

**MEMORIA REFORMADA DEL PROGRAMA DE DOCTORADO DE
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD Y RELACIONES
PÚBLICAS. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN.
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.**

EXPEDIENTE Nº: 6771/2013

ID TÍTULO: 5600622

10 DE JULIO DE 2013

1. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA DE DOCTORADO

1.1. DATOS BÁSICOS

1.1.1. Denominación del programa de doctorado.

Programa de doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid

1.1.2. Códigos ISCED.

Códigos ISCED:

- TÉCNICAS AUDIOVISUALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
- MARKETING Y PUBLICIDAD

1.1.3. Títulos conjuntos.

Se trata de un programa facultativo, en el que participan 11 departamentos de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

1.1.4. Datos asociados al centro.

- *Plazas de nuevo ingreso.*

60

- *Normativa permanencia.*

NORMATIVA DE DESARROLLO DEL REAL DECRETO 99/2011, DE 28 DE ENERO (BOE 10/02/2011) QUE REGULA LOS ESTUDIOS DE DOCTORADO EN LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

- *Lengua(s) utilizadas(s) a lo largo del proceso formativo*

Castellano

1.2. CONTEXTO

1.2.1. Interés académico científico

Tanto la Comunicación Audiovisual como la Publicidad y las Relaciones Públicas, unificadas en una misma área de conocimiento, cuentan con más de setenta años de investigación y análisis marcados por un rico acercamiento multidisciplinar que ha vivificado al conjunto de las Ciencias Sociales. Ambas han experimentado además un enorme ascenso de su trascendencia cultural, económica y social general en la denominada como Sociedad del Conocimiento. Su "estado del arte" teórico, empírico y fáctico, y su omnipresencia actual justifican plenamente un denso Programa de Doctorado.

Puesto que estos dos ámbitos de investigación, pese a sus indudables parentescos y múltiples puentes, conservan también notables singularidades, se expone a continuación la justificación científica del presente Programa de Doctorado atendiendo a cada uno en particular.

Por lo que se refiere a la Comunicación Audiovisual, ésta ha sido objeto de una prolongada tradición de investigación y estudio desde hace más de un siglo, que comprende desde la aparición y expansión del cine hasta el dominio

de la radio y la televisión y, posteriormente, del vídeo en sus múltiples expresiones y aplicaciones, e incluso en su entrada en los museos como videoinstalaciones u otras fórmulas creativas.

Tal tradición justificaría por sí sola la necesidad de un programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, pero la transformación tecnológica de los últimos quince años y su impacto sobre la Comunicación Audiovisual y la cultura entera, su creación y producción, su difusión y usos, hacen mucho más imperiosa aun esta necesidad.

En efecto, si toda la comunicación y la cultura están cambiando aceleradamente con la implantación de las tecnologías digitales y los subsiguientes cambios sociales, la televisión y el audiovisual en general se encuentran en el período de mayor transformación de toda su historia, sin parangón alguno con el paso al color, o con la llegada del magnetoscopio, o incluso con las tentativas frustradas de los años 90 sobre la alta definición. Pero se trata de un cambio profundo que mantiene y mantendrá durante un largo período la coexistencia entre medios analógicos "clásicos", más o menos transformados y medios y comunicaciones digitales, en relaciones complejas de complementariedad y colaboración pero también de canibalización.

Además, la digitalización ha ido diversificando los soportes y las redes por los que se distribuyen y circulan las imágenes en movimiento, determinando cambios emergentes pero ya importantes en la oferta y el consumo de los contenidos audiovisuales. Por el momento, los soportes tradicionales de la televisión (ondas, satélite, cable) digitalizadas en muchos países, se enfrentan así a las "nuevas redes" de transmisión como Internet, la TV IP o los teléfonos móviles. El resultado no es sólo una difusión y consumo audiovisual multiplataforma sino fundamentalmente una televisión en red, en donde las ofertas audiovisuales y los hábitos sociales de los usuarios se articulan cada vez más complejamente entre sí, en un escenario en el que cambian notablemente las prácticas mediáticas clásicas. Sin mitificaciones sobre una inverosímil transformación masiva de los consumidores en productores, se advierte una evolución marcada de los usuarios hacia posiciones más especializadas y activas en su relación con la oferta televisiva, con grados diversos de interactividad y participación según generaciones, hábitat y sectores sociales. En definitiva, la dieta audiovisual de los usuarios será ya siempre para el futuro multicanal, multisoporte y, cada vez más, interactiva y multiservicios.

En medio de una creciente constelación de medios, que lleva en ocasiones a confusiones y sensaciones de caos, dos redes parecen brillar con luz propia: la Televisión por una parte, por su extensión y arraigo social sin discusión pero también por su capacidad y reserva de contenidos para todos usos; e Internet como encrucijada de todos los medios y pivote de las transformaciones sociales. Pero, el desarrollo de la primera no es concebible sin su adaptación profunda a las conquistas y usos inducidos por la segunda. Y a su vez, Internet está cada vez más centrada por los servicios audiovisuales, como pasarela al lenguaje multimedia.

En concreto, esta propuesta de estudios de postgrado se basa en el balance de los estudios rigurosos realizados por numerosos autores internacionales sobre la evolución y situación de la Comunicación Audiovisual, que pueden agruparse de forma muy abreviada en las siguientes orientaciones maestras:

- Historia del cine y de los Medios Audiovisuales (Barnouw, 1966-70; Gubern, 1969ab; Sadoul, 1983; Deleuze, 1986; Flichy, 1993; Sorlin, 1996).
- Investigación de las tecnologías audiovisuales, su impacto y aplicaciones, de la formación en audiovisual y los nuevos perfiles profesionales necesarios (López, 2007; Iyer, 2009; Jodar, 2010; Vivar, 2005, 2010).
- Investigación de los procesos de creación audiovisual, de los textos y la narrativa audiovisual (Field, 1984; Aumont, Marie, 1988; Chion Katz, 2000; Katz, 2000ab; Murch, 2003; Ryan, 2004; Murch, Ondaatje, 2007; Rabiguer, 2009).
- Análisis e Investigación de la gestión económica y la producción de los contenidos y servicios audiovisuales (Miege, 2000; Popper, 2007; Nyiri, 2010; Prensky, 2010; Bustamante, 2003, 2011; Richeri, 2012).
- Investigación de los procesos de recepción e interacción en la comunicación audiovisual (Duncan, y Everett, 1993; Swedlow, T., 2000; Boczkowski, 2004; Hsu, Wen, Lee, 2006; Morris, 2009; Prensky, 2010).
- Investigación de las tendencias artísticas y estéticas en la comunicación audiovisual (Kuspit et al., 2006; Martín, 2006; Rush, 2007; Shanken, 2009; Shanken, 2009; Wolf, 2009; Schreuder, 2010).

