

TRABAJO FIN DE GRADO EN PERIODISMO **[GUÍA DOCENTE]**

Carácter: Obligatorio

Créditos ECTS: 6

El trabajo debe tener una dedicación de 150 horas (6 ECTS) repartidas entre las siguientes actividades:

- 1) Actividades con presencia del profesor: Sesiones informativas, tutorías, actividades de evaluación. **2cr**
- 2) Actividades sin presencia del profesor: búsqueda de información, fuentes bibliográficas, bases de datos, análisis del material e información recopilado, elaboración propiamente del trabajo. **4cr**

SEMESTRE 8

Sin horario (las actividades presenciales se programarán los viernes del 2ºC)

PROFESOR: A cada alumno matriculado en el TFG le será designado por la Comisión de Grado un tutor. El alumno tendrá la opción de elegir hasta cinco posibles opciones de tutor entre un listado de docentes de su titulación.¹

DATOS DEL TFG

Breve descriptor: El Trabajo de Fin de Grado (TFG) consiste en la elaboración individual o en grupo de un trabajo académico general, centrado en la demostración de las competencias generales y específicas del Grado.²

Requisitos: Haber superado como mínimo el 60 por 100 de los créditos totales de la titulación (144 ECTS), entre ellos todos los de Formación Básica. Al matricular el TFG, el estudiante deberá matricular también todos los créditos restantes para la obtención del título, con la excepción de los créditos reconocibles por actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, si es que el estudiante va a hacer uso de dichos créditos. No obstante, el estudiante deberá haber reconocido dichos créditos antes de que la calificación de su TFG se incluya en Actas.

Objetivos: La finalidad del TFG es comprobar en qué medida el alumno ha alcanzado las competencias generales y específicas que le ha procurado su formación a lo largo del Grado. No se trata de volver a ver las capacidades del alumno en una asignatura concreta, sino a través de las aptitudes conjuntas que le sean aplicables al TFG escogido. En el TFG el estudiante deberá demostrar su madurez intelectual y su preparación profesional. Este trabajo podrá presentarse como: a) Un reportaje; b) Un ensayo; c) Un proyecto (véase la Guía de Desarrollo al efecto).

Competencias: Todas las del Grado (véase anexo).

¹ Ver listado en <https://ccinformacion.ucm.es/trabajo-fin-de-grado>

² Véase anexo.

Contenido temático: El alumno podrá trabajar sobre cualquier aspecto relacionado con su Grado, que cumpla la finalidad exigida a un TFG. La temática será elegida por el alumno, que atenderá las observaciones que al respecto estime realizar su tutor.

Metodología y distribución de actividades docentes:

%respecto del total de créditos

Sesiones informativas	5%
Actividades de evaluación	5%
Tutorías	10%
Trabajo autónomo (actividades no presenciales)	80%

TOTAL: 100%

Evaluación: Para llevar a cabo la evaluación con garantías de homogeneidad, la calificación final del trabajo será otorgada atendiendo a los siguientes criterios:

1. Metodología utilizada: 10%
2. Utilización correcta de las fuentes manejadas para elaborar el trabajo: 10%
3. Desarrollo y calidad del trabajo aplicando los conocimientos, destrezas, habilidades y competencias adquiridos durante el Grado: 60%
4. Claridad y corrección expositiva del alumno: 10 %
5. Claridad de la presentación del trabajo escrito o en el formato audiovisual que corresponda: 10%

A. Competencias generales-transversales:

CGT1. Utilizar correctamente el lenguaje oral y escrito y capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en la comunicación verbal y no verbal.

CGT2. Capacidad para buscar, seleccionar, interpretar y analizar textos y documentos (capacidad analítica, sintética y crítica).

CGT3. Iniciativa, creatividad credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo.

CGT4. Capacidad para explicar y relacionar conocimientos.

CGT5. Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de métodos y técnicas aplicados.

CGT6. Conocer los aspectos sociales, económicos y culturales del contexto nacional e internacional y las estructuras, características y configuraciones de las sociedades.

CGT7. Conocimiento y aplicación de los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.) entre los seres humanos en el tratamiento de la información periodística y divulgativa.

CGT8. Conocimiento, defensa y difusión de los derechos humanos y garantías constitucionales en las informaciones periodísticas y divulgativas que lo exijan.

CGT9. Capacidad para saber ejercer, en su caso, las garantías constitucionales que reconocen las libertades de empresa, de información y de expresión diferenciando los productos informativos de otros productos meramente comunicativos.

