

16111 RESOLUCIÓN de 9 de julio de 2003, de la Universidad Oberta de Catalunya, por la que se ordena la publicación de la modificación del Plan de Estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Audiovisual.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades, de 21 de diciembre, y el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudio de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Este Rectorado, una vez homologada por la Comisión Académica del Consejo de Coordinación Universitaria en su reunión del día 17 de junio de 2003, ha resuelto ordenar la publicación de una modificación del Plan de Estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Audiovisual de esta Universidad, consistente en: Modificar la denominación de las siguientes asignaturas optativas: Arte interactivo, para que pase a denominarse Arte y estética digital; Sistemas de audio digital, para que pase a denominarse Diseño y creación en sonido digital; Comunicación en entornos virtuales y telemáticos, para que pase a denominarse Comunicación y trabajo compartido en entornos digitales; Diseño multimedia, para que pase a denominarse Diseño visual; Técnicas de producción multimedia, para que pase a denominarse Estrategias de producción y distribución multiplataforma; Industria musical para que pase a denominarse Industria musical y cultura popular; y Práctica del montaje audiovisual, para que pase a denominarse Teoría y práctica del montaje audiovisual; así como incluir en la oferta de optativas las siguientes asignaturas, todas ellas de 4,5 créditos: Cine y vídeo de animación, Practicum I, Practicum II.

Barcelona, 9 de julio de 2003.—El Rector, Gabriel Ferraté i Pascual.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

