

MAPA DE COMPETENCIAS

MAP OF COMPETENCES

1. TABLAS/TABLES (Ver descripción abajo/Description below)

MATERIA Y ASIGNATURAS subjects	CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS (Knowledge)	HABILIDADES O DESTREZAS (Skills)	COMPETENCIAS (Competences)
PRIMER CURSO- FIRST YEAR			
MATERIA 1 “MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN CULTURA Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL”			
<ul style="list-style-type: none"> - METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN CINE, TELEVISIÓN Y NUEVOS MEDIOS - METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN LA PERSPECTIVA DEL CAMBIO CULTURAL 	K1, K3, K4	S1, S2, S5, S8, S9	C2, C4, C5, C6
MATERIA 2 “METODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA AL MULTIMEDIA”			
<ul style="list-style-type: none"> - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA - NUEVOS MARCOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN 	K1, K2, K3, K4, K5	S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9	C1, C2, C4, C5, C6
MATERIA 3 “ESTUDIOS AVANZADOS EN CINE, TELEVISIÓN Y NUEVOS MEDIOS DIGITALES”			
<ul style="list-style-type: none"> - NUEVAS TENDENCIAS EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN - REPRESENTACIÓN EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN CONTEMPORÁNEA - GEOPOLÍTICAS DEL AUDIOVISUAL 	K2, K3, K5	S1, S2, S5, S6, S8	C1, C6
MATERIA 4 “COMUNICACIÓN Y DESARROLLO HUMANO: LA INVESTIGACIÓN EN TIEMPOS DE CAMBIO CULTURAL”			
<ul style="list-style-type: none"> - ARQUEOLOGÍA AUDIOVISUAL, MEMORIA Y PATRIMONIO CINEMATográfico - LA AGENDA INVESTIGADORA DEL CAMBIO MEDIÁTICO: PROBLEMAS Y DESAFÍOS - CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD E IMAGINARIOS SOCIALES EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN ACTUALES 	K1, K2, K4	S1, S3, S4, S6, S7, S8, S9	C1, C2, C3, C4, C5, C6
MATERIA 5 “TENDENCIAS DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN EL CONTEXTO DIGITAL”			
<ul style="list-style-type: none"> - EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN EL PROCESO DE CAMBIO SOCIAL - PERFILES PERIODÍSTICOS EMERGENTES - NUEVAS TENDENCIAS DEL PERIODISMO EN EL ÁMBITO DE LOS CONTENIDOS 	K2, K4, K5	S2, S3, S5, S6, S7, S8, S9	C1, C3, C4, C6
MATERIA 6 “CRITERIOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EN ENTORNOS MULTIMEDIA”			
<ul style="list-style-type: none"> - INVESTIGACIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA EMPRESA MULTIMEDIA - SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES - NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO EN LA COMUNICACIÓN 	K5	S3, S4, S5, S7, S9	C3, C5, C6
MATERIA 7 “INICIACIÓN A LA INVESTIGACIÓN”			
- INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN. TALLER DE ESCRITURA ACADÉMICA Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS	K2, K4	S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S9	C1, C2, C3
MATERIA 7 “TRABAJO FIN DE MÁSTER”			
- Trabajo Fin de Máster	K4	S1, S2, S4, S5, S6, S8, S9	C1, C2, C3, C4, C5, C6



2. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS/DESCRIPTION OF LEARNING OUTCOMES AND COMPETENCES

- **CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS / KNOWLEDGE:**
 - K1. Comprender los conceptos técnicos inherentes a la investigación en comunicación.
 - K2. Identificar y describir las principales tendencias digitales en el campo de la investigación en comunicación.
 - K3. Comprender y explicar los aspectos claves de las teorías de la comunicación.
 - K4. Categorizar y describir los métodos, técnicas y herramientas necesarias para realizar trabajos de investigación social en comunicación.
 - K5. Adquirir un conocimiento en profundidad sobre los actuales retos de la comunicación en el campo de los contenidos digitales.
- **HABILIDADES O DESTREZAS / SKILLS:**
 - S1. Aplicar los conocimientos adquiridos a los nuevos entornos comunicativos y desarrollar el potencial de resolución de problemas implícito en dicho bagaje conceptual y teórico.
 - S2. Analizar y utilizar bases de datos y sistemas de información con el fin de detectar problemáticas y activar sus soluciones sobre la base del conocimiento científico y tecnológico. Su objetivo es que demostren un conocimiento en los sistemas documentales y los procesos de tratamiento de datos aplicados al campo de la comunicación.
 - S3. Liderar o colaborar en la puesta en marcha de una amplia variedad de proyectos relacionados con la investigación en comunicación.
 - S4. Tener capacidad para la toma de decisiones, la organización y la planificación en proyectos relacionados con la comunicación de instituciones públicas.
 - S5. Aplicar la metodología y los recursos investigadores a la búsqueda de la optimización y mejora de los procesos de comunicación en contextos convergentes.
 - S6. Comprender la importancia de seleccionar la información relevante y adaptada a la resolución de los problemas comunicativos objeto de su estudio, en un contexto, como el actual, en el que conviven la sobreabundancia comunicativa y la desinformación.
 - S7. Saber trabajar en equipos multidisciplinares.
 - S8. Tener capacidad de lectura, análisis, valoración crítica y síntesis de conocimiento en el ámbito competencial del Máster Universitario en Investigación en Comunicación.
 - S9. Tener herramientas metodológicas y teóricas para establecer una actitud de creatividad y proactividad en la búsqueda de soluciones.
- **COMPETENCIAS / COMPETENCES:**
 - C1. Adquisición de autonomía criterio para reconocer las nuevas situaciones comunicativas en un mundo cambiante, con objeto de, una vez identificadas, poder entender y enfrentarse a dichas situaciones en la tarea investigadora.
 - C2. Reconocimiento y autonomía en el desarrollo de los métodos clásicos de investigación y nuevos cruces metodológicos adecuados a la cambiante situación comunicativa actual.
 - C3. Comunicar las conclusiones de su análisis tanto al público académico como al público en general, así como en el seno de empresas e instituciones.
 - C4. Autonomía en el marco del desarrollo de su propia tesis doctoral, para trabajar de acuerdo con los principios de contraste y verificación de fuentes, desarrollos teóricos adecuados al tema, capacidad de formular hipótesis y utilización de un estilo propio y de un lenguaje claro, preciso y sin ambigüedades.
 - C5. Autonomía y responsabilidad para desarrollar una labor investigadora desde puestos directivos en instituciones y empresas en el nuevo marco convergente y multimedia.
 - C6. Autonomía y rendición de cuentas para desarrollar un trabajo de investigación innovador, tanto desde el punto de vista teórico como desde el operativo-metodológico, centrado en los grandes retos que el actual sistema comunicativo plantea.