CGT10. Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación pública, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, dialógicos y opinativos de la comunicación periodística.

B. Competencias específicas:

CE1. Conocer las principales corrientes y teorías en Comunicación, Información y Periodismo.

CE2. Conocer las bases de la economía de los sistemas democráticos.

CE3. Conocer la historia del mundo actual y el pensamiento político contemporáneos

CE4. Conocimiento de la Sociología y la Opinión Pública

CE5. Conocer la historia literaria y su vinculación con el periodismo y las principales corrientes literarias de nuestro entorno cultural

CE6. Conocer los fundamentos éticos y los principios deontológicos en la práctica profesional de la información periodística.

CE7. Conocer los principios básicos del estado de derecho, ordenamiento constitucional y el conjunto de derechos y deberes fundamentales.

CE8. Conocimiento teórico y práctico de la lengua española, del uso correcto del léxico, de la ortografía, y la sintaxis, y de su aplicación eficaz en la comunicación oral y escrita

CE9. Conocer los principios básicos de la psicología de la comunicación.

CE10. Conocer fundamentos de la ciencia política, de las relaciones internacionales y de los mecanismos e interacciones de la comunicación política.

CE11. Capacidad para aplicar adecuadamente los criterios de selección de hechos y asuntos para la información periodística según el enfoque del interés general y del interés público.

CE12. Capacidad para sintetizar la información en titulares adaptados a todo tipo de soportes (prensa, audiovisuales, webs, móviles).

CE13. Conocer los procedimientos para seleccionar y acceder a las fuentes de información, tanto humanas como documentales, y utilizar la red con criterio periodístico para la búsqueda y selección de información, datos, documentos y cualquier otro tipo de registro.

CE14. Conocer el funcionamiento de las empresas productoras de información y de comunicación a través del análisis de su creación, estructura, organización, gestión, dirección y difusión.

CE15. Conocer las técnicas y métodos de la documentación informativa y las herramientas de producción de documentos digitales basadas en lenguajes de marcas (html, xml, css) y herramientas web 2.0 como blogs, wikis o agregadores de contenido (RSS).

CE16. Conocer los principios de la semiótica como base interpretativa de la creación del conocimiento y de su transmisión.

CE17. Conocer la Historia de la Comunicación Social y la historia del Periodismo.

CE18. Conocer la historia de la propaganda

CE19. Capacidad para saber presentar los hechos como hechos y las opiniones como opiniones, diferenciando claramente los unos de las otras.

CE20. Conocer los géneros periodísticos y dominio de la redacción periodística en sus tres macroestructuras discursivas principales: narrativa, dialógica y argumentativa y capacidad de establecer, sostener y dirigir el diálogo con las fuentes informativas.

CE21. Capacidad de preguntas y respuestas en ruedas de prensa, entrevistas, debates o programas radiofónicos o audiovisuales de contenidos informativos.

CE22. Capacidad para explicar ideas, reflexiones y conocimientos en artículos, ensayos, informes y análisis y para argumentar opiniones propias.

CE23. Conocer los principios del periodismo especializado.

CE24. Conocer los requisitos necesarios para la elaboración de informaciones a través de la búsqueda, preparación y redacción de noticias por medio de locuciones, ediciones gráficas e ilustraciones fotográficas y audiovisuales.

CE25. Conocer el arte contemporáneo.

CE26. Conocer el ordenamiento jurídico de la información

CE27. Conocer los principios metodológicos de la investigación en Comunicación

CE28. Conocer la utilización adecuada de las técnicas de comunicación y el estudio y análisis de las tecnologías de la comunicación expresamente configuradas para informar en medios escritos, audiovisuales y digitales.

CE29. Conocer las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) para la elaboración y diseño de la información periodística, para la utilización rentable y eficiente de las tecnologías de la comunicación y el manejo de los códigos intrínsecos del medio digital como son los multimedia, el hipertexto y la interactividad.

CE30. Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en prensa y páginas digitales.

CE31. Conocer las transformaciones sociales derivadas de las tecnologías de la información y comunicación y las redes sociales digitales.

CE32. Conocer la estructura y el sistema de los medios de comunicación en los ámbitos local, nacional e internacional y las políticas de información y comunicación en la UE.

CE33. Conocer la organización de las tareas informativas, la producción de información en el seno de las unidades económicas de medios impresos, radiofónicos o audiovisuales bajo los principios de calidad, eficiencia, suficiencia y rentabilidad.

CE34. Saber interpretar adecuadamente los datos cuantitativos y cualitativos.

