

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1. MATERIAS TRONCALES								
ciclo	curso (2)	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza, diversifica la materia troncal (3)	créditos anuales (4)			breve descripción del contenido	vinculación a áreas de conocimiento
				TOTAL	TEOR.	PRAC		
1	1	Análisis del entorno social y su evolución histórica.	Historia Universal Contemporánea	4T + 2A	4T + 1A	1A	Evolución histórica de las realidades en el mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social.	- Hª CONTEMPORÁNEA - Hª DEL DERECHO Y LAS INSTITUCIONES - Hª DEL PENSAMIENTO Y DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS - Hª E INSTITUC. ECONÓMICAS - SOCIOLOGÍA - CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN
1	2	Análisis del entorno social y su evolución histórica	Sociología	4	3	1	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social	- SOCIOLOGÍA - CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN - Hª CONTEMPORÁNEA - Hª DEL DERECHO Y LAS INSTITUCIONES - Hª DEL PENSAMIENTO Y DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS - Hª E INSTITUC. ECONÓMICAS
1	1	Comunicación e Información Escrita	Tecnología de la Información Escrita	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología de los medios impresos y electrónicos	PERIODISMO COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	2	Comunicación e Información Escrita.	Redacción Periodística y de la Comunicación Colectiva	6	3	3	Estudio y capacitación en el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos	- PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	1	Lengua	Lengua Española	8	4	4	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española	FILOLOGÍA ESPAÑOLA

1. MATERIAS TRONCALES

ciclo	curso (2)	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza, diversifica la materia troncal (3)	créditos anuales (4)			breve descripción del contenido	vinculación a áreas de conocimiento
				TOTAL	TEOR.	PRAC		
1	1	Publicidad y Relaciones Públicas	Teoría general de la Publicidad	6	3	3	Introducción teórico-práctica a la publicidad y a sus estructuras organizativas	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	2	Publicidad y relaciones públicas	Fundamentos de las Relaciones Públicas	6	3	3	Introducción teórico-práctica a las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	1	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información.	Teoría de la Comunicación	5T + 1A	4T + 1A	1	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	- SOCIOLOGÍA - PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA SOCIAL
1	2	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	Teoría de la Información	5T + 1A	4T + 1A	1	Estudio de los elementos, formas procesos y estructuras de la información, así como de los métodos de investigación en información. Evolución histórica.	- PERIODISMO - SOCIOLOGÍA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA SOCIAL
1	3	Documentación Informativa	Documentación	6	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación	- BIBLIOTECOMÍA Y DOCUMENTACIÓN - PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	2	Comunicación e Información Audiovisual	Tecnología de los Medios Audiovisuales	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología de los medios audiovisuales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO
1	3	Comunicación e Información Audiovisual	Información Audiovisual	6	3	3	Estudio y capacitación en el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales	- PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	4	Narrativa audiovisual	Narrativa audiovisual	6	3	3	Sistemas y procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO
2	5	Narrativa Audiovisual	Narrativa Fílmica y Televisiva	6	1	5	Sistemas y procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO

1. MATERIAS TRONCALES

ciclo	curso (2)	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza, diversifica la materia troncal (3)	créditos anuales (4)			breve descripción del contenido	vinculación a áreas de conocimiento
				TOTAL	TEOR.	PRAC		
2	4	Estructura del sistema audiovisual	Empresa Audiovisual I: Cine	4T + 2A	2T + 1A	2T + 1A	Descripción de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas soportes y receptores.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - PERIODISMO
2	5	Estructura del sistema audiovisual	Empresa Audiovisual II: radio	4	2	2	Investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios soportes y receptores	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - PERIODISMO
2	4	Teoría de la Comunicación Audiovisual	Historia General de la Imagen I	4T + 2A	3T + 2A	1	Conceptualización y análisis de las representaciones icónicas y acústicas y de su evolución histórica	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO
2	4	Teoría de la Comunicación Audiovisual	Análisis de la Imagen I	3T + 1A	2T + 1A	1	Conceptualización y análisis de las representaciones icónicas y acústicas.	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO
2	4	Producción y realización audiovisuales	Producción Audiovisual I	6	3	3	Técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus fases (de producción).	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	4	Producción y realización audiovisuales	Realización Audiovisual	7T + 1A	1T + 1A	6	Técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus fases (de realización).	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	4	Derecho de la información	Derecho de la Información y la Comunicación I	4	3	1	Régimen jurídico de la información y la comunicación. Estudio teórico en mensajes, medios y sujetos	- DERECHO ADMINISTRATIVO - DERECHO CONSTITUCIONAL
2	5	Derecho de la información	Derecho de la Información y la Comunicación II	3T + 1A	2T + 1A	1	Información y derechos fundamentales. Plasmación en la Constitución Española. Supuestos prácticos en mensajes, medios y sujetos. Expresión supranacional de estos derechos y libertades	- DERECHO CONSTITUCIONAL - DERECHO ADMINISTRATIVO