Además, la transformación de la comunicación audiovisual en los soportes y redes digitales, en particular en su articulación con Internet y en un entorno multiplataforma, se puede resumir en las conclusiones que sintetizamos a continuación y que informan la presente propuesta de Programa de Doctorado:

1.- El estudio y la realización de proyectos audiovisuales exige una visión multidisciplinar e integral de la realidad y del futuro de la Comunicación Audiovisual.

En efecto, la industria audiovisual ha estado formada tradicionalmente por equipos estables y generalmente estancos entre sí: la fotografía, la radio, el cine, la televisión y más tarde el vídeo, son claros ejemplos. Pero la innovación técnica lleva aparejada nuevas funciones y una reorientación de los requisitos profesionales para llevarlas a cabo, de forma que se difumina la especialización en aras de la polivalencia.

Al mismo tiempo, Internet no sólo reestructura profundamente los medios clásicos, como en el caso de la digitalización del proceso productivo audiovisual, sino que además es el motor de un nuevo sector industrial. La gran variedad de nuevos empleos, sin precedentes en otras áreas, junto con su gran volumen de contenidos multimedia, pone de manifiesto la aparición de nuevas estructuras con sus propios espacios y relaciones de trabajo que requieren roles híbridos: empleos más flexibles e integradores lejos de la tradicional dicotomía entre técnicos y creativos (U.I.A., 2008).

La propuesta de Programa de Doctorado presentado atiende precisamente a esta visión compleja y multidisciplinar de la investigación en Comunicación Audiovisual digital: desde la metodología del análisis y estudio de los nuevos mensajes audiovisuales hasta su gestión y producción, desde el estudio de las

nuevas tecnologías hasta la escritura, realización y edición-distribución de nuevos contenidos audiovisuales.

2.-Se borran las fronteras clásicas del mundo analógico por soportes y medios, o las divisiones entre cultura escrita y audiovisual, en beneficio de un nuevo sistema multimedia y multiplataforma, centrado en la relación entre la imagen en movimiento e Internet, pero en donde se integran asimismo todos los demás medios y sectores culturales.

La transformación e integración de la televisión en Internet: La televisión que demanda el usuario desde cualquier ordenador conectado a Internet, con búsquedas temáticas, en comunidades e incluso con redes P2P para descargas audiovisuales, transformaciones ejemplificadas con algunos nuevos modelos de relación oferta-demanda:

- El modelo *You Tube*, la televisión del ciudadano
- Los nuevos modelos de televisión IPTV
- Los *bloggin*
- La televisión y el vídeo en terminales móviles:

El Programa de Doctorado pretende, en su análisis creativo y estético como en su visión tecnológica y, finalmente, en su orientación hacia la gestión económica, esa visión multimedia y multiplataforma del Audiovisual digital, capaz de integrar las investigaciones futuras en todas sus posibilidades.

3.- La transición acelerada al mundo digital trae consigo una modificación sistemática en los procesos que van desde la creación a la realización y distribución de contenidos y servicios audiovisuales.

Las tendencias, cambios y nuevas oportunidades que la sociedad de la información ofrece a la industria de los medios audiovisuales y sus correspondientes modelos de formación han sido ampliamente estudiados en los trabajos de J.C. Burgelman, K. Ducatel y M. Bogdanowicz en *el Institute for Prospective Technological Studies* (Unión Europea). La creación de contenidos dentro de los nuevos roles en los medios digitales interactivos, y la correspondiente descripción de tareas ha sido también utilizada en investigaciones recientes en la industria audiovisual británica (Ducatel, Burgelman, 1999 y 2000; Ducatel, Burgelman, Bohlin, 2000; Ducatel, Burgelman y Bogdanowicz, 2000a; Ducatel, Burgelman y Bogdanowicz, 2000b).

El Programa de Doctorado se centra por todo ello en el estudio de los procesos operativos en la Comunicación Audiovisual, con especial atención a la producción y la gestión de los nuevos contenidos digitales y de las organizaciones empresariales – públicas o privadas- que deben planificar y hacer sostenibles financieramente estas actividades.

4.-Las nuevas tecnologías, soportes y redes digitales, están generando cambios en las especializaciones profesionales clásicas y la aparición de nuevos perfiles profesionales, con requerimientos inéditos de formación, no cubiertos por la educación tradicional.

Específicamente en el sector audiovisual, se observan tres tendencias fundamentales respecto a la formación:

- Reciclaje de labores tradicionales hacia la digitalización del medio
- Cambios radicales en los perfiles profesionales existentes
- Aparición de nuevos perfiles que todavía no han sido definidos de forma universal pero que van siendo decantados por la práctica profesional y empresarial

Este Programa de Doctorado busca combinar el estudio permanente de los perfiles profesionales clásicos con la investigación práctica de esas nuevas habilidades profesionales, que exigen nuevos conocimientos, competencias, aptitudes y actitudes, destrezas y valores.

5.-La revisión sistemática de los programas de grado y posgrado que se están implantando internacionalmente, con especial atención a la Unión Europea, los Estados Unidos y América Latina, indica que el mundo académico está reaccionando tardía y parcialmente ante las transformaciones profundas de la comunicación y específicamente de la comunicación audiovisual digital en su imbricación estrecha con Internet.

Este Programa de Doctorado parte pues del *background* acumulado por los estudios clásicos de comunicación audiovisual, pero aborda integralmente la cultura audiovisual digital, sobre todo a las nuevas *skillssets* necesarios para la realización de proyectos audiovisuales, e incluyendo sus nuevos modelos de gestión y de negocio, mucho más complejos que en el pasado. Una atención especial se presta al estudio del nuevo papel del usuario, que sin utopías inútiles de una creatividad masiva y profesional, cobra dimensiones inéditas tanto en la creación amateur como en el etiquetado (*tagging*) de los contenidos como en la recomendación y enlace entre pares de todos los servicios audiovisuales.

Por lo que se refiere a la Publicidad y las Relaciones Públicas (Comunicación de las Organizaciones), la investigación durante las últimas décadas viene determinada por la importancia que la comunicación ha adquirido para la supervivencia de las organizaciones. Desde mediados de los años ochenta el mundo organizacional está demandando el desarrollo de líneas de investigación que permitan conocer de forma interdisciplinar y en profundidad los contextos socioculturales, políticos y económicos en los que se produce la comunicación de las organizaciones, de la publicidad y de las relaciones públicas en sus distintos aspectos (infraestructura de la comunicación, contenidos, efectos, etc.).

Más concretamente, se hace necesario un Programa de Doctorado que sustente la investigación académica de la comunicación de las organizaciones: Publicidad y Relaciones Públicas.