CE35. Conocimiento básico de técnicas y estrategias de marketing aplicables a empresas periodísticas de prensa, audiovisuales y en red, del comportamiento de los consumidores y de los productores y del funcionamiento de los distintos mercados.

CE36. Conocer las teorías de las relaciones públicas y la comunicación institucional y la estructura y funcionamiento de los gabinetes de comunicación.

CE37. Capacidad para idear, planificar y ejecutar proyectos informativos o comunicativos.

TRABAJO FIN DE GRADO EN PUBLICIDAD Y RR.PP
[GUÍA DOCENTE]

Carácter: Obligatorio

Créditos ECTS: 6

El trabajo debe tener una dedicación de 150 horas (6 ECTS) repartidas entre las siguientes actividades:

- 1) Actividades con presencia del profesor: Sesiones informativas, tutorías, actividades de evaluación. **2cr**
- 2) Actividades sin presencia del profesor: búsqueda de información, fuentes bibliográficas, bases de datos, análisis del material e información recopilado, elaboración propiamente del trabajo. **4cr**

SEMESTRE 8

Sin horario (las actividades presenciales se programarán los lunes del 2ºC)

PROFESOR: A cada alumno matriculado en el TFG le será designado por la Comisión de Grado un tutor. El alumno tendrá la opción de elegir hasta cinco posibles opciones de tutor entre un listado de docentes de su titulación.¹

DATOS DEL TFG

Breve descriptor: El Trabajo de Fin de Grado (TFG) consiste en la elaboración individual o en grupo de un trabajo académico general, centrado en la demostración de las competencias generales y específicas del Grado.²

Requisitos: Haber superado como mínimo el 60 por 100 de los créditos totales de la titulación (144 ECTS), entre ellos todos los de Formación Básica. Al matricular el TFG, el estudiante deberá matricular también todos los créditos restantes para la obtención del título, con la excepción de los créditos reconocibles por actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, si es que el estudiante va a hacer uso de dichos créditos. No obstante, el estudiante deberá haber reconocido dichos créditos antes de que la calificación de su TFG se incluya en Actas.

Objetivos: La finalidad del TFG es comprobar en qué medida el alumno ha alcanzado las competencias generales y específicas que le ha procurado su formación a lo largo del Grado. No se trata de volver a ver las capacidades del alumno en una asignatura concreta, sino a través de las aptitudes conjuntas que le sean aplicables al TFG escogido. En el TFG el estudiante deberá demostrar su madurez intelectual y su preparación profesional. Este trabajo podrá ser eminentemente teórico o un programa o campaña de publicidad o relaciones públicas o gestión de intangibles (véase la Guía de Desarrollo al efecto).

Competencias: Todas las del Grado (véase anexo).

¹ Ver listado en <https://ccinformacion.ucm.es/trabajo-fin-de-grado>

² Véase anexo.

Contenido temático: El alumno podrá trabajar sobre cualquier aspecto relacionado con su Grado, que cumpla la finalidad exigida a un TFG. La temática será elegida por el alumno, que atenderá las observaciones que al respecto estime realizar su tutor.

Metodología y distribución de actividades docentes:
%respecto del total de créditos

Sesiones informativas	5%
Actividades de evaluación	5%
Tutorías	10%
Trabajo autónomo (actividades no presenciales)	80%

TOTAL: 100%

Evaluación: Para llevar a cabo la evaluación con garantías de homogeneidad, la calificación final del trabajo será otorgada atendiendo a los siguientes criterios:

1. Metodología utilizada: 10%
2. Utilización correcta de las fuentes manejadas para elaborar el trabajo: 10%
3. Desarrollo y calidad del trabajo aplicando los conocimientos, destrezas, habilidades y competencias adquiridos durante el Grado: 60%
4. Claridad y corrección expositiva del alumno: 10 %
5. Claridad de la presentación del trabajo escrito o en el formato audiovisual que corresponda: 10%

A. Competencias generales-transversales

CGT1. Conocimiento de la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

CGT2. Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CGT3. Conocimiento de los procesos de investigación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.

CGT4. Conocimiento de la lengua española y sus relaciones con el área de la comunicación social persuasiva, así como de la literatura y los medios de comunicación.

CGT5. Capacidad para actuar de conformidad a los principios deontológicos y jurídicos. Ello supone limitar la propia actuación cuando se vulnerasen derechos fundamentales.