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)(1)							
Ciclo	curso (2)	denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			tot.	teor.	prác		
1	1	PRINCIPIOS DE ECONOMÍA	6	5	1	Estudio de los conceptos básicos de la macroeconomía y de la microeconomía	- ECONOMÍA APLICADA - FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
1	1	ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN	4	3	1	Organización de los sistemas de medios de comunicación. Infraestructuras y redes. Flujos de información y grados de concentración	- PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	1	INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS JURÍDICAS	4	3	1	Conceptos básicos del derecho. Teoría General del Derecho y del Estado	- FILOSOFÍA DEL DERECHO MORAL Y POLÍTICA
1	1	TEORÍA GENERAL DE LA IMAGEN	6	3	3	Estudio teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de la comunicación visual	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	2	HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	6	5	1	Evolución histórica de los distintos fenómenos de la comunicación social y de los medios a través de los cuales se produce	- PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	2	ANÁLISIS DE TEXTOS	4	1	3	Análisis de los procedimientos lingüísticos de textos, con referencia a los procesos de literaturidad	- FILOLOGÍA ESPAÑOLA
1	2	ESTRUCTURA SOCIAL	4	3	1	Estudio comparado de las instituciones y procesos básicos de la sociedad española actual	- SOCIOLOGÍA
1	2	FUNDAMENTOS PSICOSOCIALES DE LA INFORMACIÓN	4	3	1	Estudio de los principios psicosociales de los procesos informativos	- PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA SOCIAL
1	3	TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL	6	3	3	Introducción, desde un punto de vista tecnológico de los distintos equipos y soportes que se utilizan en la emisión, transmisión y difusión de la producción audiovisual	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	3	LITERATURA Y MEDIOS AUDIOVISUALES	6	5	1	Análisis de la relación cine/literatura y su mutua dependencia, a través de las teorías críticas existentes. La influencia cinematográfica en la literatura contemporánea	- FILOLOGÍA ESPAÑOLA

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)(3)

Ciclo	curso (2)	denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			tot.	teor.	prác		
1	3	MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS	6	5	1	Análisis y evolución de las manifestaciones artísticas producidas tras 1850, con especial énfasis en las relaciones con la comunicación y los <i>mass media</i>	- HISTORIA DEL ARTE - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	3	MARKETING	4	3	1	Comprensión del marketing de los principios fundamentales que regulan la actividad del producto comunicativo en especial el audiovisual, estudiando el mercado, la competencia, las políticas de precio, distribución y promoción, y el planteamiento de acciones estratégicas para identificar los segmentos de clientela más rentable.	- COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
2	4	IMAGEN CORPORATIVA I	6	5	1	Estudio de la metodología necesaria para analizar el "estado corporativo" de una organización en cuanto a sus políticas de gestión se refiere y de los instrumentos para evaluar mediante auditoría, su imagen corporativa y proponer una estrategia específica para su desarrollo	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	4	SOCIOLOGÍA DEL CINE Y LA TELEVISIÓN	6	5	1	Marcos teóricos en el análisis sociológico del cine y la televisión: tradición norteamericana: las escuelas europeas; el enfoque antropológico. El cine y la televisión. La representación de lo social. La percepción de la realidad a través del cine y la televisión. El público: sociología del espectador	- SOCIOLOGÍA
2	4	RELACIONES INTERNACIONALES EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES	4	3	1	Estudio de las relaciones internacionales y de sus antecedentes históricos con especial referencia a los medios audiovisuales	- DERECHO INTERNACIONAL PÚBLICO Y RELACIONES INTERNACIONALES
2	4	ETICA DE LA IMAGEN	4	3	1	Estudio de los contenidos éticos de la comunicación audiovisual	- FILOSOFÍA DEL DERECHO MORAL Y POLÍTICA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	IMAGEN CORPORATIVA II	4	3	1	Fundamentos para la gestión estratégica de la imagen corporativa de una organización, una vez conocidos el "estado corporativo" y la estrategia de imagen a seguir	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	RADIO Y TELEVISIÓN INFORMATIVOS	4	1	3	Estudio de las habilidades comunicativas y tecnológicas de la radio y la televisión informativas y de los códigos que utilizan para la elaboración de la actualidad y en la construcción social de la realidad. Análisis y construcción de los textos informativos para la producción y difusión radifónica y televisiva	- PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)(6)