La propuesta específica de este Programa de Doctorado se apoya en la revisión del estado de la cuestión sobre la investigación científica en las áreas que abarca la comunicación de organizaciones (Comunicación, Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Organizacional y

Comunicación Corporativa). La revisión del estado de la cuestión sobre la investigación en estas áreas (Vasquez & Taylor, 2001; Botan & Taylor, 2004) permite identificar como importantes las siguientes áreas de investigación:

- Planificación estratégica y campañas de comunicación (Stey, 2003; Stromback & Kiouisis, 2011,ab).
- El estudio del papel de los medios de comunicación como mediadores en la comunicación de organizaciones, publicidad y relaciones públicas (Shoemaker, P. y Reese, S.,1992; Pandey, S. J., y Garnett, J. L., 2006).
- Comunicación organizacional y flujos de información para la toma de decisiones (Taylor et al., 2001).
- Diagnóstico, planificación, gestión y evaluación de la reputación (Van Riel, 1997; Capriotti, 1999; Gotsi, Wilson, 2001; Villafañe, 1998 y 2004; Barnett, Jermier y Lafferty, 2006; Walker, 2010).
- Procesos de generación de mensajes.
- Investigación sobre los valores intangibles en el sector público y privado (Luoma-aho y Peltola, 2000; Carmeli, Cohen, 2001; Cinca, Molinero, Quiroz, 2003; Pandey, Garnett, 2006; Steyn, B., 2003, 2007; Luoma-aho 2005, 2006, 2007, 2008; Bell, Hindmoor, Mols, 2010; Bevir 2011).
- *Issue management* (Heath, 2006ab; Heath, Waymer, 2011), diplomacia pública (Signitzer, Wamser, 2006; Molleda, 2011) y *public affairs* (Grath, Moss, Harris, 2010)
- Comunicación de crisis y comunicación de riesgos (Coombs, Holladay, 2010; Coombs, 2011)
- Marketing social (Ahlstrand, B. y Lampel, J. ,1999; Botan , Taylor, 2004; Mintzberg, H.,)
- Fundamentación teórico-conceptual de carácter interdisciplinario (Comunicación, Psicología, Sociología, etc.): teorías de sistemas; teoría de la excelencia-simetría y comprensión mutua; teoría interpersonal, teorías relacionales, teoría de la contingencia, procesos de persuasión y aprendizaje social, teoría de los juegos, pensamiento *stake-holder* (Grunig y Hunt, 1984; Grunig, Grunig, 1992; Cutlip, Center, Broom, 2000; Vazquez, Taylor, 2001).

La revisión de todos estos estudios, así como de las líneas de investigación desarrolladas hasta el momento en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, permite extraer las siguientes conclusiones que justifican científicamente el programa que se propone:

1.- *Es necesario continuar con líneas de investigación que aborden el estudio de la comunicación con carácter integral y multidisciplinar.*

La perspectiva relacional e integral de la comunicación afirma que el estudio de las funciones de la comunicación de forma "relacional" (es decir, poniendo el acento en las conexiones que se dan entre las distintas formas de comunicación) consigue un resultado "mayor que si la comunicación estuviera sectorializada, persiguiendo su propio objetivo dentro de un plan global" (Duncan y Everest, 1993).

Se hace pues necesario investigar las distintas funciones de la comunicación y su diferente compartimentación para profundizar en la identidad de la función persuasiva de la comunicación, relacionando todas sus funciones, y con un planteamiento interdisciplinar (sociología, psicología, *management*, historia, ética, estética y comunicación).

2.- El desarrollo de las líneas de investigación en Comunicación muestra la necesidad de abordar la Comunicación de Organizaciones, Publicidad y Relaciones Públicas desde modelos, teorías y conceptos que superen el tradicional enfoque unidireccional emisor-receptor y se atengan a la actual multi-interacción entre los distintos actores.

Autores reconocidos en investigación en comunicación coinciden en entender que los modelos lineales que inicialmente inspiraron el estudio de la relación comunicativa (modelos que, apoyándose en la concepción matemática de Shannon y Weaver, y siguiendo la propuesta de Lasswell, apuntan una concepción unidireccional y psicologista) se han mostrado insuficientes para analizar hoy el proceso de la comunicación de organizaciones. El desarrollo de los medios de comunicación, de la comunicación *online* y de las redes sociales muestran la necesidad de abordar mejor el intercambio, la respuesta, el *feedback* y, en definitiva, los procesos de interacción y recepción de quienes se comunican. Además, la revisión de la literatura en el ámbito de la Sociología de Redacciones de los medios de comunicación reclama el estudio global e integral de la política informativa de las organizaciones.

En consecuencia, se hace necesario avanzar en el estudio de las implicaciones que tienen los efectos de los medios para la Comunicación de Organizaciones, Publicidad y Relaciones Públicas, y llegar a las causas que determinan los contenidos de los medios: tradiciones culturales periodísticas, sociología de redacciones, actitudes profesionales, perfiles profesionales, rutinas profesionales, etc.

3.- La investigación científica sobre la comunicación de organizaciones, publicidad y relaciones públicas pone el acento en el estudio de las relaciones de largo plazo entre organizaciones y públicos.

Estudios recientes sobre el estado de la cuestión han puesto de manifiesto que se hace necesario analizar la interacción, transacción, intercambio y lazos que se establecen entre organizaciones y públicos. Esta perspectiva relacional apunta que el éxito de la comunicación no debe medirse sólo por el resultado de la comunicación o por los efectos en la opinión de diversos públicos, sino por la calidad de la relación que se establece.

De tal manera que adquieren relevancia las líneas de investigación que analizan la relación entre comunicación y lealtad, confianza, apertura, transparencia, satisfacción, compromiso, mutualidad (comprensión mutua) y simetría.

4.- La revisión de las líneas de investigación muestra la necesidad de profundizar en el carácter procesal y directivo de la comunicación.

En la completa revisión que realizan de este campo Taylor *et al.* (2001) se afirma que se ha producido un cambio crucial en el desarrollo de la

comunicación organizacional como un área distinta de estudio: de la visión que predominó en el siglo pasado (donde las organizaciones eran vistas como "contenedores" de comunicación), hacia perspectivas que consideran la comunicación explícitamente como fenómenos centrales de la organización (la comunicación vista como constitutiva de las organizaciones y no como algo que "ocurre" en las organizaciones).

La investigación desarrollada en el ámbito del *management* corrobora esta idea, y especifica la necesidad de profundizar en los planteamientos estratégicos para la dirección de una organización, incluyendo planteamientos directivos propios del *management*: creatividad, la planificación, la estrategia, la evaluación y la gestión.

5.- La revisión del estado de la cuestión sobre la investigación en Comunicación de Organizaciones lleva a concluir en la necesidad de continuar con el estudio de los intangibles en las organizaciones.