CGT6. Capacidad para obtener provecho de las diversas fuentes de información al alcance del alumno en las distintas materias de estudio para maximizar su formación y alcanzar así un rendimiento óptimo en el plano académico, personal y, posteriormente, profesional.

CGT7. Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional.

CGT8. Capacidad para la detección, el análisis y la resolución de problemas en cualquiera de los ámbitos que van a conformar la vida académica y profesional del alumno; y para la aplicación de métodos instrumentales de carácter interdisciplinar necesarios para ello.

CGT9. Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo en aquellas situaciones que requieran de una solución novedosa y eficaz; involucrándose en su ejecución y adoptando un funcionamiento ágil y flexible.

CGT10. Capacidad para el trabajo e interacción en equipos multi e interdisciplinarios, contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos, y revirtiendo sus resultados en el aprendizaje personal y colectivo.

CGT11. Capacidad para adquirir un compromiso ético a nivel personal y social, manifiesto tanto en su comportamiento académico, como en su futuro quehacer profesional.

B. Competencias específicas

CE1. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de comunicación, expresión oral y la defensa de proyectos. En especial las utilizadas en la gestión publicitaria y de la comunicación empresarial e institucional con sus diversos públicos.

CE2. Conocimiento, análisis y selección de soportes y medios para la planificación de programas, campañas y acciones de publicidad y relaciones públicas. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria. Eventual compra de los tiempos y espacios en los medios. Conocimiento del análisis e investigación de audiencias. Motivaciones y marketing.

CE3. Conocimiento teórico y aplicado de los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria: métodos, estrategias, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.

CE4. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios, de relaciones públicas y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa.

CE5. Conocimiento de los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE6. Conocimiento y estudio de la aplicación de los procesos de marketing en general, del marketing relacional y de la gestión de marca y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE7. Conocimiento y aplicación de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como la gestión de presupuestos, en la empresa pública, privada, política y de otra naturaleza. Análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas.

CE8. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de prestar servicio al cliente de la agencia, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de relaciones públicas y marketing.

CE9. Capacidad y habilidad para colaborar en el diseño del plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

CE10. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE11. Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.

CE12. Capacidad y habilidad para definir una política de gestión de la información y documentación en una empresa publicitaria y de las relaciones públicas, así como llevar a cabo o participar en su puesta en marcha a través de una organización adaptada, coordinada y eficiente de las actividades e identificar los distintos componentes de un dispositivo de gestión de la información (componentes humanos, técnicos, financieros, jurídicos).

CT13. Conocimiento, estudio y análisis de los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación, atendiendo al propio ámbito y en su reflejo en los distintos públicos, así como de los modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

TRABAJO FIN DE GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL [GUÍA DOCENTE]

Carácter: Obligatorio

Créditos ECTS: 6

El trabajo debe tener una dedicación de 150 horas (6 ECTS) repartidas entre las siguientes actividades:

- 1) Actividades con presencia del profesor: Sesiones informativas, tutorías, actividades de evaluación. **2cr**
- 2) Actividades sin presencia del profesor: búsqueda de información, fuentes bibliográficas, bases de datos, análisis del material e información recopilado, elaboración propiamente del trabajo. **4cr**

SEMESTRE 8

Sin horario (las actividades presenciales se programarán los lunes del 2ºC)

PROFESOR: A cada alumno matriculado en el TFG le será designado por la Comisión de Grado un tutor. El alumno tendrá la opción de elegir hasta cinco posibles opciones de tutor entre un listado de docentes de su titulación.¹

DATOS DEL TFG

Breve descriptor: El Trabajo de Fin de Grado (TFG) consiste en la elaboración individual o en grupo de un trabajo académico general, centrado en la demostración de las competencias generales y específicas del Grado.²

Requisitos: Haber superado como mínimo el 60 por 100 de los créditos totales de la titulación (144 ECTS), entre ellos todos los de Formación Básica. Al matricular el TFG, el estudiante deberá matricular también todos los créditos restantes para la obtención del título, con la excepción de los créditos reconocibles por actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, si es que el estudiante va a hacer uso de dichos créditos. No obstante, el estudiante deberá haber reconocido dichos créditos antes de que la calificación de su TFG se incluya en Actas.

Objetivos: La finalidad del TFG es comprobar en qué medida el alumno ha alcanzado las competencias generales y específicas que le ha procurado su formación a lo largo del Grado. No se trata de volver a ver las capacidades del alumno en una asignatura concreta, sino a través de las aptitudes conjuntas que le sean aplicables al TFG escogido. En el TFG el estudiante deberá demostrar su madurez intelectual y su preparación profesional. Este trabajo podrá ser teórico o una obra audiovisual (véase la Guía de Desarrollo al efecto).

