

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

- 9118** *Resolución de 21 de septiembre de 2016, de la Universidad Jaume I, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación.*

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio; aprobada la modificación por el Consell de Govern de la Universitat Jaume I en sesión de 29 de octubre de 2015; y contando con informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación,

Este Rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, publicado en el «Boletín Oficial del Estado» número 257, de fecha 23 de octubre de 2014.

El plan de estudios a que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo de la misma.

Castellón de la Plana, 21 de septiembre de 2016.–El Rector, Vicent Climent Jordà.

## ANEXO

**Plan de estudios conducente a la obtención del Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación por la Universitat Jaume I**

*Estructura de las enseñanzas (Real Decreto 1393/2007, anexo I, apartado 5.1)*

- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.
- Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia.

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias (OB) . . . . .	5
Optativas (OP) . . . . .	45
Trabajo Fin de Máster (TFM) . . . . .	10
<b>Total . . . . .</b>	<b>60</b>

- Contenido del plan de estudios.

Materia/Asignatura	Carácter	Créditos	Curso	Organización temporal
Metodologías de investigación en comunicación.	OB	5	1	Semestral.
Trabajo Fin de Máster.	TFM	10	1	Anual.
<b>Itinerario 1: Dirección Estratégica de la Comunicación</b>				
Habilidades directivas, management y liderazgo.	OP	5	1	Semestral.
Comunicación transmedia en las organizaciones.	OP	5	1	Semestral.
Comunicación corporativa: El plan de comunicación y la gestión de intangibles.	OP	5	1	Semestral.
Métricas e investigación en la gestión de intangibles corporativos.	OP	5	1	Semestral.
Gestión de medios sociales y comunidades online.	OP	5	1	Semestral.

Materia/Asignatura	Carácter	Créditos	Curso	Organización temporal
Branding y estrategia hacia el nuevo consumidor.	OP	5	1	Semestral.
Itinerario 2: Creación y Producción Transmedia				
Análisis de discursos transmedia.	OP	5	1	Semestral.
Videojuegos y gamificación.	OP	5	1	Semestral.
Diseño de proyectos y guiones trasmedia.	OP	5	1	Semestral.
Creación de proyectos fotográficos.	OP	5	1	Semestral.
Creación documental transmedia.	OP	5	1	Semestral.
Creación de proyectos de ficción.	OP	5	1	Semestral.
Itinerario 3: Periodismo y Comunicación Política en la Era Digital				
Comunicación política, democracia y formas de activismo en la red.	OP	5	1	Semestral.
Periodismo político.	OP	5	1	Semestral.
Gabinetes de comunicación política.	OP	5	1	Semestral.
Comunicación política y redes sociales.	OP	5	1	Semestral.
Diseño y gestión de campañas electorales.	OP	5	1	Semestral.
Gestión visual de la comunicación política.	OP	5	1	Semestral.
Listado de asignaturas optativas para completar hasta los 60 ECTS				
Gestión avanzada de recursos documentales para comunicadores.	OP	5	1	Semestral.
Análisis e investigación de la información periodística.	OP	5	1	Semestral.
Emprendimiento y modelos de negocio en comunicación.	OP	5	1	Semestral.
Comunicación, educación y nuevas tecnologías.	OP	5	1	Semestral.
Prácticas Externas.	OP	10	1	Anual.

Nota: En la web de la Universitat Jaume I ([www.uji.es](http://www.uji.es)) se puede consultar información más detallada sobre este plan de estudios.