El planteamiento relacional y el enfoque *stakeholder*, por el que las organizaciones se hacen dependientes de sus públicos, están haciendo que las organizaciones públicas y privadas atiendan a los intangibles como valores organizacionales y a la función que tiene la comunicación en estos intangibles. Más de la mitad de las 35 compañías del Ibex tienen en sus organigramas responsables de intangibles. Lo intangible está suponiendo no sólo una exigencia en la gestión de comunicación de las organizaciones, sino un posicionamiento del anunciante respecto a sus públicos. La publicidad debe interesar al ciudadano y para ello se debe recurrir al valor.

De aquí se desprende que un programa de doctorado sobre Comunicación de Organizaciones, Publicidad y Relaciones Públicas debe continuar con la investigación que profundiza en el diagnóstico, evaluación y gestión de intangibles de las organizaciones (marca, responsabilidad social corporativa, liderazgo y reputación).

6.- La revisión de los programas de doctorado que se están implantando en otros países y equipos de investigación muestran que se hace necesario abordar un cada vez más variado panorama del universo organizacional.

La comunicación afecta no solo a las organizaciones empresariales, sino que ha permeado la vida de toda organización, tanto del sector público como privado: empresas, fundaciones, ONGs, museos, universidades, territorios, hospitales, etc.

De ahí que un programa de doctorado debe abordar, por una parte, áreas transversales como son el estudio de las implicaciones de las nuevas tecnologías, de la historia y de los aspectos jurídicos; debe además atender a la aplicación de la comunicación a los distintos sectores de especialización: sanitario, cultural, artístico, público, empresarial, sin ánimo de lucro y político

En definitiva, el diseño de este Programa de Doctorado se ha realizado considerando los retos reales que se vienen planteando en la comunicación de organizaciones, la publicidad y las relaciones públicas. Tales retos requieren un estudio integral y multidisciplinar de las funciones de comunicación, una visión a largo plazo del análisis de oportunidades de la

comunicación, una comprensión procesal de esta comunicación, un análisis de la contribución de los intangibles y un atento estudio de las necesidades de especialización, tanto de áreas como de perfiles profesionales.

Bibliografía referenciada en la justificación científica del programa:

- AUMONT, J., y MARIE., M. (1988) Análisis del film. Barcelona: Paidós.
- BARNETT, M. L.; JERMIER, J. M. y LAFFERTY, B. (2006) Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9 (1), 26-38.
- BARNOUW, E. (1966-1970) A history of Broadcasting in the United States (trilogía). Oxford: Oxford University Press.
- BELL, S., HINDMOOR, A. y MOLS, F. (2010) Persuasion as governance: A state-centric relational perspective. *Public Administration*, 88 (3), 851-870.
- BEVIR, M. (2011) Public administration as storytelling. *Public Administration*, 89 (1), 183-195.
- BOCZKOWSKI, P.(2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, 54 (2), 197-213.
- BOTAN, C.H. y TAYLOR, M. (2004) Public relations state of the field. *Journal of Communication*, 54, 645-661.
- BOU BAUZÁ, G. (2003) El guión multimedia. Madrid: Anaya Multimedia.
- BROWN, B. (2008) Cinematografía teoría y práctica. Barcelona: Ed. Omega.
- BUSTAMANTE, E. (Coord.) (2011) Las industrias culturales audiovisuales e Internet: experiencias, escenarios de futuro y potencialidades desde la periferia. Tenerife: Ideco.
- BUSTAMANTE, E. (Coord.), (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital. Gedisa.
- CAPRIOTTI, P. (1999) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel Comunicación.
- CARROLL, A. B. (1993) Business and Society. Ethics and Stakeholder Management (2ª ed.). Cincinnati: South-Western Publishing.
- CHION, M. (1992) El cine y sus oficios. Madrid: Cátedra.
- CINCA, C.S.; MOLINERO, C. M. y QUEIROZ, A. B. (2003) The measurement of intangible assets in public sector using scaling techniques. *Journal of Intellectual Capital*, 4 (2), 249-275.
- COOMBS, W.T. (2011) Political public relations and crisis communication: A public relations perspective. In J. Strömbäck & S. Kioussis (Eds.), *Political Public Relations. Principles and applications*, 214-234. New York: Routledge.
- COOMBS, W.T. y Holladay, S. J. (Eds.) (2010) *Handbook of Crisis Communication*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- CORNELISSEN, J.; VAN BEKKUM, T. y VAN RULER, B., (2006) Corporate Communications: A Practice-Based Theoretical Conceptualization, *Corporate Reputation Review* 9 (2), 114-133.

- CUTLIP, S.M.; CENTER, A.H. y BROOM, G. M. (Eds.) (2000) *Effective public relations*. Eighth edition. Upper Saddle, NJ: Prentice Hall.
- DELEUZE, G. (1986) *La imagen-tiempo*. Barcelona: Paidós.
- DUCATEL, K. y BURGELMAN, J. C. (1999) *Futures Employment Map: Jobs, Skill and Working Life on the Road to 2010*. Futures Report Series, 13,
- DUCATEL, K. y BURGELMAN, J. C. (2000). *ICTs and employment in Europe: Outlooks to 2010*. *Communication & Strategies*, 38, 309-332.
- DUCATEL, K.; BURGELMAN, J. C. y BOGDANOWICZ, M. (2000a) *Employment outlook and occupational change in the media content industries (2000-2005)*. Scenarios and background note. Sevilla: IPTS Technical Report.
- DUCATEL, K.; BURGELMAN, J. C. y BOGDANOWICZ, M. (2000b) *The media industry in the digital age: 5 scenarios on changing industries, employment trends and occupational change*. *Info*, 2 (4), 339-359.
- DUCATEL, K.; BURGELMAN, J. C. y BOHLIN, E. (2000) *Information and Communication Technologies and the Information Society*, ICT panel report, Futures Report Series 03, IPTS, Seville;
- DUNCAN, T. y EVERETT, S. (1993) *Client perceptions of integrated marketing communications*, *Public Relations Quarterly*, 13-18
- FIELD, S. (1984) *El libro del guión. Fundamento de la escritura de guiones*. Madrid: Plot Ediciones.
- FLICHY. P. (1993) *Una historia de la comunicación moderna*. Barcelona: Gustavo Gili.
- FREEMAN, R.E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- GOTSI, M. y WILSON, A. M. (2001) *Corporate reputation: seeking a definition*. *Corporate Communications*. 6, (1), 24-30.
- GRATH, C.; MOSS, D. y HARRIS, P. H. (2010) *The evolving discipline of public affairs*. *Journal of Public Affairs*, 10, 335-352.
- GRUNIG J. E. y HUNT, T. (1984) *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- GRUNIG, J. E. y GRUNIG, L. (1992) *Models of Public Relations and Communication*. In J. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management*, 285-326. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- GUBERN, R. (1969a) *Del bisonte a la realidad virtual, la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.
- GUBERN, R. (1969b) *Historia del cine*. Barcelona: Danae.
- HEATH, R. (2006a) *A rhetorical theory approach to issues management*. In C. H. Botan & V. Hazleton (Eds.), *Public relations theory II*, 63-99. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- HEATH, R. L. (2006b) *Onward Into More Fog: Thoughts on Public Relations Research Directions*, *Journal of Public Relations Research*, 18 (2), 93-114.