Competencias: Todas las del Grado (véase anexo).

¹ Ver listado en <https://ccinformacion.ucm.es/trabajo-fin-de-grado>

² Véase anexo.

Contenido temático: El alumno podrá trabajar sobre cualquier aspecto relacionado con su Grado, que cumpla la finalidad exigida a un TFG. La temática será elegida por el alumno, que atenderá las observaciones que al respecto estime realizar su tutor.

Metodología y distribución de actividades docentes:
%respecto del total de créditos

Sesiones informativas	5%
Actividades de evaluación	5%
Tutorías	10%
Trabajo autónomo (actividades no presenciales)	80%

TOTAL: 100%

Evaluación: Para llevar a cabo la evaluación con garantías de homogeneidad, la calificación final del trabajo será otorgada atendiendo a los siguientes criterios:

1. Metodología utilizada: 10%
2. Utilización correcta de las fuentes manejadas para elaborar el trabajo: 10%
3. Desarrollo y calidad del trabajo aplicando los conocimientos, destrezas, habilidades y competencias adquiridos durante el Grado: 60%
4. Claridad y corrección expositiva del alumno: 10 %
5. Claridad de la presentación del trabajo escrito o en el formato audiovisual que corresponda: 10%

A. Competencias generales-transversales

CGT1. Conocimientos para comprender los cambios y la evolución histórica de la imagen y de la cultura audiovisual, así como los distintos modelos del lenguaje cinematográfico, audiovisual y multimedia.

CGT2. Conocimientos para analizar el discurso audiovisual, atendiendo a los parámetros básicos del análisis y los modelos teóricos existentes.

CGT3. Conocimientos para identificar y desarrollar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales y ver las oportunidades del mercado: producción, distribución y exhibición. En esta competencia se incluye la gestión y organización de los equipos humanos y recursos técnicos para la producción audiovisual en cualquiera de los soportes sonoros y visuales existentes.

CGT4. Conocimientos para aplicar procesos y técnicas implicadas en la organización y gestión de recursos técnicos en cualquiera de los soportes sonoros y visuales existentes.

CGT5. Conocimientos para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica.

CGT6. Conocimientos para comprender los nuevos soportes comunicativos, además de producir, crear, distribuir y analizar contenidos específicos de los mismos.

CGT7. Conocimiento de las bases expresivas del lenguaje. Abarcará todo lo relativo a la comunicación, lenguaje y habla: fonología y fonética, paisaje sonoro, presentación, locución y doblaje.

CGT8. Conocimiento de los mecanismos psicológicos y sociales que explican el origen, desarrollo y cambio de la comunicación audiovisual.

CGT9. Conocimiento de los fundamentos artísticos, históricos, literarios, sociológicos, económicos, etc., que le permitan decidir mediante criterios propios y hacerse aconsejar ante cada producción audiovisual.

CGT10. Conocimientos para aplicar técnicas de evaluación de los resultados de la programación audiovisual y sus efectos sociales y económicos.

CGT11. Conocimiento para buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales.

CGT12. Conocimiento del ordenamiento jurídico, de la ética y deontología que regulan la producción audiovisual que incluye los derechos fundamentales

implicados en la comunicación audiovisual y la libertad de comunicación. En concreto sobre la normativa audiovisual, derechos de autor, jurisprudencia y doctrina jurídica audiovisual.

B. Competencias específicas

CE1. Conocimiento de la historia y evolución de los medios audiovisuales a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales. Conocimiento de la relación entre la evolución tecnológica e industrial y el lenguaje audiovisual teniendo en cuenta los conceptos teórico-prácticos de las representaciones audiovisuales, los sistemas de comunicación y los valores simbólicos y culturales.

CE2. Conocimiento de los conceptos necesarios para definir la naturaleza de la imagen y los procesos de percepción y representación audiovisual, así como la metodología para realizar un análisis integral de cualquier tipología icónica.

CE3. Conocimiento teórico-práctico de los modelos de las estructuras organizativas e institucionales en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo, incluyendo la creación y gestión de las empresas, la tributación audiovisual, la propiedad intelectual y la recuperación, conservación y preservación de los documentos existentes en los centros y archivos audiovisuales. También comprende: el conocimiento y la investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: instituciones, empresas, medios, soportes, autores-creadores y receptores; el conocimiento del funcionamiento de los mercados audiovisuales, nacionales e internacionales, el saber sobre las políticas públicas y estrategias económicas del sistema de la comunicación audiovisual.

