responsables, inclusivos, exige un conocimiento tanto teórico como práctico de todos los recursos, procedimientos, metodologías y técnicas que permiten idear y materializar las creatividades de las campañas con fines sociales, proporcionando los conocimientos y las habilidades básicas para alcanzar tales objetivos, diferenciando muy bien objetivos y fines.</p>
5.5.1.4 OBSERVACIONES	
5.5.1.5 COMPETENCIAS	
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES	
G.1. - Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico. Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas	
G.2. - Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.	
G.3. - Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.	
G.4. - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.	
G.5. - Capacidad de compromiso ético profesional y personal. Explicación de la competencia: que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante	
G.6. - Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.	
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES	
No existen datos	
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS	

- E.1. - Conocimiento y capacidad para aplicar códigos éticos sobre la comunicación comercial, social, educativa, publicitaria;
- E.2. - Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de las acciones sociales de diversas organizaciones. Explicación de la competencia: tanto cuestiones de gestión, desarrollo e implementación de organizaciones empresariales, de administraciones públicas, de organizaciones de la sociedad civil, del tercer sector y ONG.
- E.3. - Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales. Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.
- E.4. - Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación. Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.
- E.5. - Capacidad para concebir, diseñar, implementar y evaluar proyectos de comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: incluyendo todo su proceso creativo desde la ideación, la realización y producción, la planificación y evaluación de las campañas de comunicación con fines sociales. Se considera fundamental la preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir, y la importancia de la experiencia en proyectos de desarrollo integral, sostenible y justo.
- E.6. - Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.
- E.7. - Capacidad para gestionar la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social. Explicación de la competencia: saber qué métodos se pueden aplicar para evaluar la eficacia de las campañas de comunicación con fines sociales reales y realistas, distinguiendo claramente la responsabilidad social de la acción social y la reputación social.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	95	100
Clases prácticas	35	100
Seminarios	35	100
Exposiciones y debates	35	100
Trabajo autónomo, individual y en grupo	300	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

- M1. Trabajo en pequeños grupos. Como estrategia especialmente útil en el desarrollo de habilidades cognitivas superiores como capacidad de análisis, síntesis, especulación o razonamiento crítico
- M2. Método expositivo o lección magistral. Se trata de la fórmula principal que elegimos para la exposición de temas teóricos, así como la presentación y exposición de conclusiones de los temas prácticos. Esta estrategia es apoyada con el empleo de recursos tecnológicos y didácticos
- M3. Debates o discusión en grupos. Es ésta una estrategia apropiada para desarrollar habilidades para el desempeño profesional en los diferentes sectores en que se empleen más tarde alumnos y alumnas. Hablar en público, razonar en voz alta y adquirir fluidez verbal son habilidades que se entrenan con prácticas como ésta, organizada en torno a unos objetivos del programa.
- M5. Seminarios monográficos. Con el objetivo de profundizar en aspectos concretos del temario y satisfacer el interés o expectativas de los y las estudiantes en torno a temas y cuestiones concretas, se propone la reflexión en torno a tópicos y preguntas, ilustrados con material documental, audiovisuales y textos para iniciar propuestas de investigación bien contextualizadas. Se intentará siempre y de acuerdo con la agenda profesional y los presupuestos del Máster, contar con invitados al aula
- M6. Simulaciones. Los procesos de la comunicación pueden ser ensayados con metodologías de simulación como presentación y defensa de campañas, etc.
- M7. Entrevistas en tutoría individual y de grupo. Como eje para el diálogo y la construcción de un proyecto formativo en común con el alumnado, y para el mejor desarrollo de sus propios proyectos de módulo.
- M9. Técnicas cooperativas como equipos rápidos o estudios de documentos técnicos.
- M10. Exposiciones de trabajos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------

Evaluación continuada a través de la participación en el aula	5.0	10.0
Evaluación continuada a través de la realización de actividades en el aula	20.0	30.0
Trabajo individual o en grupo	60.0	75.0
NIVEL 2: Prácticas profesionales y TFM		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	SEGÚN ASIGNATURAS	
ECTS NIVEL 2	20	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Trimestral		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
		20
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LINGÜAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas profesionales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
PRÁCTICAS EXTERNAS	10	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
		10
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21

ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: TFM		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
TRABAJO FIN DE MÁSTER	10	Trimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
		10
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
		<ul style="list-style-type: none"> Integrar los conocimientos y capacidades adquiridos a lo largo de la titulación Tener contacto con la realidad profesional Adquirir una visión práctica de los estudios realizados Conocer un entorno de trabajo real, en el que hay que aplicar los conceptos adquiridos en las materias del máster Iniciarse en la actividad investigadora
5.5.1.3 CONTENIDOS		
		<p>Asignatura Prácticas en Empresa Realización de un trabajo práctico en una empresa o institución del ámbito de comunicación con fines sociales, dirigido por un tutor de la empresa y supervisado y evaluado por un tutor académico. Asignatura Trabajo Fin de Máster La materia consiste en el desarrollo autónomo por parte del alumnado de un tema inédito en relación con las materias de la titulación, , en el que se sintetizan e integran</p>

las competencias adquiridas durante los estudios del Máster, siendo supervisado por un tutor académico. El trabajo de fin de máster puede consistir en un estudio con carácter profesional o en un trabajo de investigación en torno a la comunicación con fines sociales. Podrá contar con el apoyo o supervisión de alguna empresa u organización colaboradora.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Actividades formativas

Actividades formativas Materia: PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES Estancias de prácticas en empresas, bajo la supervisión del tutor de la empresa y del tutor académico. Metodologías docentes Materia: PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES

- M4. Trabajo individual y autónomo.
- M6. Simulaciones.
- M7. Entrevistas en tutoría individual y de grupo.
- M8. Trabajos de campo.
- M9. Técnicas cooperativas.

Actividades formativas materia: TFM Realización de un estudio individual, original y presentarlo ante un tribunal. Metodologías docentes materia: TFM M7 .Tutorías

Sistemas de evaluación:

PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES

- Seguimiento y valoración del trabajo y actitud durante el desarrollo de las prácticas en empresa. Valoración entre el 30 y el 50% de la calificación final.
- Valoración de Trabajos, Ejercicios e Informes realizados por el alumno o grupo de trabajo. Valoración entre el 40 y el 60% de la calificación final.

TFM:

- Seguimiento y valoración del trabajo y actitud durante el desarrollo del TFM. Valoración entre el 30 y el 50% de la calificación final.
- Evaluación de la memoria del TFM que el alumno deberá elaborar sobre el trabajo realizado. Valoración entre el 40 y el 60% de la calificación final.
- Evaluación de la defensa oral del TFM. El trabajo realizado se presentará ante un tribunal designado específicamente para ello, que evaluará las competencias, capacidades, habilidades y conocimientos adquiridos. Valoración entre el 30 y el 80% de la calificación final.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G.1. - Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico. Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas

G.2. - Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.

G.3. - Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.

G.4. - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.

G.5. - Capacidad de compromiso ético profesional y personal. Explicación de la competencia: que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante

G.6. - Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

E.1. - Conocimiento y capacidad para aplicar códigos éticos sobre la comunicación comercial, social, educativa, publicitaria;

E.3. - Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales. Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.

E.4. - Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación. Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.

E.5. - Capacidad para concebir, diseñar, implementar y evaluar proyectos de comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: incluyendo todo su proceso creativo desde la ideación, la realización y producción, la planificación y evaluación de las campañas de comunicación con fines sociales. Se considera fundamental la preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir, y la importancia de la experiencia en proyectos de desarrollo integral, sostenible y justo.

E.6. - Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.

E.7. - Capacidad para gestionar la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social. Explicación de la competencia: saber qué métodos se pueden aplicar para evaluar la eficacia de las campañas de comunicación con fines sociales reales y realistas, distinguiendo claramente la responsabilidad social de la acción social y la reputación social.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
---------------------	-------	----------------

No existen datos

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

No existen datos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------

No existen datos

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Valladolid	Catedrático de Universidad	8.33	100.0	0.0
Universidad de Valladolid	Profesor Contratado Doctor	25.0	100.0	0.0
Universidad de Valladolid	Ayudante Doctor	8.33	100.0	0.0
Universidad de Valladolid	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	25.0	33.33	0.0
Universidad de Valladolid	Profesor Titular de Universidad	33.34	100.0	0.0
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
95	5	95
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>Evaluación del progreso y los resultados de cada asignatura</p> <p>La verificación de los conocimientos de los estudiantes se puede realizar mediante un examen final o bien siguiendo un proceso de evaluación continua. Tal y como establece el artículo 11 del Reglamento de Ordenación Académica de la Universidad, "los profesores responsables de las asignaturas serán quienes determinen en el proyecto de cada asignatura, de acuerdo con los criterios enunciados en el proyecto docente de la misma, las características, tipo de examen que se va a realizar y criterios de evaluación".</p> <p>El Proyecto Docente de la Asignatura es el instrumento por el cual se define el modelo de organización docente de la asignatura. El Proyecto Docente tiene alcance público y se puede consultar desde los espacios de difusión académica previstos por la Universidad.</p> <p>Régimen de la evaluación continua</p> <p>Se entiende por evaluación continua el conjunto de procesos, instrumentos y estrategias didácticas definidas en el Proyecto Docente de la Asignatura aplicables de manera progresiva e integrada a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Las pruebas recogidas deben facilitar a los estudiantes y a los docentes indicadores relevantes y periódicos acerca de la evolución y el progreso en el logro de las competencias que se hayan expresado como objetivos de aprendizaje de la asignatura. La evaluación continua comprende las asignaturas que se prevean en su Proyecto Docente.</p>		