OBERTA DE CATALUNYA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Análisis y crítica audiovisual	4,5	2,5	2	Discurso y representación. Cultura popular y consumo audiovisual. Principales corrientes históricas en crítica de cine. Teorías del espectador. Géneros audiovisuales y representación. Identidad y diferencia.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Antropología social	6	4	2	El campo y el método de la antropología. Las herramientas conceptuales y teóricas de la antropología. La evolución y la estructura de las sociedades humanas. Las políticas de identidad cultural: nacionalismo, etnicidad, raza y multiculturalismo.	Antropología Social
Arte y estética digital	4,5	2,5	2	Concepto de arte interactivo. Tipos de arte interactivo. Arte y tecnología. Análisis de formas y técnicas artísticas donde creador y espectador interaccionan con la obra a partir de las tecnologías audiovisuales. Casos prácticos: museografía, pintura, escultura, animación interactiva y otros artes virtuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Estética y Teoría de las Artes Lenguajes y Sistemas Informáticos
Audiovisual, medios e ideología	4,5	2,5	2	Realidad mediada. Propiedad de los medios de comunicación. Conformación de una imagen del mundo a través de los medios de comunicación. Información, objetividad e ideología. Análisis de casos concretos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Sociología
Cine y vídeo de animación	4,5	2,5	2	Conceptos básicos de la creación de cine y vídeo de animación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación corporativa	4,5	2,5	2	Comunicación corporativa. Comunicación interna. Gabinetes de prensa. Comunicación en situaciones de crisis. Plan de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas
Comunicación y trabajo compartido en entornos digitales	4,5	2,5	2	Características de los entornos virtuales. Comunidades virtuales. Comunicación en comunidades virtuales. Comunicación y tecnología. Principales retos en la comunicación en entornos virtuales y telemáticos. Aprendizaje en entornos virtuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Psicología Social Lenguajes y Sistemas Informáticos
Comunicación y información audiovisuales I	6	4	2	Fundamentos de teoría de la comunicación audiovisual. Proceso comunicativo. Comunicación y comunicación de masas. Lenguaje audiovisual. Elementos tecnológicos y lenguaje audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Comunicación y información audiovisuales II	6	4	2	Fundamentos teóricos del montaje. El proyecto audiovisual. Fases de la producción audiovisual. Fundamentos de análisis de productos audiovisuales. Percepción, espectadores, perspectivas metodológicas. Análisis de casos de proyectos audiovisuales reales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Creación de mundos virtuales	4,5	2,5	2	Escenografía digital. Principios de diseño audiovisual en 2D y 3D. Animación y videojuegos. Análisis de casos prácticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos
Diseño visual	4,5	2,5	2	Conceptos básicos de diseño en entornos multimedia. El espacio. Colores y formas gráficas. Estructura de la imagen. Movimiento y animación. Tipografía. Diseño sonoro en productos multimedia. Manipulación de imagen fija. Fundamentos de animación digital.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos
Diseño y creación en sonido digital	4,5	2,5	2	Señal analógica y señal digital. Grabación y procesamiento de audio. Sistemas y soportes de audio digital. El estudio de grabación digital. Producción de una grabación sonora. Música. Efectos. Doblaje.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Teoría de la Señal y Comunicaciones Lenguajes y Sistemas Informáticos
Documentación audiovisual	4,5	2,5	2	Gestión documental en el campo audiovisual. Fuentes de información. Análisis documental. Clasificación e indexación. Descripción de contenidos. Servicios de documentación en programas informativos. Funcionalidad y preservación de los recursos de información. Digitalización de fuentes documentales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Biblioteconomía y Documentación Periodismo
Documental y audiovisual científico	4,5	2,5	2	Especificaciones del género documental. Planificación del documental. Guión de un programa documental. Documental científico. Audiovisual científico en la Red.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Empresas editoriales multimedia	4,5	2,5	2	La evolución del sector editorial frente a las TIC. El mercado editorial en Europa. Las editoriales como empresas audiovisuales. Soportes y contenidos. CD-ROM y DVD.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Escenografía	4,5	2,5	2	Fundamentos de escenografía. Ritual de las representaciones. Plástica escénica. Formatos audiovisuales y escenografía. Exposiciones, presentación de productos y promociones. Técnicas de escena. Análisis visual de un texto. Departamento de arte. Decorados y plató. Iluminación. Efectos visuales. Escenografía virtual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Estética y Teoría de las Artes
Estrategias de producción y distribución multiplataforma	4,5	2,5	2	Producción industrial multimedia. Contexto de la producción multimedia. Tecnología de la producción multimedia. Confección y elaboración de productos multimedia. Soportes, modas de producción y distribución. Dirección del proceso de producción.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas Lenguajes y Sistemas Informáticos
Formas escénicas en entornos virtuales	4,5	2,5	2	De la escenografía a la escenografía virtual. Escenografía y tecnología. Análisis de formas y técnicas escenográficas. Casos prácticos: animación, televisión, video clips, publicidad, conciertos, teatro, <i>performance</i> , instalaciones, exposiciones multimedia, moda, circo, danza contemporánea, escenas plurales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Estética y Teoría de las Artes Lenguajes y Sistemas Informáticos
Fundamentos de búsqueda y recuperación de información	6	4	2	Introducción al proceso de búsqueda y recuperación de información. La entrevista con el usuario. El lenguaje y la recuperación de información. Las fuentes de información. Herramientas de búsqueda. La búsqueda de información en Internet. El proceso de búsqueda. Evaluación del proceso de búsqueda y recuperación de información.	Organización de Empresas. Lenguajes y Sistemas Informáticos. Biblioteconomía y Documentación.
Fundamentos técnicos de comunicación digital	4,5	2,5	2	Principios básicos de señal digital. Transmisión de señal (velocidad de transmisión, ruido, medios). El negocio de las telecomunicaciones. Transporte de señal y distribución de contenidos. Banda ancha. Cable, ADSL, <i>Power Lines</i> , DBS y <i>wireless</i> . Vídeo digital.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Teoría de la Señal y Comunicaciones Tecnología Electrónica

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Historia del cine y la TV	4,5	2,5	2	Selección de realidades y de movimientos. El montaje cinematográfico. De los orígenes a la I Guerra Mundial. La época dorada del cine clásico. Europa y los EE.UU. El cine de los EE.UU. y el cine europeo hasta los años 60. Las nuevas cinematografías (1960-1990). La historia de la TV: antecedentes, fase de consolidación y expansión.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte Estética y Teoría de las Artes
Imagen y cultura	6	4	2	Concepto de cultura. Aproximación etnográfica. Cultura popular y consumo. La era de la imagen. Imagen e iconografía. Imagen y lenguaje.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Antropología Social Sociología
Industria musical y cultura popular	4,5	2,5	2	Estructura de la industria musical. El mercado musical: arte y negocio. Canales de distribución. Concentración de la propiedad de las principales productoras musicales. Creación y promoción de fenómenos musicales. Listas, vídeo clips, radio fórmulas. El futuro de la distribución musical. Las discográficas independientes frente Internet.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados
Infografía e imagen sintética	4,5	2,5	2	Evolución de la infografía. Diseño gráfico en 2D y 3D. Animaciones. Imagen sintética. Campos de aplicación. Fases de la producción de un producto de animación. <i>Storyboard</i> , <i>Layout</i> , <i>Render</i> . Integración de imagen real e imagen sintética. Casos prácticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos
Interacción de humanos con ordenadores	4,5	2,5	2	Introducción a la IHO. Aspectos Humanos (El ordenador humano. Atención. Percepción. Memoria. Modelos mentales. Reconocimiento. Metáforas y modelos. Aprendizaje). Aspectos tecnológicos. Interacción. Diseño. Desarrollo. Evaluación.	Lenguajes y Sistemas Informáticos. Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial. Psicología Básica.
Interculturalidad	4,5	2,5	2	Los problemas interculturales.	Antropología Social.
Lenguaje audiovisual y literatura	4,5	2,5	2	Lenguaje literario y lenguaje audiovisual. Géneros literarios y géneros audiovisuales. Relato, enunciación y narración. Fundamentos del análisis semiótico. El problema de la adaptación literaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Estética y Teoría de las Artes