- HEATH, R.L., y WAYMER, D. (2011). Corporate issues management and political public relations. In J. Strömbäck & S. Kioussis (Eds.), *Political Public Relations. Principles and applications*, 138-156. New York: Routledge.
- HSU, S.; WEN, M. y LEE, C. (2006) An Activity-Oriented Approach to Designing User Interface for Digital Televisión, Congreso Internacional EUROITV, 25 y 26 de mayo, Atenas.
- IYER, H. (2009) A profession in transition: towards development and implementation of standards for visual resources Management. *Information Research*, 14 (3),
- JODAR, J. (2010) La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*, 71,
- KATZ, S D. (2000a) Plano a plano. De la idea a la pantalla. Madrid: Plot ediciones.
- KATZ, S. D. (2000b) Rodando. La planificación de secuencias. Madrid: Plot ediciones.
- KUSPIT, D. (2006) Arte digital y videoarte. Transgrediendo los límites de la representación. Madrid: Pensamiento.
- LÓPEZ, N. (2007) Gestión de contenidos audiovisuales en la televisión de hoy. *Signo y Pensamiento*, 26 (50),
- LUOMA-AHO, V. (2005) Faith-holders as social capital of Finnish public organizations. Academic dissertation. University of Jyväskylä: Jyväskylä.
- LUOMA-AHO, V. (2006) Intangibles of public sector organizations: Trust and reputation. In V. Luoma-aho & S. Peltola (Eds.), *Public Organizations in the Communication Society*. University of Jyväskylä: Publication of the Department of Communication 29.
- LUOMA-AHO, V. (2007) Neutral reputation and public sector organizations. *Corporate Reputation Review*, 10 (2), 124-144.
- LUOMA-AHO, V. (2008) Sector reputation and public organizations. *The International Journal of Public Sector Management*, 6, 446-467.
- LUOMA-AHO, V., y PELTOLA, S.M. (Eds.) (2006) *Public Organizations in the communication society*. University of Jyväskylä: Publication of the Department of Communication 29.
- MARTÍN, S. (2006): Video arte. Madrid: Taschen.
- MIEGE, B. (2000). Les industries du contenu face à l'ordre informationnel. PUG. Grenoble.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B. y LAMPEL, J. (1999) Safari a la estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico. Barcelona: Granica.
- MOLLEDA, J. C. (2011) Global political public relations, public diplomacy, and corporate foreign policy. In J. Strömbäck & S. Kioussis (Eds.), *Political Public Relations. Principles and applications*, 274-292. New York: Routledge.
- MORRIS, T. (2009) All a Twitter: a personal and professional guide to social networking. Indianapolis: Quee.
- MURCH, W. (2003) En el momento del parpadeo. Madrid: Ed. Ocho y medio.

- MURCH, W. y ONDAATJE, M. (2007) El arte del montaje. Madrid: Ed. Plot.
- NYIRI, K. (ed.) (2010): A Sense of Place. The Global and the Local in Mobile Communication. Viena: Passagen Verlag. Pandey, Garnett, 2006;
- PANDEY, S. J., y GARNETT, J. L. (2006) Exploring public sector communication performance: Testing a model and drawing implications. *Public Administration Review*, 66 (1), 37-51.
- POPPER, F. (2007) From technological to Virtual Art. MIT.
- PRENSKY, M. (ed.) (2010) Understanding the Digital Generation. London:
- RABIGUER, M. (2009) Dirección cinematográfica: Técnica y Estética. Barcelona: Ed. Omega.
- RICHERI, G. (2012) Economía dei Media. Roma: Laterza.
- RUSH, M. (2007) Videoart (Second Edition). London: Thames & Hudson.
- RYAN, M. L. (2004) La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y los medios electrónicos. Barcelona: Paidós Comunicación.
- SADOUL, G. (1983) Historia del cine mundial. México: Siglo XXI.
- SCHREUDER, C. (2010) Pixels and places: video art in public spaces. Rotterdam: Nai, cop.
- SHANKEN, E. A. (2009) Art and electronic media., London: Phaidon Press.
- SHOEMARKER, P. y REESE, S. (1992) Mediating the Message. Theories of influence of mass media content. Longman.
- SIGNITZER B. y WAMSER, C. (2006) Public Diplomacy. A Specific Governmental Public Relations Function. In C. Botan & V. Hazleton (Eds.), *Public Relations Theory II* Mahwah, 435-64. NJ: Lawrence Erlbaum.
- SKILLSET, (2001) Skills for Tomorrow´s Media, The Report of the Skillset, DCMS & AVITG, September, 2001
- SORLIN, P. (1996). Cines europeos, sociedades europeas. Barcelona: Paidós.
- STEYN, B. (2003) From strategy to corporate communication strategy: A conceptualization. *Journal of Communication Management*, 8 (2), 168-183.
- STEYN, B. (2007) Contribution of Public Relations to organizational strategy formulation, *TOTH*, 137-172.
- STROMBACK, J. y KIOUSIS, S. (2011a) Political public relations: Defining and mapping an emergent field. In J. Strömbäck & S. Kiousis (2011).
- STROMBACK, J. y KIOUSIS, S. (Eds.) (2011b) *Political Public Relations. Principles and applications*. New York: Routledge.
- SWEDLOW, T. (2000) Interactive Enhanced Television: A Historical and Critical Perspective, ITVT - American Film Institute - Intel Corporation, Estrasburgo, www.itvt.com/etvwhitepaper.html (19.11.2006).
- TAYLOR, J.R.; FLANAGAN, A.J.; CHENEY, G. y SEIBOLD, D.R. (2001) *Communication Yearbook*. 24, 99-137.

U.I.A. (2008). Declaración final sobre Los nuevos profesionales ante las transformaciones del sistema audiovisual. 10 de Septiembre de 2008. Universidad Internacional de Andalucía.

VAN RIEL, C. B. M. (1997) Comunicación corporativa. Madrid: Prentice may.

VASQUEZ, G. M. y TAYLOR, M., (2001) Public Relations: An emerging social science enters the new millennium. GUDYKUNST, 24, 319-342.

VILLAFAÑE, J. (1998) Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Madrid: Pirámide.

VILLAFAÑE, J. (2004) La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Pirámide.