Las asignaturas que integren sistemas de evaluación continua especificarán los elementos que aporten información al proceso. Estos elementos, así como los indicadores del progreso, del logro de los aprendizajes, los criterios para evaluar cada una de las actividades y su peso en el cómputo global de la calificación de las asignaturas deberán ser especificados en la memoria de la titulación y deberán ser públicos para los alumnos y responsables académicos en cualquier momento.

La información relativa al peso –en la calificación final– de los mecanismos de evaluación continua que se utilicen, deberá explicarse con todo detalle en el Programa Docente de la Asignatura.

Las asignaturas con evaluación continua seguirán el sistema general de calificaciones fijado por la Universidad en su Reglamento de Ordenación Académica.

Régimen de los exámenes finales

Los exámenes, tanto orales como escritos, deben realizarse, al finalizar la docencia, dentro del periodo fijado para esta finalidad en el calendario académico.

Convocatoria: Los estudiantes de la Universidad de Valladolid disponen, según establece la normativa de permanencia aprobada por el Consejo Social el 5 de mayo de 2003, de un máximo de seis convocatorias para superar cada asignatura del plan de estudios que estén cursando. Dispondrán asimismo de dos convocatorias de examen, una ordinaria y otra extraordinaria, por asignatura matriculada y curso académico. Habrá una convocatoria extraordinaria de fin de carrera a la que solo podrán concurrir aquellos estudiantes que tengan pendientes asignaturas con un número total de créditos equivalentes como máximo al cuarenta por ciento de los créditos del último curso de la titulación correspondiente.

Exámenes orales: Los exámenes orales serán públicos y su contenido será grabado en audio por el profesor. Excepcionalmente, y en la medida en que las disposiciones legales lo permitan, se podrá grabar en otro soporte atendiendo a la naturaleza del examen. Sea como fuere, el Departamento de que se trate proveerá al profesor de los medios técnicos necesarios.

Revisión de exámenes

Junto con las calificaciones provisionales de la asignatura, el profesor hará público en el tablón del Centro, Departamento o Sección Departamental y en la web de la UVA el horario, lugar y fechas en que se podrá realizar la revisión de los exámenes. El plazo de revisión tendrá lugar, como mínimo, a partir del tercer día después de la fecha de publicación de las calificaciones. En cualquier caso el periodo y horario de revisión ha de garantizar que todos los estudiantes que lo deseen puedan acceder a estas revisiones. Tras la revisión del examen ante el profesor, y en el plazo de cinco días lectivos, los estudiantes podrán solicitar, por registro, al Director del Departamento, mediante escrito razonado, la revisión de la calificación. El Director del Departamento nombrará, en el plazo de tres días lectivos, una Comisión constituida por tres profesores que no hayan participado en la evaluación, pertenecientes al área de conocimiento al que pertenezca la asignatura. La resolución que adopte el Director deberá ser conforme al informe-propuesta emitido por la Comisión. Agotada esta vía, el estudiante podrá solicitar, en el plazo de siete días lectivos, una nueva revisión de la calificación obtenida al Decano o Director del Centro, quien convocará a la Comisión de Garantías para estudiar la petición. La resolución de la Comisión de Garantías es recurrible en alzada ante el Rector, cuya resolución agotará la vía administrativa.

Conservación: Los exámenes escritos, las grabaciones y los trabajos que se empleen en la evaluación serán conservados por el profesorado responsable de la asignatura durante un periodo mínimo de un año. Una vez transcurrido este plazo, se destruirán los documentos escritos y las grabaciones de los exámenes correspondientes. No obstante lo anterior, si el material indicado formase parte de una reclamación o recurso, deberá conservarse hasta la resolución en firme.