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Lenguaje, expresión y comunicación	8	5	3	Recursos orales y escritos: sus técnicas.	Filología Catalana. Lengua Española Lingüística General
Marketing, distribución y publicidad audiovisual	4,5	2,5	2	Principios generales de marketing. Análisis de productos audiovisuales en el campo de la publicidad. Patrocinio y esponsorización. Canales de distribución de productos audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Comercialización e Investigación de Mercados
Mercado audiovisual europeo	4,5	2,5	2	La exención cultural. Iniciativas europeas relativas a la creación de productos audiovisuales. Ayudas europeas a la creación audiovisual. Festivales y mercados de cine y televisión.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Comercialización e Investigación de Mercados
Medios de comunicación social y educación	4,5	2,5	2	Efectos psicosociales de los medios de comunicación. Los medios de comunicación como agentes educativos. La educación en los medios de comunicación en el curriculum. Tipología de los materiales didácticos y curriculares	Didáctica y Organización Escolar. Teoría e Historia de la Educación
Multimedia y comunicación en la UOC	4,5	2,5	2	Introducción a la tecnología informática y multimedia. Procesadores de textos y herramientas ofimáticas básicas. Conexiones telemáticas. Tratamiento y procesamiento de la imagen.	Lenguajes y Sistemas Informáticos
Organización y recuperación de la información	4,5	2,5	2	La recuperación de la información y los lenguajes documentales. Sistemas de gestión documental. Sistemas de navegación hipertextual.	Biblioteconomía y Documentación. Ciencias y Técnicas Historiográficas. Historia de la Ciencia. Lenguajes y Sistemas Informáticos.
Patrocinio y esponsorización	4,5	2,5	2	Financiamiento de productos audiovisuales. Publicidad y cadenas de televisión. Concepto de patrocinio. Concepto de esponsorización. Marketing de la producción audiovisual. Políticas de esponsorización. Esponsorización y patrocinio de eventos televisados.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados
Periodismo digital	4,5	2,5	2	La sociedad de la información y del conocimiento. La información en la red. Historia de Internet. La interfície. Derecho. Vías de financiación. Escenarios de futuro. Recursos. Tecnología y herramientas. Gestión. Aplicaciones prácticas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Políticas de comunicación audiovisual	4,5	2,5	2	Situación actual de la política audiovisual en el marco europeo. Análisis de las políticas de comunicación audiovisual. Estudio de las instituciones europeas del ámbito audiovisual. Análisis de los diferentes actores que participan en el proceso de la confección y toma de decisiones dentro del ámbito de la política audiovisual. Política audiovisual de los Estados Unidos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Ciencia Política y de la Administración Sociología
Postproducción digital	4,5	2,5	2	Edición de producciones audiovisuales. Sistemas de edición no lineal. Sonorización. Casos prácticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos Teoría de la Señal y Comunicaciones
Practicum I	4,5	-	4,5	Trabajo dirigido que permite la aplicación y la integración de los diversos conocimientos y habilidades adquiridos durante los estudios en un caso concreto.	Derecho Administrativo. Derecho Constitucional. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Organización de Empresas. Periodismo. Estética y teoría de las artes. Teoría de la Señal y Comunicaciones. Lenguajes y Sistemas Informáticos. Comercialización e Investigación de Mercados. Psicología Social. Psicología Básica. Sociología. Biblioteconomía y Documentación. Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial.
Practicum II	4,5	-	4,5	Trabajo dirigido que permite la aplicación y la integración de los diversos conocimientos y habilidades adquiridos durante los estudios en un caso concreto.	Derecho Administrativo. Derecho Constitucional. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Organización de Empresas. Periodismo. Estética y teoría de las artes. Teoría de la Señal y Comunicaciones. Lenguajes y Sistemas Informáticos. Comercialización e Investigación de Mercados. Psicología Social. Psicología Básica. Sociología. Biblioteconomía y Documentación. Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial.

