



## MÁSTER UNIVERSITARIO EN INTERCULTURALIDAD Y POLÍTICAS COMUNICATIVAS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

### Información general

<b>Área académica:</b>	<input type="checkbox"/> Ciencias Experimentales <input type="checkbox"/> Enseñanzas Técnicas <input type="checkbox"/> Ciencias de la Salud <input checked="" type="checkbox"/> Ciencias Sociales y Jurídicas <input checked="" type="checkbox"/> Humanidades
<b>Organización:</b>	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación
<b>Universidades participantes:</b>	Universitat de València
<b>Duración:</b>	1 curso académico. Posibilidad de cursar a tiempo parcial
<b>Créditos ECTS:</b>	60
<b>Precio:</b>	Según tasas oficiales pendientes de publicar Precio orientativo: 24'54 €/crédito
<b>Lugar de impartición:</b>	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación
<b>Modalidad:</b>	Presencial
<b>Idioma:</b>	Español
<b>Contacto para información de carácter administrativo:</b>	<a href="mailto:postgrado@uv.es">postgrado@uv.es</a>
<b>Contacto para información de carácter académico:</b>	<a href="mailto:jenaro.talens@uv.es">jenaro.talens@uv.es</a>
<b>Web propia:</b>	<a href="http://www.uv.es/teolen">http://www.uv.es/teolen</a>
<b>¿Constituye el periodo de formación de un Programa de Doctorado?</b>	Sí
<b>Denominación del Programa de Doctorado:</b>	Comunicación
<b>Más información sobre el Programa de Doctorado:</b>	<a href="http://www.uv.es/postgrau/pdfDO/comunicacion.pdf">http://www.uv.es/postgrau/pdfDO/comunicacion.pdf</a>

### Descripción

Máster en investigación en Comunicación y Periodismo que estudia el fenómeno de la interculturalidad y su relación con las políticas comunicativas en el contexto de la globalización.

## Objetivos

1. Introducir y desarrollar un saber crítico sobre los principios básicos de la comunicación intercultural y la conformación de la visión del mundo a través del lenguaje y la cultura.
2. Desarrollar la capacidad de reconocimiento y reflexión en torno a las políticas comunicativas de los distintos sistemas mediáticos de la sociedad de la información.
3. Desarrollar la capacidad de análisis del impacto de las nuevas tecnologías en la organización social y política y en todos los ámbitos, desde el administrativo y burocrático, hasta el cultural y económico.
4. Desarrollar las competencias convenientes respecto de los lenguajes mediáticos utilizados en el flujo comunicativo de la sociedad de la información.
5. Capacitar para el ejercicio de la docencia en el marco de las exigencias formativas y de integración laboral dentro del espacio europeo de educación superior.
6. Capacitar para la programación y el desarrollo de proyectos de investigación mediática.

Los objetivos se desarrollarán en el marco general de un compromiso con los valores cívicos y democráticos, la igualdad de géneros y oportunidades, los valores de la cultura de la paz y la sostenibilidad.

## Requisitos específicos de admisión

Se establecen los siguientes requisitos:

1. Estar en posesión de alguno de los grados siguientes (o su equivalente en el caso de estudiantes extranjeros):
  - 1.1. Comunicación Audiovisual.
  - 1.2. Periodismo.
  - 1.3. Publicidad y Relaciones Públicas.
2. Estar en posesión de una titulación de grado superior diferente de las arriba citadas. En ese caso los candidatos deberán cursar una formación complementaria de 24 créditos asociados a los siguientes contenidos académicos: Teoría de la Comunicación, Estructura de la Comunicación e industrias culturales, Historia de la Comunicación, Géneros periodísticos. Esa formación será evaluada mediante el seguimiento de la docencia que se programará a estos efectos y del trabajo autónomo que haya realizado el/la estudiante. Tanto un aspecto como el otro serán objeto de una evaluación continua que se complementará con la realización de un trabajo aplicado de alguno de los aspectos relacionados con dichos contenidos académicos, en el que el/la estudiante deberá poner en práctica los conocimientos adquiridos.

## Criterios de admisión

La selección de candidatos entre los que cumplan los requisitos anteriormente indicados se hará mediante la valoración de los apartados siguientes:

1. Expediente académico.
2. Memoria explicativa y razonada del interés del candidato/a por el perfil del Máster.
3. Curriculum vitae.



4. Conocimiento de idiomas.

## Salidas profesionales

Los perfiles profesionales abarcan el sector de la empresa privada (desde la producción y realización de programas hasta la gestión de industrias culturales, pasando por todos los aspectos del proceso creativo en el sector audiovisual) y de la administración pública (investigación y docencia), e incluso alcanzan a organizaciones de carácter mixto (gestión y participación en ONGs).

## Plan de estudios en créditos ECTS

TITULACIÓN	DENOMINACIÓN	CRÉDITOS
2012	INTERCULTURALIDAD Y POLÍTICAS COMUNICATIVAS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	60

### OBLIGATORIAS

40

41032	Iniciación a la docencia universitaria en comunicación e información	5
41033	Técnicas y metodologías en investigación en comunicación e información	15
41038	Trabajo fin de máster	20

### OPTATIVAS

20

41034	Investigación en interculturalidad y políticas de comunicación	10
41035	Investigación en comunicación audiovisual en la sociedad global	10
41036	Investigación en periodismo y sociedad de la información	10
41037	Investigación en teoría de los lenguajes y análisis del discurso	10