

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

5323 *Resolución de 23 de marzo de 2021, de la Universidad de Burgos, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Patrimonio y Comunicación.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León, autorizada la implantación de la enseñanza por Junta de Castilla y León y declarado el carácter oficial del título y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo del Consejo de Ministros de 24 de febrero de 2012 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado», de 26 de marzo de 2012, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 5 de marzo de 2012), modificado el plan de estudios con informe favorable de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León de 4 de diciembre de 2012, este rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Patrimonio y Comunicación por la Universidad de Burgos, como anexo a la presente resolución.

Burgos, 23 de marzo de 2021.–El Rector, Manuel Pérez Mateos.

ANEXO

Máster Universitario en Patrimonio y Comunicación por la Universidad de Burgos

Código de titulación: 4313051

Rama de conocimiento: Artes y Humanidades

- Distribución del plan de estudios en créditos por tipo de asignatura:

Tipo de asignatura	Créditos
Obligatorias.	6
Optativas.	42
Trabajo fin de máster.	12
Créditos totales.	60

- Estructura del plan de estudios:

Asignatura	Créditos	Tipo	Semestre
MÓDULO A: MATERIAS INSTRUMENTALES			
Técnicas de investigación: muestreos y análisis de datos.	3	Obligatoria.	1
Comunicación social del patrimonio.	3	Obligatoria.	1
MÓDULO B: PATRIMONIO			
Metodología de análisis arqueológico de las sociedades complejas.	3	Optativa.	1

Asignatura	Créditos	Tipo	Semestre
Fundamentos sociales, económicos y culturales del patrimonio medieval.	3	Optativa.	1
Señores y campesinos. Su incidencia en el patrimonio de la Castilla medieval y moderna.	3	Optativa.	1
Difusión del patrimonio documental: fondos españoles sobre América Hispana.	3	Optativa.	1
Las catedrales como patrimonio: cultura y comunicación.	3	Optativa.	1
Esponsorización y mecenazgo del patrimonio cultural.	3	Optativa.	1
Patrimonio inmaterial y género ⁽¹⁾ .	3	Optativa.	1
Ámbitos profesionales del patrimonio: arqueología, archivos y bibliotecas.	3	Optativa.	1
La divulgación del patrimonio arqueológico.	3	Optativa.	2
Villas tardorromanas de la Meseta Norte ⁽²⁾ .	3	Optativa.	1 / 2
El patrimonio escrito: documentos y códices (ss. VI-XVI).	3	Optativa.	2
Guerra, imagen y propaganda (siglos XVI y XVII).	3	Optativa.	2
Ciudad y arquitectura contemporánea: espacio, imagen y desarrollo.	3	Optativa.	2
El museo de arte contemporáneo y las nuevas tendencias en museología.	3	Optativa.	2
Patrimonio histórico y turismo cultural ⁽³⁾ .	3	Optativa.	2
Prácticas externas – Patrimonio ⁽⁴⁾ .	3	Optativa.	2
MÓDULO C: COMUNICACIÓN			
Fuentes de documentación contemporánea.	3	Optativa.	1
La ciudad en el s. XXI. Modos de intervención cultural en la ciudad.	3	Optativa.	1
Televisión espectáculo.	3	Optativa.	1
Fotografía y sociedad.	3	Optativa.	1
Panorama actual de la radio: de lo local a lo global. La revolución tecnológica.	3	Optativa.	1
Mirada(s) antropológica(s). Representación y comunicación de la violencia y conflictos culturales.	3	Optativa.	1
Modernidad y postmodernidad. Historiografía contemporánea.	3	Optativa.	1
Integración de medios en la comunicación actual.	3	Optativa.	1
Comunicación persuasiva. Tópica publicitaria y sociedad de consumo.	3	Optativa.	2
La comunicación en la era de las nuevas tecnologías de la información.	3	Optativa.	2
Estética del patrimonio cinematográfico.	3	Optativa.	2
Patrimonio histórico y turismo cultural ⁽³⁾ .	3	Optativa.	2

Asignatura	Créditos	Tipo	Semestre
Cine y espacio arquitectónico ⁽¹⁾ .	3	Optativa.	2
Semiótica de la cultura y Etnosemiótica ⁽¹⁾ .	3	Optativa.	2
Neuromarketing, discurso publicitario y argumentación emocional ⁽¹⁾ .	3	Optativa.	2
Periodismo e historia.	3	Optativa.	2
Prácticas externas – Comunicación ⁽⁴⁾ .	3	Optativa.	2
MÓDULO D: TRABAJO FIN DE MÁSTER			
Trabajo fin de máster.	12	Trabajo fin de máster.	1 y 2

Créditos optativos: Deben superarse un mínimo de 12 créditos de cada módulo (Patrimonio y Comunicación).

⁽¹⁾ Las asignaturas «Patrimonio inmaterial y género», «Cine y espacio arquitectónico», «Semiótica de la cultura y Etnosemiótica», «Neuromarketing, discurso publicitario y argumentación emocional», se implantan en el año académico 2012/13.

⁽²⁾ La asignatura «Villas tardorromanas de la Meseta Norte» se impartió en el primer semestre hasta el año académico 2011/12 y en el segundo semestre a partir del año académico 2012/13.

⁽³⁾ La asignatura «Patrimonio histórico y turístico cultural» se implanta en el año académico 2011/12 en el módulo de Comunicación y en el año académico 2012/13 se cambia al módulo de Patrimonio.

⁽⁴⁾ Se opta entre las prácticas externas del módulo de Patrimonio o del módulo de Comunicación.