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso	
Preservación de recursos de información digital	4,5	2,5	2	Producción digital de información científica y la biblioteca. La preservación digital desde la perspectiva técnica. La preservación digital desde la perspectiva del tratamiento documental. La preservación digital desde la perspectiva legal y administrativa.	Lenguajes y Sistemas Informáticos. Biblioteconomía y Documentación
Propiedad intelectual en lo audiovisual	4,5	2,5	2	Los orígenes de los derechos de autor. Ámbito objetivo y subjetivo: obra y autor. Contenido de los derechos de autor. Derechos morales y patrimoniales reconocidos al autor. Límites temporales y sustantivos de los derechos de autor. Regímenes jurídicos especiales. Obra audiovisual. Programas de ordenador. Bases de datos. Derechos afines y <i>sui generis</i> . Derechos afines. Contratación, gestión y defensa de la propiedad intelectual. El Registro de la Propiedad Intelectual Régimen internacional de la propiedad intelectual. Propiedad intelectual en la Sociedad de la Información.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Derecho Administrativo
Psicología de la percepción	4,5	2,5	2	Introducción a la psicología de la percepción. Percepción social. Fundamentos biológicos de la percepción. Sensación y percepción humana. Teoría de la imagen. Percepción visual y auditiva. Representación y simbolismo de la imagen. Implicaciones perceptivas en las imágenes en movimiento. Imagen informativa. Percepción y creatividad. Percepción interpersonal. Imagen publicitaria y sociedad de consumo.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Psicología básica Psicobiología
Psicología de la personalidad	5	3	2	Concepto de personalidad y modelos teóricos. Motivaciones y necesidades humanas. La inteligencia humana. Psicología evolutiva. Actitudes. Influencia social y persuasión. Roles sociales. La atracción en las relaciones interpersonales. Aspectos psicológicos de las relaciones íntimas. Creatividad en los grupos. El proceso decisorio del grupo.	Personalidad, Evaluación y Tratamiento Psicológico.
Psicología del comportamiento colectivo	5	3	2	El comportamiento colectivo. Medio ambiente y comportamiento.	Psicología Social.
Psicología de los grupos y los movimientos sociales	4,5	2,5	2	Diferentes perspectivas psicológicas de estructuras sociales relacionadas con el ámbito de la comunicación.	Psicología Social.

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					Créditos totales para optativas (1) 36 - por ciclo 36 - curso
Psicología social	6	4	2	El cómo y el porqué de la psicología social. La identidad (<i>el self</i>). La experiencia de la identidad. Interacción social. El pensamiento social. Reproducción y cambio social. Grupos, movimientos colectivos e instituciones sociales.	Psicología Social.
Sociología de la comunicación de masas	5	3	2	Introducción a la sociología (contexto histórico, conceptos básicos, escuelas). Investigación de la comunicación de masas. Comunicación mediática. Discurso mediático. Actores mediáticos. La audiencia: conceptos y análisis. Efectos de la comunicación mediada.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Sociología
Sociología del consumo	4,5	2,5	2	Sociedad de consumo. Consumo simbólico. Sociabilización a través del consumo. Economía del consumo. Distribución comercial. Variables sociológicas y sociales del comportamiento del consumidor. Defensa de los consumidores.	Sociología Psicología social Comercialización e investigación de mercados
Técnicas de gestión y comunicación	4,5	2,5	2	Comunicación, motivación y liderazgo. Trabajo en equipo y dirección de reuniones. Presentaciones en público y gráficos. Técnicas de negociación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Organización de Empresas.
Teoría de la comunicación y la información	5	3	2	Comunicación y información. Modelos teóricos. Lenguaje como sistema semiótico. Semántica. Pragmática. Acto comunicativo: mensaje, código, canal, contexto, emisor, receptor, ruido. Concepto de función en los actos comunicativos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo,
Teoría y práctica del montaje audiovisual	4,5	2,5	2	Revisión de los principios básicos del montaje. Análisis de casos. Elaboración de una práctica de montaje.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos
Vídeo digital de creación	4,5	2,5	2	Señal analógica y señal digital. Guión multimedia. Posibilidades de la tecnología digital en el vídeo de creación. Animación. Casos prácticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos

(1) Se expresará el total 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 o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.