**PROPUESTA DE GRADO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Título nuevo | | Título o grupo que extingue (en su caso) | | |
| **GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL** | |  | | |
| Justificación | | | | |
| Justificación del interés académico, científico y/o profesional, así como  de su interés en el contexto social y en la estrategia de la universidad: (máximo250 palabras)    La significativa y progresiva implantación de los estudios universitarios de Comunicación Audiovisual en el conjunto de la Universidad española a lo largo de los últimos veinticinco años (1993-2018) ofrece y tiene en su haber numerosos hitos y referentes institucionales, académicos y científicos que avalan su interés profesional, científico y académico, así como justifican el título propuesto.  En la actualidad los estudios de Comunicación Audiovisual cuentan con una importante demanda en el Sistema Universitario español. El Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación elaborado por ANECA en 2005, incluye un estudio sobre la demanda de esta titulación según el cual desde 1999 a 2004 la Licenciatura en Comunicación Audiovisual ha incrementado año tras año el número de alumnos matriculados.  El crecimiento en la oferta de titulaciones universitarias del campo de la Comunicación vivido en España desde finales de los noventa hasta la actualidad no puede entenderse sin tener en cuenta procesos socioeconómicos como la implantación de los canales de televisión privada (finales de los 80’ y comienzos de los 90’), la revolución digital (implantación de Internet, auge de redes sociales virtuales, etc.) o la expansión del mercado audiovisual. A pesar de las limitaciones de estos procesos, es indudable que actúan como activadores de la demanda de profesionales del campo de la Comunicación con una cualificación adaptada a las nuevas necesidades.  La reestructuración de los estudios universitarios de Comunicación que se ha llevado a cabo en España en los últimos años obedece a un doble proceso: 1) a la maduración, autonomía y delimitación del campo de la investigación en Comunicación; 2) a las necesidades económicas y sociales que van tomando forma en el contexto español, que actúan como catalizador de la diversificación de estos estudios y de la inclusión en los planes de estudios de temáticas que conectan más y mejor con las demandas sociales. | | | | |
| Nº de plazas previstas: 60 | | | |  |
| Oferta de créditos: 240 ECTS | | | |  |
| Prácticas externas. | No | | Nº de créditos: | |
| Virtualización | No | | Nº de créditos: | |
| Título bilingüe o en otro idioma | No | | Nº de créditos: | |
| Observaciones: | | | | |
|  |  |  |  |  |

**Esquema general del Gro**

Distribución general de créditos del título:

|  |  |
| --- | --- |
| **Formación básica (FB)** | 60 |
| **Obligatorias (B)** | 108 |
| **TFG (TFG)** | 6 |
| **Optativos (OP)** | 66 |
| **Total** | 240 |

**Plan de estudios.**

| **MÓDULO** | | **Distribución de los módulos en materias o asignaturas propuestas** | **CARÁCTER** | **CRÉD** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| BÁSICO DE  CIENCIAS  SOCIALES  36 Créditos | MBCS | Psicología social de la comunicación | BÁSICA | 6 |
| Teoría de la comunicación | BÁSICA | 6 |
| Derecho de la comunicación | BÁSICA | 6 |
| Economía | BÁSICA | 6 |
| Historia económica y social | BÁSICA | 6 |
| Sociología | BÁSICA | 6 |
| BÁSICO DE  COMUNICACIÓN  24 Créditos | MBC | Teoría de la imagen | BÁSICA | 6 |
| Estructura de la publicidad y las RR.PP. | BÁSICA | 6 |
| Herramientas informáticas para la comunicación | BÁSICA | 6 |
| La lengua española en la comunicación | BÁSICA | 6 |
| TEORÍA E  INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  12 Créditos | TICA | Teoría de la comunicación audiovisual y digital | OBLIGATORIA | 6 |
| Métodos y técnicas de investigación en comunicación | OBLIGATORIA | 6 |
| HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  12 Créditos | HCA | Historia de la radio y de la televisión | OBLIGATORIA | 6 |
| Historia del cine | OBLIGATORIA | 6 |
| TÉCNICAS Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL  18 Créditos | TRA | Realización 1 | OBLIGATORIA | 6 |
| Realización 2 | OBLIGATORIA | 6 |
| Producción y realización de radio | OBLIGATORIA | 6 |
| PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS AUDIOVISUALES  18 Créditos | PTA | Tecnología audiovisual y multimedia | OBLIGATORIA | 6 |
| Edición y postproducción | OBLIGATORIA | 6 |
| Técnica aplicada de la fotografía | OBLIGATORIA | 6 |
| GUIÓN Y NARRATIVA AUDIOVISUALES  12 Créditos | GNA | Guion audiovisual y multimedia | OBLIGATORIA | 6 |
| Narrativa audiovisual y digital | OBLIGATORIA | 6 |
| GESTIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL  12 Créditos | GPA | Producción audiovisual 1 | OBLIGATORIA | 6 |
| Producción audiovisual 2 | OBLIGATORIA | 6 |
| ECONOMÍA, POLÍTICAS DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CAMBIO SOCIAL  12 Créditos | EPCACS | Comunicación para el desarrollo y el cambio social | OBLIGATORIA | 6 |
| Estructura de la comunicación audiovisual | OBLIGATORIA | 6 |
| TRABAJO FIN DE GRADO | TFG | Trabajo fin de grado | TFG | 6 |
| IMAGEN, DISEÑO Y CULTURA AUDIOVISUAL  12 Créditos | IDCA | Teoría e historia de la fotografía | OBLIGATORIA | 6 |
| Música y comunicación Audiovisual | OBLIGATORIA | 6 |
| MODULO OPTATIVO |  | Cultura digital y comunicación participativa | OPTATIVA | 6 |
| Historia del cine español | OPTATIVA | 6 |
| Infografía y motion graphics aplicados a la comunicación audiovisual | OPTATIVA | 6 |
| Habilidades comunicativas y emocionales en Comunicación audiovisual y publicidad | OPTATIVA | 6 |
| Realización audiovisual publicitaria | OPTATIVA | 6 |
| Género y comunicación audiovisual | OPTATIVA | 6 |
| Análisis del discurso audiovisual | OPTATIVA | 6 |
| Comunicación en la web y en redes sociales | OPTATIVA | 6 |
| Marketing Digital para medios audiovisuales | OPTATIVA | 6 |
| Creación de empresas | OPTATIVA | 6 |
| Prácticas en empresas | OPTATIVA | 12 |
| Estrategias de comunicación aplicadas a la promoción de productos audiovisuales | OPTATIVA | 6 |
| Audiencias y estrategias de programación | OPTATIVA | 6 |
| Desarrollo de contenidos interactivos multiplataforma | OPTATIVA | 6 |