Calificaciones: Los resultados obtenidos por los estudiantes se expresan en calificaciones numéricas de acuerdo con la escala establecida en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional. Por lo que respecta a la consideración de las asignaturas convalidadas y adaptadas, la valoración de los expedientes académicos y la certificación de las calificaciones en el expediente académico, es de aplicación lo previsto en la normativa de calificaciones aprobada por el Consejo de Gobierno.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE

<http://www.uva.es/opencms/contenidos/gobiernoUVA/Vicerrectorados/VicerrectoradoEstudiantes/SIGCalidad>

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2013
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
<p>Reconocimiento de créditos cuadro asignaturas nuevas y viejas idéntica correspondencia.</p> <p>A continuación se especifica la convalidación entre asignaturas. Todas lo hacen con la misma salvo una que aglutina lo que eran dos asignaturas. En ningún caso se podrá reconocer el TFM</p>	
Plan 2013-	Plan 2008- 2013
Comunicación y cambio social: modelos teóricos y experiencias prácticas	Teoría y técnica de la comunicación con fines sociales
Valores y estilos de vida en la modernidad tardía	Valores y estilos de vida en la sociedad del siglo XXI
La acción educativa para la comunicación con fines sociales	La acción educativa para la comunicación con fines sociales
Procesos psicosociales de recepción de la comunicación	Procesos psicosociales de recepción de la comunicación
Análisis y estrategias de Responsabilidad social corporativa	Análisis y estrategias de Responsabilidad social corporativa
Los movimientos y redes sociales: trascendencia y dinámicas	Los movimientos y redes sociales: trascendencia y dinámicas
Buenas prácticas de comunicación y educación con fines sociales desde las AA.PP.	Las administraciones públicas: acción educativa y comunicativa
Búsqueda y tratamiento de fuentes	Búsqueda y tratamiento de fuentes
Técnicas de investigación y evaluación (control de resultados) para la comunicación con fines sociales.	Campañas con fines sociales: técnicas de investigación y evaluación Control de resultados
Marketing social en empresas, administraciones públicas y tercer sector	Marketing social en empresas, administraciones públicas y tercer sector
Planificación estratégica de la comunicación responsable y con fines sociales y solidarios	Planificación estratégica en la comunicación con fines sociales: Táctica y acciones específicas
Creación de campañas con fines sociales. Creatividad responsable	Creación de campañas de comunicación con fines sociales
Prácticas profesionales en comunicación con fines sociales	Prácticas profesionales
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
4311475-40004294	Máster Universitario en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas- Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
03448597T	Ana Teresa	Pastor	López
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Plaza Alto de los Leones s/n	40005	Segovia	Segovia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
anateresa@soc.uva.es	921112300	921462519	Coordinadora del Título
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
12179219Y	Marcos	Sacristán	Represa
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Palacio de Santa Cruz. Plaza de Santa Cruz, 8	47002	Valladolid	Valladolid

EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
vicerrectorado.docencia@uva.es	983184284	983186461	Rector de la Universidad de Valladolid
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
12179219Y	Marcos	Sacristán	Represa
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Palacio de Santa Cruz. Plaza de Santa Cruz, 8	47002	Valladolid	Valladolid
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
jefatura.gabinete.estudios@uva.es	983184284	983186461	Rector de la Universidad de Valladolid

Apartado 2: Anexo 1

Nombre : justificacionV2.pdf

HASH SHA1 : V9i3fcLAjnDDE3H/s9JWkbqgYFQ=

Código CSV : 103724164870573491306427

Ver Fichero: justificacionV2.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre : informacion.pdf

HASH SHA1 : Bsys5D9U1//i9VgTEwD6fNbs2NY=

Código CSV : 95726851051792320363408

Ver Fichero: informacion.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre : planificacion.pdf

HASH SHA1 : A27HdQZsBCgPgb0P2mFuEHMu4uI=

Código CSV : 102906213943918102134335

Ver Fichero: planificacion.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre : personal.pdf

HASH SHA1 : qLV/sJiqB4Syb2yPNEhWOpSehpw=

Código CSV : 95726879941389933361125

Ver Fichero: personal.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre : otropersonal.pdf

HASH SHA1 : f8AwlKJh+ABFU7ZuBFmfdVDMnVc=

Código CSV : 95726926497689219597327

Ver Fichero: otropersonal.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre : recursosV2.pdf

HASH SHA1 : IS9kAPzeSNVqg9OtAeR5sd4Tbig=

Código CSV : 103724171581549526039609

Ver Fichero: recursosV2.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre : resultados.pdf

HASH SHA1 : 0XILCg4EX1vo0da238WYbt5I6Lk=

Código CSV : 102906229062191599239816

Ver Fichero: resultados.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre : cronograma.pdf

HASH SHA1 : JxKH9ooB5y+IW5/HqNd281OTySM=

Código CSV : 95726982209543099627655

Ver Fichero: cronograma.pdf