VIVAR, H. (2005) Competencias profesionales en un sistema integrado multimedia, Cuadernos de Documentación Multimedia, 16,

VIVAR, H. (Coord.) (2010): Los estudios de Comunicación en España. Reflexiones en torno al Libro Blanco, Icono 14.

WALKER, K. (2010) A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 12 (4), 357-87.

WOLF, L. (2009) Arte Digital, Königswinter: Tadem.

1.2.2. Experiencias anteriores de la Universidad Complutense en la impartición de programas de doctorado de características similares.

La Universidad Complutense fue la primera en España en ofertar la licenciatura universitaria en Comunicación Audiovisual en 1971. La segunda fue la del País Vasco en 1981 y la tercera la Autónoma de Barcelona en 1992. La preeminencia de la Universidad Complutense de Madrid en al área de Comunicación Audiovisual destaca si se tienen en cuenta los datos de TESEO para el total de tesis defendidas en departamentos de Comunicación Audiovisual (o en otros más generales en los que están integrados profesores de esta área) desde el curso 2008-2009, en las universidades más numerosas: País Vasco (5), Autónoma de Barcelona (15), Pompeu Fabra (14), Málaga (8), Valencia (2), Sevilla (12), Navarra (5), Carlos III (1) y Rey Juan Carlos (5). Es un total de 67. Esta misma base de datos ofrece para la Universidad Complutense -en la misma área- un total de 41 tesis para el mismo periodo. Eso supone que, del total de tesis defendidas en España en Comunicación Audiovisual de 2008 hasta 2011, el 39% correspondía a la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (Fuente: Base de Datos Teseo del Ministerio de Educación).

Por lo que se refiere al campo de Publicidad y Relaciones Públicas, la Universidad Complutense fue la primera en España en ofertar esta licenciatura universitaria, lo que ha influido especialmente en su posicionamiento. En los últimos cinco cursos se ha defendido un total de 215 tesis doctorales (Fuente: Base de Datos Teseo del Ministerio de Educación). Solo durante el año 2011, del total de tesis defendidas en España en esta área de conocimiento más del 30% lo ha sido de esta facultad. Además, en la Facultad de Ciencias de la Información de la

Universidad Complutense hay actualmente un elevado desarrollo de grupos de investigación vinculado a este campo: un total de 13 grupos de investigación activos y que trabajan sobre la comunicación de organizaciones, publicidad y relaciones públicas.

1.2.3. Datos y estudios acerca de la demanda potencial del programa de doctorado y su interés para la sociedad.

En la Facultad de CC. de la Información de la U.C.M. ha habido tradicionalmente una elevada demanda de estudios de doctorado que se incrementan por curso cuando se evalúan sólo en los programas de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. De esta forma, como indicador cercano, puede citarse que en los diferentes programas de tercer ciclo (incluye diversos programas de posgrado y doctorado) de los departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad se matricularon en cinco cursos (2005/6 a 2009/10) un total de 1.236 alumnos, es decir, una media de 247 alumnos por curso. Habría que añadir los estudiantes matriculados en otros programas anteriormente existentes en departamentos no específicos de comunicación, que hoy colaboran o se integran plenamente en esta propuesta de Programa de Doctorado.

A estos datos hay que añadir como indicio parcial en el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas, uno de los dos que se integran en este programa de doctorado, que el Máster Oficial en Comunicación de las Organizaciones en su primera edición ha tenido 513 solicitudes, de los que se han inscrito 80. Desde la misma fecha funciona igualmente el Máster en Patrimonio Audiovisual: Historia, Recuperación y Gestión, con 55 solicitudes de admisión, finalmente matriculados 16. Además, el próximo año se pondrá en marcha el Máster Oficial en Comunicación Audiovisual para la era digital, cuya demanda es por tanto desconocida, pero que se presume muy elevada.

1.2.4. Integración o no del programa de doctorado dentro de una red o Escuela Doctoral.

Por el momento no hay Escuela Doctoral en la Universidad Complutense.

1.2.5. Relación de la propuesta con la situación del I+D+i

El programa de Doctorado que se propone se inserta en los objetivos del Plan Nacional de I+D+i 2008-2011, prorrogado hasta la aprobación del Plan Estatal 2013-2016 siendo, este último, el punto de referencia sobre el que se articula esta propuesta de doctorado.

Dentro de los Programas Estatales y Subprogramas del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2013-2016 propuestos en el borrador de noviembre de 2012, el doctorado propuesto se incluye en los siguientes:

- Programa Estatal de Promoción del Talento y la Competitividad (en lo referente a las actuaciones referidas a formación de doctores y formación de gestores de I+D+i y movilidad)
- Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia
- Programa Estatal de Liderazgo Empresarial en I+D+i (por cuanto se pretende crear sinergias necesarias en la aplicación de los conocimientos

generados entre agentes del sector público y del sector privado para facilitar los procesos de transferencia.

- Programa Estatal de I+D+i orientada a los retos globales de la Sociedad
- AE2. Acción Estratégica en Economía y Sociedad Digital, atendiendo especialmente a los contenidos digitales y a las redes sociales como una parte fundamental en el marketing de las empresas.

De manera más concreta, atendiendo a los objetivos específicos de Plan Estatal 2013-2016, el programa de doctorado integra aspectos esenciales derivados de los mismos en lo referente a la Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, como se destaca en los siguientes puntos propuestos:

1. Incrementar el volumen de recursos humanos formados y ocupados en actividades de I+D+i, tanto en el sector público como en el sector privado.

2. Aumentar el nivel de excelencia e impacto de la investigación científica y técnica que contribuya a la generación de nuevos conocimientos y al liderazgo internacional científico y tecnológico del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación y de todos sus agentes.

3. Fortalecer las capacidades y el liderazgo internacional de las instituciones, centros y unidades ejecutores de investigación científica y técnica de excelencia.

4. Sustentar las capacidades del Sistema para la generación de conocimiento científico y tecnológico de excelencia mediante la adquisición y acceso a las infraestructuras científicas y tecnológicas y al equipamiento científico, con especial referencia a las grandes instalaciones científicas y técnicas singulares, tanto nacionales como internacionales.

7. Incrementar la colaboración en materia de I+D+i entre el sector público y el sector empresarial.

9. Fomentar la I+D+i orientada para anticipar la búsqueda de soluciones capaces de dar respuesta a las demandas globales de la sociedad.

10. Estimular la internacionalización de las actividades de I+D+i de los agentes del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación y su participación activa en el Espacio Europeo de Investigación.

11. Incrementar la cultura científica, tecnológica e innovadora de la sociedad española así como incrementar la difusión de los resultados de la investigación científico-técnica y de la innovación financiados con fondos públicos.