Ciclo	curso (2)	denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			tot.	teor.	prác		
2	5	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL II	6	3	3	Profundización en el estudio de las técnicas de producción. Ubicación del sector de la producción en el marco de la comunicación audiovisual, con el fin de analizar las relaciones de interdependencia con los otros sectores-distribución, exhibición/difusión-	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	NARRATIVA RADIOFÓNICA	4	1	3	Aplicación de los principios de la poética del relato audiovisual al análisis y construcción de los textos narrativos en radio	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	REALIZACIÓN DE TELEVISIÓN	4	1	3	Estudio teórico-práctico de los diferentes procesos creativos que se dan en la elaboración de los distintos programas de televisión	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	PROGRAMACIÓN AUDIOVISUAL	6	3	3	Análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica; variables influyentes en su configuración y procesos comunicativos y espectaculares por ella generados. Criterios utilizados en la elaboración de las parrillas programativas y los procesos comunicativos que se vehiculan a través de ellos	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	ANÁLISIS DE LA IMAGEN II	4	1	3	Profundización en el análisis de las representaciones icónicas y acústicas. Aplicación desde una perspectiva metodológica y pluridisciplinar de análisis e investigación	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	EMPRESA AUDIOVISUAL III: TELEVISIÓN	4	2	2	Estudio teórico-práctico del marco jurídico y económico de la empresa audiovisual, de sus recursos y mercados en el campo de la televisión	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	HISTORIA GENERAL DE LA IMAGEN II	6	5	1	Profundización en el análisis de la evolución histórica de las representaciones icónicas, de los procesos de iconización, soportes, instrumentos e interacciones; con especial referencia al período comprendido desde la prensa periódica y la fotografía hasta nuestros días.	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	5	REALIZACIÓN CINEMATOGRAFICA	4	1	3	Estudio de la trama conceptual y las principales técnicas cinematográficas concernientes a la realización de discursos fílmicos. Autores más representativos. Interrelación de éstos conocimientos con trabajos experimentales en soporte videográfico.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

- 1.- Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.
- 2.- La especificación por cursos es opcional para la Universidad
- 3.- Libremente decidida por la Universidad