CE4. Conocimiento de las técnicas y modelos de los procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, tecnológicos, humanos y económicos hasta su comercialización.

CE5. Conocimiento de las técnicas y modelos de los procesos de creación en sus diferentes fases, soportes y formatos desde la idea inicial hasta su acabado final. Asimismo, se contempla la utilización de fondos propios de archivo y otras fuentes documentales necesarias para la elaboración y acabado de ciertos productos.

CE6. Conocimiento teórico-práctico y utilización de las tecnologías propias de los medios de comunicación audiovisuales (fotografía, cine, radio, televisión, vídeo y soportes multimedia, sonido, iluminación, imagen digital, etc.).

CE7. Conocimiento de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guión atendiendo a diferentes medios, formatos, tecnologías y soportes de producción, así como el trabajo del dialoguista o el adaptador de obras literarias. También se incluye el conocimiento teórico y práctico del análisis audiovisual. Conocimiento de los modelos teóricos de construcción narrativa de las obras audiovisuales (cine, radio, televisión, videojuegos, multimedia y otros), así como de los elementos básicos de la narración y de la creación de relatos y la articulación de los mismos gracias al montaje.

CE8. Conocimiento de las técnicas y modelos teóricos de los formatos y géneros audiovisuales, así como de los modelos de programación y evaluación de resultados.

CE9. Conocimiento de la creación del espacio de la imagen y de sus representaciones icónicas, tanto en la imagen fija aislada (pintura y fotografía) como en la imagen secuencial fija o en movimiento (cine, cómic, videojuegos y otros). Estos conocimientos también abarcan las relaciones entre imágenes y sonidos desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales.

CE10. Conocimiento del espacio sonoro, de su estructura física y de los procesos de audición y escucha; de las representaciones acústicas del espacio, así como los elementos constitutivos de diseño y la ambientación sonora. Estos conocimientos también abarcarán la música creada para la imagen.

CE11. Conocimientos para planificar y gestionar los recursos humanos, económicos y tecnológicos en las diversas fases de la producción de un relato cinematográfico, televisivo, videográfico y publicitario.

CE12. Conocimientos para crear y dirigir producciones audiovisuales de todo tipo.

CE13. Conocimientos para utilizar las técnicas de edición y postproducción, desde la concepción y diseño hasta su aplicación.

CE14. Conocimientos para la creación y gestión de empresas en los ámbitos audiovisuales.

CE15. Conocimientos para el análisis de los mercados audiovisuales, sus estructuras, evolución y escenarios de futuro, así como el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales.

CE16. Conocimientos específicos para planificar y gestionar los recursos tecnológicos y humanos en las producciones para TV, así como las técnicas y procesos de creación y realización en las distintas fases de la producción televisiva.

CE17. Conocimientos para gestionar técnicas y procesos de producción, registro y difusión de la producción radiofónica, discográfica y otros productos sonoros. También en lo que se refiere al almacenamiento, conservación y recuperación de los productos y documentos sonoros.

CE18. Conocimientos para la utilización de las técnicas y procesos de producción, registro y difusión de la producción fotográfica, así como las técnicas y procesos de creación en el campo de la imagen fija en general tanto en entornos analógicos como digitales. También en cuanto a la recuperación, conservación y difusión de los documentos icónicos y fotográficos en cualquiera de los entornos.

CE19. Capacidad para aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes

clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen mediante las nuevas herramientas y tecnologías de la comunicación.

CE20. Conocimiento de los principios y funciones de la identidad visual para la creación de un manual de normas para la identidad corporativa de una empresa determinada.

CE21. Conocimientos para llevar a cabo el análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos comunicativos espectaculares por ellos generados.

CE22. Conocimientos para entender los procesos estéticos de la cultura de la imagen. Entendiendo los distintos grados e importancia del uso de la estética audiovisual.

CE23. Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales, multimedia e Internet.

CE24. Conocimientos para grabar y reproducir sonido desde cualquier fuente: acústica o electrónica; digital o analógica y de mezclar estos materiales con una intencionalidad determinada teniendo en cuenta los niveles, timbres y planos sonoros de la mezcla final masterizada.

CE25. Conocimientos para recrear el ambiente sonoro de una producción audiovisual o multimedia atendiendo a la intención del autor y de la estructura narrativa mediante la utilización de banda sonora (música, diálogos y efectos sonoros).