Asimismo, el programa de doctorado presentado atiende específicamente a la prioridad (7) "Economía y Sociedad Digital" dentro de las prioridades científico-técnicas y sociales de I+D+i orientada a los retos globales de la Sociedad.

Además, el Programa está relacionado con las líneas prioritarias establecidas en el Campus de Excelencia de la Universidad Complutense (iniciativa conjunta de las Universidades Complutense y Politécnica de

Madrid, que suma también a otros organismos presentes en el campus, como el CIEMAT, el CSIC y el INIA) para transformar de modo sostenible el Campus de Moncloa en un referente internacional en investigación, formación e innovación.

En este ámbito las líneas del Programa de Doctorado se inscriben en las correspondientes al clúster de Patrimonio, así como en las relacionadas con la línea de acción estratégica dentro del clúster de Cambio Global y Nuevas Energías.

Más específicamente, la investigación llevada a cabo por los profesores de este programa está en relación con la situación I+D+i del sector científico profesional de la siguiente manera (para datos de grupos y proyectos ver punto 6.Recursos humanos):

- Los grupos y proyectos de investigación sobre tecnología y comunicación.
- Los grupos y proyectos de investigación relacionados con la historia y el patrimonio audiovisual (aspectos teóricos y criterios de conservación, restauración gestión e intervención).
- Los grupos y proyectos de investigación relacionados con la gestión de la reputación del territorio.
- Los grupos y proyectos de investigación relacionados con el cambio climático (clúster de Cambio Global y Nuevas Energías).

1.2.6. Estudiantes con dedicación a tiempo completo y a tiempo parcial.

La duración de los estudios de doctorado será de un máximo de tres años, a tiempo completo, a contar desde la admisión del doctorando al programa hasta la presentación de la tesis doctoral. No obstante lo anterior, y previa autorización de la Comisión Académica responsable del programa, podrán realizarse estudios de doctorado a tiempo parcial. En este caso, tales estudios podrán tener una duración máxima de cinco años desde la admisión al programa hasta la presentación de la tesis doctoral. Se reservará un mínimo de un 20% a estudiantes con dedicación parcial que superen el proceso de selección. Este porcentaje podrá incrementarse en función de la demanda, si fuera necesario.

Si transcurrido el plazo de tres años no se hubiera presentado la solicitud de depósito de la tesis, la Comisión responsable del programa podrá autorizar la prórroga de este plazo por un año más, que excepcionalmente podría ampliarse por otro año adicional, en las condiciones que se hayan establecido en el correspondiente programa de doctorado. En el caso de estudios a tiempo parcial, la prórroga podrá autorizarse por dos años más que, asimismo, excepcionalmente, podría ampliarse por otro año adicional.

A los efectos del cómputo del periodo anterior no se tendrán en cuenta las bajas por enfermedad, embarazo o cualquier otra causa prevista por la normativa vigente. Asimismo, el doctorando podrá solicitar su baja temporal en el programa por un período máximo de un año, ampliable hasta un año más. Dicha solicitud deberá ser dirigida y justificada ante la Comisión Académica responsable del programa, que se pronunciará sobre la procedencia en caso de acceder a lo solicitado por el doctorando.

1.3. COLABORACIONES

1.3.1. Introducción

El rectorado de la Universidad Complutense ha decidido no organizar en este primer momento programas de doctorado interuniversitarios. Esto no implica que no exista en ellos los mimbres y contactos necesarios para una fuerte internacionalización y apertura a la colaboración con otras universidades españolas.

Por lo que se refiere a este programa de doctorado, un número proporcionalmente relevante de tesis doctorales en los últimos cinco años, dirigidas por profesores encuadrados en el mismo, han venido obteniendo la mención de Doctor Europeo; además, una elevada proporción de los doctorandos ha procedido de fuera de España, en particular de América Latina (sobre todo, de Brasil y México y, en menor proporción de Argentina, Chile, Venezuela y Perú). Por otra parte, desde hace dos decenios, la Universidad Complutense mantiene un programa de ayudas específico para favorecer la movilidad de estudiantes de doctorado y profesores en centros internacionales de investigación y universidades.

El resultado de esta apertura es quizá más intenso en el caso de la Facultad de Ciencias de la Información, porque el profesorado inicial de otras muchas facultades españolas de comunicación ha procedido de su claustro de profesores y doctores. Todo ello ha promovido la movilidad y la colaboración académica. Por otra parte, el protagonismo inicial de la Facultad de Ciencias de la Información y de las de la Universidad Autónoma de Barcelona, Navarra y País Vasco (durante casi dos décadas las únicas legitimadas en el Estado español) ha facilitado igualmente la presencia mayoritaria del profesorado de la facultad de la Universidad Complutense en los organismos internacionales de investigación en Comunicación, así como su integración prioritaria en las asociaciones y redes internacionales de estudio y docencia del área de Comunicación.

1.3.2. Tipos de colaboración con el Programa de Doctorado

Se han identificado nueve tipos de colaboración posibles de los profesores doctores con el Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.

1. Informes sobre tesis
2. Informes internacionales sobre tesis
3. Participación como miembros en los tribunales
4. Participación como miembros internacionales en tesis con mención internacional
5. Asesoramiento de experto al desarrollo de tesis en función de la materia o de las metodologías que se emplearán
6. Co-dirección de tesis
7. Facilitar gestiones relacionadas con intercambios internacionales
8. Colaboración en actividades formativas del programa
9. Realización de informes de valoración del estado de un trabajo conducente a la tesis

Se han identificado además tres grados de intensidad en estas colaboraciones.

- a) Elevada: implica acciones con una frecuencia anual
- b) Media: implica acciones con una periodicidad de dos o tres años
- c) Baja: implica una acción colaboradora cada cuatro años o más.

Todas las colaboraciones que se señalan en este documento responden a una solicitud explícita y por escrito por parte de los interesados, que se orientan desde hace tiempo hacia nuestros campos de estudio desde perspectivas disciplinares muy diversas. En el listado consignado a continuación, se señala en cada caso su universidad (o institución) de procedencia, las acciones concretas que desarrollarían y el grado de intensidad en las mismas.

El resultado conjunto manifiesta la disponibilidad de 35 profesores e investigadores de universidades radicadas en el Estado español que son los que más participación tendrán en la práctica. Del total de profesores internacionales (39) se distinguen los de Francia, por su proximidad que permite una participación más fácil (8); del resto de Europa (12) y de América (18 en total, de los cuales, 6 de Estados Unidos, y 12 de América Latina. Por último un profesor egipcio abre aún más el sentido intercultural de los colaboradores internacionales.

