

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

2880 *Resolución de 11 de enero de 2011, de la Universidad de Málaga, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Investigación en Comunicación Periodística.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y establecido el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 12 de noviembre de 2010 (publicado en BOE de 16 de diciembre de 2010).

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Investigación en Comunicación Periodística por la Universidad de Málaga, que queda estructurado conforme al siguiente anexo.

Málaga, 11 de enero de 2011.–La Rectora, Adelaida de la Calle Martín.

ANEXO

Plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Investigación en Comunicación Periodística por la Universidad de Málaga

1. Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Orientación: Investigadora.
3. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia:

Tipo de Materia	Créditos
Obligatorias	5
Optativas	40
Trabajo Fin de Máster	15
Créditos totales	60

4. Contenido del plan de estudios.

Módulos	Materias	Asignaturas	Créditos
Metodologías de investigación.	Fundamentos de investigación en comunicación.	Periodismo, nuevos escenarios –obligatoria–.	5
		Tiempo, espacio y comunicación. Metodología y fuentes para el estudio de la construcción cultural del territorio –optativa–.	4
Especialización periodística.	Análisis e investigación de la especialización periodística.	Técnicas en la investigación en las nuevas formas de especialización periodística –optativa–.	7
		El discurso periodístico especializado: Usos y herramientas de análisis –optativa–.	5

Módulos	Materias	Asignaturas	Créditos
Formatos multimedia.	Medios telemáticos.	Tendencias en la investigación de los medios de comunicación en Internet –optativa–.	5
		Análisis de los efectos de la digitalización en el proceso y diseño de la información periodística en el espacio multimedia –optativa–.	3
	Medios audiovisuales.	Periodismo audiovisual y nuevos formatos televisivos: Tipología, evoluciones y distorsiones –optativa–.	5
		La imagen como instrumento de creación de la identidad social: Información y entretenimiento en televisión –optativa–.	5
Empresa y estructura de la comunicación.	Estructura nacional e internacional de la comunicación.	Estrategias de la industria periodística en los nuevos escenarios: Empresa y estructura profesional –optativa–.	7
		Comunicación global. Teorías, actores y tendencias –optativa–.	3
	Libertad de expresión e información participativa.	Comunicación, cambio social y desarrollo. Los nuevos imaginarios de la información participativa –optativa–.	5
		Feminismo e información: comunicación y participación –optativa–.	3
		Libertad de expresión en el marco de las nuevas tecnologías y de la Sociedad del Conocimiento –optativa–.	3
Trabajo fin de máster.	Trabajo fin de máster.	Trabajo Fin de Máster –obligatoria–.	15

5. Ordenación temporal del aprendizaje.

Asignaturas	Temporalidad
Periodismo, nuevos escenarios.	Primer semestre
Tiempo, espacio y comunicación. Metodología y fuentes para el estudio de la construcción cultural del territorio.	
Técnicas en la investigación en las nuevas formas de especialización periodística.	
El discurso periodístico especializado: Usos y herramientas de análisis.	
Tendencias en la investigación de los medios de comunicación en Internet.	
Análisis de los efectos de la digitalización en el proceso y diseño de la información periodística en el espacio multimedia.	
Periodismo audiovisual y nuevos formatos televisivos: Tipología, evoluciones y distorsiones.	Segundo semestre
La imagen como instrumento de creación de la identidad social: Información y entretenimiento en televisión.	
Estrategias de la industria periodística en los nuevos escenarios: Empresa y estructura profesional.	
Comunicación global. Teorías, actores y tendencias.	
Comunicación, cambio social y desarrollo. Los nuevos imaginarios de la información participativa.	
Feminismo e información: Comunicación y participación.	
Libertad de expresión en el marco de las nuevas tecnologías y de la Sociedad del Conocimiento.	
Trabajo Fin de Máster.	