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas(1):48 - por ciclo:24 - por curso;	
DENOMINACION (2)	Créditos anuales			BREVE DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	tot.	teor.	prác.		
TALLER DE IMAGEN (1º ciclo)	4	1	3	Establecimiento de las variables de lectura y análisis de la imagen a partir de una perspectiva metodológica y pluridisciplinar	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
HISTORIA DEL ARTE (1º ciclo)	4	3	1	Análisis diacrónico y sincrónico de las manifestaciones artísticas con especial atención a las más recientes metodologías para su estudio en sintonía con los <i>mass media</i> .	- HISTORIA DEL ARTE - ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TEORÍA DE LA CULTURA Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (1º ciclo)	4	3	1	Introducción a la investigación de la cultura desde la perspectiva metodológica de las ciencias sociales. Perspectiva histórica del problema y principales escuelas. Relación con las tendencias globales del mercado e incidencia de la investigación sobre la cultura en la investigación de la comunicación audiovisual.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
OPINIÓN PÚBLICA (1º ciclo)	4	3	1	Estudios de las formas y procesos mediante los que se configura la opinión pública	- SOCIOLOGÍA
EMPRESAS DE COMUNICACIÓN (1º ciclo)	4	1	3	Introducción al estudio teórico-práctico de las peculiaridades empresariales de la comunicación. De sus recursos y mercados en el mundo actual	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
INDUSTRIAS CULTURALES (1º ciclo)	4	3	1	Estudio de la industrialización de la cultura, de sus procesos de trabajo y valorización. Análisis de las interrelaciones entre productos y sectores culturales	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - SOCIOLOGÍA
TEORÍA DEL ARTE (1º ciclo)	4	3	1	Aspectos teóricos y metodológicos que fundamentan la creación de la obra de arte y permiten su análisis integral	- ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES - HISTORIA DEL ARTE
COMUNICACIÓN AUDITIVA (1º ciclo)	4	3	1	Estudio de los fundamentos teóricos del sonido comunicativo y de sus formas y sistemas, así como de lo referente a las industrias del audio y a las audiencias. Métodos de análisis y de investigación.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas(1):48	
DENOMINACION (2)	Créditos anuales			BREVE DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	tot.	teor.	prác.		
HISTORIA DEL TEATRO (1ºciclo)	4	3	1	Principales movimientos y autores teatrales con especial dedicación a los mitos del teatro universal, susceptibles de continua adaptación a otros medios de comunicación audiovisual.	- FILOLOGÍA ESPAÑOLA
LOS SOPORTES DE LA COMUNICACIÓN DEL TEXTO LITERARIO (1ºciclo)	4	3	1	Análisis de los canales de comunicación de textos literarios y de su dependencia formal respecto a ellos	- FILOLOGÍA ESPAÑOLA
HISTORIA DE LA MÚSICA (1ºciclo)	4	3	1	Evolución histórica desde el fenómeno musical: principales estilos y compositores.	- MÚSICA - HISTORIA DEL ARTE - ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES
ESTÉTICA MUSICAL (1ºciclo)	4	3	1	Estudio de la belleza en el fenómeno musical y de los criterios para su apreciación y fruición, y su aplicación al ámbito audiovisual	- MÚSICA - ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN (1ºciclo)	4	3	1	Perspectivas sociológicas de las comunicación de masas: Estudio de las conexiones entre el mundo de las información y la comunicación con la estructura social	- SOCIOLOGÍA
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL (1ºciclo)	4	3	1	Análisis teórico y metodológico de la comunicación cara a cara enfocado especialmente desde los contextos en que se producen este tipo de procesos	- SOCIOLOGÍA - PSICOLOGÍA SOCIAL
ESTADÍSTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (1ºciclo)	4	1	3	Conocimiento de las herramientas estadísticas necesarias para la aplicación del análisis cuantitativo orientado a la investigación en temas de comunicación audiovisual.	- ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
MÉTODOS DE CREATIVIDAD (1ºciclo)	4	1	3	Análisis y aplicación de las técnicas productivas y de las estrategias heurísticas y didácticas para la invención, organización y construcción innovadoras de mensajes originales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL (1ºciclo)	4	1	3	Análisis de las técnicas y destrezas profesionales del uso e la voz en los medios audiovisuales	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
PSICOLOGÍA APLICADA A LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (1ºciclo)	4	3	1	Análisis de los procesos cognitivos, de la recepción, representación, memoria, modelos, esquemas, conceptos e imagen de la comunicación audiovisual	- PSICOLOGÍA BÁSICA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
LA LENGUA ESPAÑOLA Y LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (1ºciclo)	4	3	1	Análisis de la normalización y/o disidencia funcional en la utilización de la lengua española en los medios audiovisuales. Contribución a la corrección idiomática	- FILOLOGÍA ESPAÑOLA

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas(1):48	
DENOMINACION (2)	Créditos anuales			BREVE DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	tot.	teor.	prác.		
SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO (1º ciclo)	4	3	1	Principios básicos de la actual sociología del consumo de bienes. Estructura social del consumo en la sociedad española, con expresa referencia a los procesos de comunicación de masas	- SOCIOLOGÍA
COMUNICACIÓN POLÍTICA (1º ciclo)	4	3	1	Estudio de la relación que fluye desde los medios de comunicación hacia la acción política y de la relación que emana desde el sistema político hacia los medios de comunicación	- SOCIOLOGÍA - PERIODISMO - CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN
ARTE ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO (1º ciclo)	4	3	1	Análisis y evolución de las manifestaciones artísticas producidas en España desde la Restauración, con especial énfasis en las relacionadas con la comunicación y los <i>mass media</i> .	- HISTORIA DEL ARTE - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA FOTOGRAFÍA (2º ciclo)	4	1	3	Introducción al estudio y aplicación de las representaciones fotográficas, de sus elementos del lenguaje y de las técnicas (revelado, positivado, iluminación, etc.)	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - OPTICA
DISEÑO GRÁFICO (2º ciclo)	4	1	3	Análisis general del diseño gráfico, de sus técnicas y materiales. Principios de composición, instrumentos y escuelas que han determinado su desarrollo e importancia. Influencia de la tecnología e incidencia en las tendencias de la estética contemporánea.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - DIBUJO
DIDÁCTICA Y PEDAGOGÍA AUDIOVISUAL (2º ciclo)	4	1	3	Análisis de los procesos de representación, comprensión y aprendizaje en los textos audiovisuales. Análisis de las teorías, técnicas y procedimientos para su aplicación al diseño educativo audiovisual.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - DIDÁCTICA Y ORGANIZACIÓN ESCOLAR
FUENTES DE INVESTIGACIÓN DEL CINE ESPAÑOL	4	1	3	Metodología de la búsqueda de las fuentes históricas existentes del cine español. Análisis de los distintos períodos históricos del desarrollo de nuestro cine y su vinculación las diferentes etapas sociales y políticas	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TEORÍA Y ESTÉTICA DE LA TELEVISIÓN Y EL VIDEO (2º ciclo)	4	3	1	Estudio de la televisión y el vídeo desde las diferentes perspectivas teóricas y estéticas	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TEORÍA E HISTORIA DE LAS NARRACIONES GRÁFICAS (2º ciclo)	4	3	1	Estudio de las narraciones gráficas (cómic, historietas y relatos dibujados) desde la historia del arte y de la imagen y su relación con la vida social. Análisis de sus formas de producción y difusión y de las técnicas e instrumentos que permiten realizarlas.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

- por ciclo:24
- por curso:

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas(1):48	
DENOMINACION (2)	Créditos anuales			BREVE DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	tot.	teor.	prác.		
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL (2ºciclo)	4	3	1	Estudio teórico-práctico de los principales métodos y técnicas de la investigación social.	- SOCIOLOGÍA
RADIO Y TELEVISIÓN LOCALES (2ºciclo)	4	3	1	Análisis de las condiciones técnicas sociológicas y pragmáticas e la radio y la televisión en el ámbito de las comunidades locales	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
REALIZACIÓN EN VÍDEO (2ºciclo)	4	1	3	Profundización en la realización en vídeo. Limitaciones y posibilidades expresivas. Planteamientos prácticos.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
GUIÓN DE CINE (2º ciclo)	4	1	3	Análisis y aplicación práctica de las estructuras narrativa y dramática del relato audiovisual. Diseño de las estrategias narrativas para la elaboración de los textos cinematográficos y de los modelos de su propuesta literaria en orden a su producción y realización.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
SONORIZACIÓN DEL AUDIOVISUAL Y DEL ESPECTÁCULO (2ºciclo)	4	1	3	Estudio y realización de bandas sonoras para todo producto audiovisual y la sonorización de recintos y espectáculos.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
GUIÓN DE RADIO (2º ciclo)	4	1	3	Análisis y aplicación práctica de las estructuras narrativa y dramática del relato audiovisual, del diseño de las estrategias narrativas para la elaboración de los textos radiofónicos y de los modelos de su propuesta literaria en orden a su producción y realización	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
POSTPRODUCCIÓN EN VÍDEO (2ºciclo)	4	1	3	Posibilidades estéticas y expresivas de las últimas fases de producción y de los discursos audiovisuales, mediante la utilización de los diferentes instrumentos, ya sean analógicos o digitales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
ESTRUCTURA DEL SISTEMA AUDIOVISUAL EUROPEO (2ºciclo)	4	1	3	Estudio de la conformación de los medios, empresas y grupos audiovisuales en Europa. De su evolución, estrategias e interrelaciones.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
FOTOGRAFÍA INFORMATIVA (2ºciclo)	4	1	3	Estudio de las técnicas de expresión de la fotografía en su función informativa, como medio autónomo. Aplicaciones y evolución de sus posibilidades creativas.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO
DIRECCIÓN DE ACTORES (2ºciclo)	4	1	3	Estudio y análisis de las diferentes teorías concebidas para transmitir al espectador ideas, sensaciones o sentimientos valiéndose de la mediación de un intérprete. Análisis y puesta en práctica de las distintas técnicas de dirección que se han venido utilizando a lo largo de la historia.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas(1):48 - por ciclo:24 - por curso:	
DENOMINACION (2)	Créditos anuales			BREVE DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	tot.	teor.	prác.		
ANÁLISIS DE CONTENIDO EN MEDIOS AUDIOVISUALES (2ºciclo)	4	3	1	Historia y estructura del método de análisis de contenido y su aplicación a los elementos icónicos y auditivos de los medios audiovisuales. Su utilización en los procesos de investigación audiovisual.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO (2ºciclo)	4	3	1	Estudio de los procesos de construcción de la comunicación política, análisis de identidad institucional y estrategias de comunicación que se elaboran en el contexto de la publicidad política.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN - COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
PRAGMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (2ºciclo)	4	3	1	Análisis semi-discursivo y sociocultural del fenómeno audiovisual y de su relación con sus condiciones de producción y de consumo.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TÉCNICAS DE ILUMINACIÓN (2ºciclo)	4	1	3	Análisis de los medios y técnicas adecuados para la creación del ambiente escénico, así como para la obtención de un registro de calidad.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - OPTICA
VIDEOARTE (2ºciclo)	4	1	3	El vídeo como forma de expresión artística y de su protagonismo en la escritura audiovisual contemporánea. Presencia del vídeo en el contexto de los sistemas de representación audiovisuales. Peculiaridades de la creación videográfica.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - HISTORIA DEL ARTE
SISTEMAS MULTIMEDIA (2ºciclo)	4	1	3	Estudios de las características tecnológicas y pragmáticas resultantes de la interacción y comunicación.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA (2ºciclo)	4	3	1	Estudio de las estructuras comunicativas y de las técnicas expresivas y de producción de la radio. Evolución histórica y prospectiva.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
REALIZACIÓN RADIOFÓNICA (2ºciclo)	4	1	3	Estudio teórico-práctico de las técnicas y formas expresivas radiofónicas, con especial atención a los diferentes fenómenos y formatos especializados.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
NUEVAS TECNOLOGÍAS AUDIOVISUALES (2ºciclo)	4	3	1	Formalización y sistematización de las aportaciones que las nuevas tecnologías ofrecen en el campo audiovisual. Estudio de su implantación en los procesos de creación-producción y difusión, y en la generación de nuevos medios.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas(1):48	
DENOMINACION (2)	Créditos anuales			BREVE DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	tot.	teor.	préc.		
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA (2ºciclo)	4	1	3	Estudio teórico-práctico de las técnicas y formas expresivas radiofónicas, con especial atención a los diferentes fenómenos y formatos especializados.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
INFOGRAFÍA Y ANIMACIÓN (2ºciclo)	4	1	3	Aplicaciones de las tecnologías digitales a la generación y animación de imágenes en movimiento. Estudio teórico-práctico de sus aportaciones expresivas.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
MONTAJE Y EDICIÓN AUDIOVISUAL (2ºciclo)	4	1	3	Procesos de montaje y edición en los distintos medios audiovisuales. Diversos métodos que se utilizan de acuerdo al tipo de discurso audiovisual que se desea realizar.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
DISEÑO GRÁFICO DEL PRODUCTO (2ºciclo)	4	1	3	Estudio de las técnicas gráficas aplicadas al diseño del producto y su embalaje.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TELEVISIÓN Y VANGUARDIA (2ºciclo)	4	3	1	Análisis de la creación televisiva de vanguardia y sus conexiones con la experimentación artístico-audiovisual.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
CINE EUROPEO CONTEMPORÁNEO (2ºciclo)	4	3	1	Análisis de la identidad cultural europea en su vinculación a los llamados "cines nacionales". Diferenciación con los modos de producción del cine industrial norteamericano.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - HISTORIA DEL ARTE
RADIOTELEVISIÓN EDUCATIVA (2ºciclo)	4	3	1	Fundamentos y procesos pedagógicos, psicológicos y culturales de la acción formativa de los medios audiovisuales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
CRÍTICA DE CINE; TELEVISIÓN Y VIDEO (2ºciclo)	4	3	1	Historia de la crítica cinematográfica, televisiva y videográfica, atendiendo a su condición de ejercicio literario dentro del género periodístico, y a su estrecha relación con los medios audiovisuales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
CINE Y VIDEO CIENTÍFICOS Y DE INVESTIGACIÓN (2ºciclo)	4	1	3	Criterios que rigen la realización de un tipo de programas cuyo fin es fundamentalmente pedagógico o divulgativo. Análisis de los tipos de redacción más frecuentes.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
GUIÓN DE TELEVISIÓN (2ºciclo)	4	1	3	Análisis y aplicación práctica de las estructuras narrativa y dramática del relato audiovisual, del diseño de las estrategias narrativas para la elaboración de los textos televisivos y de los modelos de su propuesta literaria en orden a su producción y realización.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas(1):48 - por ciclo:24 - por curso:	
DENOMINACION (2)	Créditos anuales			BREVE DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	tot.	teor.	prác.		
DOBLAJE (2ºciclo)	4	1	3	Estudio de los procesos que se llevan a cabo para el doblaje y sonorización de programas audiovisuales en distintos medios y soportes.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
DIRECCIÓN ARTÍSTICA (2ºciclo)	4	1	3	Análisis y puesta en práctica de los diferentes componentes de la dirección artística: creación de decorados, ambientación, localizaciones, vestuario, etc.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
DOCUMENTACIÓN DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (2ºciclo)	4	3	1	Estudio y análisis de los sistemas de documentación específicos de la comunicación audiovisual	- BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
VIDEO EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL (2ºciclo)	4	1	3	Estudio de los aspectos específicos que debe cumplir un video corporativo: selección e atributos de identidad, estilo de comunicación de la empresa o institución, adecuación cultural, etc. Fundamentos metodológicos para su creación y análisis.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO
PROGRAMAS DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA (2ºciclo)	4	3	1	Estudio de los principios y funciones de la identidad visual y de la metodología para la creación de un manual de normas para la identidad gráfica.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

1.- Se expresará el tal de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

2.- Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso y ciclo.

3.- Libremente decidida por la Universidad

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

(1) LICENCIADO EN COMUNICACION AUDIOVISUAL

2. ENSEÑANZAS DE PRIMER Y SEGUNDO CICLO (2)

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

(3) FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 334 CRÉDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1º	32	20	4	4	---	60
	2º	28	18	8	6	---	60
	3º	12	22	12	14	---	60
II CICLO	4º	40	20	12	6	---	78
	5º	14	46	12	4	---	76
	---	---	---	---	---	---	---

(1) Se indicará lo que corresponda.

(2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R.D. 1497/87 (de 1º ciclo, de 1º y 2º ciclo; de sólo 2º ciclo) y las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas por dicho Centro.

(4) Dentro de los límites establecidos por el R.D. de directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate.

(5) Al menos el 10% de la carga lectiva "global".

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO (6).

6. [] SE OTORGARÁN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

- (7) [] PRÁCTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC.
- [] TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS.
- [] ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD.
- [] OTRAS ACTIVIDADES

- EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: CRÉDITOS
 - EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8)

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS: (9)

- 1º CICLO 3 AÑOS
 - 2º CICLO 2 AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO.

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS
1º	60	34*	18*
2º	60	29*	17*
3º	60	22*	12*
4º	78	38*	22*
5º	76	27*	33*

(* Sin incluir las asignaturas optativas y de libre elección, cuyos créditos se distribuyen de forma variable entre teóricos y prácticos. En ningún caso se superará el límite de 15 horas teóricas a la semana (45 créditos por curso).

(6) Sí o no. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.

(7) Sí o no. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia.

(8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc. así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de este.

(9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:

- Régimen de acceso al 2º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanzas de 2º ciclo o al 2º ciclo de enseñanzas de 1º y 2º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5º, y 8º 2 del R.D. 1497/87.
- Determinación, en su caso, de la ordenación temporal en el aprendizaje, fijando secuencias entre materias o asignaturas o entre conjuntos de ellas (artículo 9º, 1 R.D. 1497/87).
- Período de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9º, 2, 4º R.D. 1497/87).
- En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vinieran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).

Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a áreas de conocimiento. Se cumplimentará en el supuesto a) de la nota (5) del Anexo 2-A.

La Universidad podrá añadir las aclaraciones que estime oportunas para acreditar el ajuste del plan de estudios a las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate (en especial, en lo que se refiere a la incorporación al mismo de las materias y contenidos troncales y de los créditos y áreas de conocimiento correspondiente según lo dispuesto en dicho R.D.); así como especificar cualquier decisión o criterio sobre la organización de su plan de estudios que estime relevante. En todo caso, estas especificaciones no constituyen objeto de homologación por el Consejo de Universidades.

a) Régimen de acceso a 2º ciclo:

Será requisito necesario para cursar el segundo ciclo, no tener pendiente de aprobación más de 3 asignaturas troncales u obligatorias que en conjunto no superen los 20 créditos.

b) Secuencia necesaria de asignaturas:

- Segundo Ciclo

- | | | |
|---|---------------|---|
| - Historia General de la Imagen I | CIERRA | - Historia General de la Imagen II |
| - Producción Audiovisual I | CIERRA | - Producción Audiovisual II |
| - Realización Audiovisual | CIERRA | - Realización cinematográfica |
| | | - Realización de televisión |
| - Narrativa Audiovisual | CIERRA | - Narrativa fílmica y TV <i>televisiva</i> |
| | | - Narrativa Radiofonica |
| - Derecho de la Información y la Comunicación I | CIERRA | - Dº de la Información y la Comunicación II |

d) Tabla de equivalencias entre asignaturas para la adaptación del plan antiguo al nuevo plan de estudios:

PLAN ANTIGUO ¹	PLAN NUEVO
Historia Contemporánea	Historia Universal Contemporánea (troncal, 6 c.)
Introducción a la Teoría y Estructura del Lenguaje	Lengua Española (troncal, 8 c.)
Introducción a la Economía	Principios de Economía (obligatoria, 6 c.)

PLAN ANTIGUO ¹	PLAN NUEVO
Teoría de la Comunicación Social	Teoría de la Comunicación (troncal, 6 c.)
Sociología	Sociología (troncal, 4 c.) y Estructura Social (obligatoria, 4 c.)
Tecnología de los Medios Audiovisuales	Tecnología de los medios audiovisuales (troncal, 6 c.)
Historia de los Medios Audiovisuales I	Historia General de la Imagen I (troncal, 6 c.)
Teoría e Historia del Arte	Teoría del Arte (optativa, 4 c.) e Historia del Arte (optativa, 4 c.)
Teoría y Técnica de la Realización I	Realización Audiovisual (troncal, 8 c.)
Teoría y Técnica de la Imagen	Teoría General de la Imagen (obligatoria, 6 c.)
Teoría y Técnica de la Producción	Producción Audiovisual I (troncal, 6 c.)
Movimientos Artísticos Contemporáneos	Movimientos Artísticos Contemporáneos (obligatoria, 6 c.)
Historia de los Medios Audiovisuales II	Historia General de la Imagen II (obligatoria, 6 c.)
Ética y Deontología Profesional	Ética de la Imagen (obligatoria, 4 c.)
Narrativa Fílmica, Televisiva y Radiofónica	Narrativa Audiovisual (troncal, 6 c.)
Teoría y Técnica de la Realización II	Realización de Televisión (obligatoria, 4 c.)
Psicología Aplicada	Psicología Aplicada a la Comunicación Audiovisual (optativa, 4 c.)
Derecho de los Medios Audiovisuales	Derecho de la Información y la Comunicación I (troncal, 4 c.) y Derecho de la Información y la Comunicación II (troncal, 4 c.)
Empresa Audiovisual I (cine)	Empresa Audiovisual I: cine (troncal, 6 c.)
Tecnología de los Medios Audiovisuales II	Tecnología Audiovisual (obligatoria, 6 c.)
Estructura de la programación en Radio y TV	Programación Audiovisual (obligatoria, 6 c.)
Documentación	Documentación (troncal, 6 c.)
Teoría y Técnica de la Realización III	Realización Cinematográfica (obligatoria, 4 c.)
Empresa Audiovisual II (Radio-TV)	Empresa Audiovisual II: Radio (troncal, 4 c.) y Empresa Audiovisual III: Televisión (obligatoria, 4 c.)
Relaciones Internacionales de los Medios Audiovisuales	Relaciones internacionales en los Medios Audiovisuales (obligatoria, 4 c.)

OBSERVACIONES GENERALES

Cada curso académico se ofrecerá solamente un número de asignaturas optativas, cuya suma total de créditos no exceda, como máximo, el triple de los créditos que los alumnos deban elegir (optativas y libre configuración).

¹ Todas las asignaturas del plan antiguo son de curso completo