1.3.3. Colaboración explícita de profesores de universidades o instituciones del Estado español

1. Emili Prado (Universidad Autónoma de Barcelona). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
2. Rosa Franquet (Universidad Autónoma de Barcelona). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas.
3. Miquel Francés (Universidad de Valencia): Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
4. Adela Cortina (Universidad de Valencia). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad c) en todas.
5. Carolina Moreno Castro (Universidad de Valencia). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad c) en todas.
6. Tomás García Perdiguero (Universidad de Valencia). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
7. Juan Antonio García Galindo (Universidad de Málaga): Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas
8. Ana Jorge (Universidad de Málaga). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas
9. Manuel Chaparro (Universidad de Málaga). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas
10. Ramón Zallo (Universidad del País Vasco). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.

11. Juan Carlos Miguel (Universidad del País Vasco). colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
12. José Antonio Mingolarra (Universidad del País Vasco). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas.
13. Margarita Ledo (Universidad de Santiago de Compostela). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas.
14. Xosé López (Universidad de Santiago de Compostela). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
15. Mónica Valderrama (Universidad de Vigo). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
16. Francisco Sierra (Universidad de Sevilla). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
17. Raúl Rodríguez (Universidad de Alicante). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
18. Fernando Olivares Delgado (Universidad de Alicante). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
19. Marta Martín Llaguno (Universidad de Alicante). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
20. Efrén Cuevas (Universidad de Navarra). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas.
21. Domingo García Marzá, (Universitat Jaume I de Castellón). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad c) en todas.
22. Manuel Palacio (Universidad Carlos III). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad c) en todas, mientras dure su mandato como decano.
23. Luis Albornoz (Universidad Carlos III). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
24. Mercedes Pardo Buendía (Universidad Carlos III)
25. Mercedes Quero (Universidad UNED). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas
26. José María Álvarez Monzoncillo (Universidad Rey Juan Carlos). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas.
27. Antonio Montero (Universidad Rey Juan Carlos). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
28. Carmen Caffarel (Universidad Rey Juan Carlos). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
29. Juan José Najera (Universidad Rey Juan Carlos). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas.
30. Rafael Gómez (Universidad Rey Juan Carlos). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
31. Francisco Perales (Profesor Universidad de Sevilla). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.

32. Manuel Bermejo (IE Business School). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad c) en todas.
33. Tomás Garicano, (IE Business School). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad b) en todas.
34. Teresa González Aja (Universidad politécnica de Madrid). Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.
35. John Walton. Investigador del Ikerbasque Foundation for Science. Colaboraciones: 1, 3, 5, 6, 8 y 9. Intensidad a) en todas.

1.3.4. Colaboraciones de profesores de universidades o instituciones de Francia

1. Pierre Sorlin (Emérito. Paris III). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
2. Nancy Berthier (París III). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
3. Bernard Miège, (Emérito. Universidad de Grenoble III). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
4. Jean Claude Seguin (Universidad de Lyon. Lumiere 2). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
5. Pierre Musso (Universidad de Rennes). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
6. Gino Gramaccia Professeur d'Universités (Université de rattachement: Bordeaux). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
7. Philippe Maarek, Universidad Paris XII. Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas
8. Merilinda Ortega (Universidad de París III). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas

1.3.5. Colaboración de profesores de universidades o instituciones de otros países europeos

1. Philip Schlesinger (Universidad de Glasgow. Director del Centre for Cultural Policy Research). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
2. Katrin Voltmer, (University of Leeds). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
3. Gino Frezza (Universidad de Salerno). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
4. Gianfranco Pecchinendia (Università degli Studi di Napoli Federico II)
5. Carlota Nicolas (Universidad de Florencia). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.

6. Gianpietro Mazzoleni, (Universidad de Milán). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
7. Giuseppe Richeri (Universidad de Lugano). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
8. Pedro Brauman (Universidad Politécnica de Lisboa). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
9. Francisco Rui Cadima (Universidad Nova de Lisboa). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
10. Asunción Lera St. Clair. (Directora de investigación del Centro Internacional de Estudios del Medio Ambiente y Cambio Climático en Oslo (CICERO), Investigadora asociada del Instituto Chr. Michelsens (CMI) y catedrática de Sociología en la Universidad de Bergen, Noruega). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
11. Lars Nord, (MidSweden University. Suecia). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
12. Christina Holtz-Bacha, (Universidad de Erlangen-Nuremberg). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.

1.3.6. Colaboraciones de profesores de universidades o instituciones de países americanos

1. Robert Rosenstone (Emérito. California Technical Institute (Caltech). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
2. Steve Reese (University of Texas, Austin). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.
3. Paul Julian Smith (City University of New York)
4. Gonzalo Navajas (University of California, Irvine)
5. Helena Medina. (New School University)
6. Nuria Cruz Cámara. (University of Tennessee, Knoxville).
7. Micael Herschamnn (Universidad Federal de Rio de Janeiro). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
8. Bernardo Kliksberg (Universidad de Buenos Aires). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad c) en todas.
9. Martín Becerra (Universidad de Quilmes. Argentina). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
10. Cecilia Claro Montes (Universidad de los Andes. Colombia). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
11. Fernando Gastelbondo (Universidad de Los Andes. Colombia). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
12. Gustavo Yepes López (Universidad Externado de Colombia). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.

13. Felipe César Londoño López (Director del Medialab Manizales y del doctorado en Diseño y Creación de la Universidad de Caldas, Colombia). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
14. José Vargas (Universidad Externado de Colombia). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
15. Javier Mateos Pérez (Universidad Nacional de Santiago de Chile). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas
16. Claudio Avendaño (Universidad Diego Portales, Chile). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
17. Luis Martín Arciniega Ruíz de Esparza (ITAM, Instituto Tecnológico Autónomo de México). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas.
18. Octavio Islas (Instituto Tecnológico de Monterrey, México). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad b) en todas

1.3.7. Colaboraciones de profesores de universidades o instituciones de otros países

1. Manar Abd el Moez. (Universidad de El Cairo). Colaboraciones: 2, 4, 5 y 7. Intensidad a) en todas.

2. COMPETENCIAS

1.1. COMPETENCIAS BÁSICAS

1. Comprensión sistemática del campo de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas y dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con este campo.
2. Capacidad de concebir, diseñar o crear, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación o creación en el ámbito de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas.
3. Capacidad para contribuir a la ampliación de las fronteras del conocimiento a través de una investigación original en el área señalada.
4. Capacidad de realizar un análisis crítico y de evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas en el ámbito de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas.
5. Capacidad de comunicación con la comunidad académica y científica y con la sociedad en general acerca de este ámbito de conocimiento en los modos e idiomas de uso habitual en su comunidad científica internacional, especialmente el inglés.
6. Capacidad de fomentar, en el contexto académico y profesional de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas, el avance científico, tecnológico, social, artístico o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

1.2. COMPETENCIA ESPECÍFICA

1. Capacidad para diseñar y realizar investigaciones y nuevas propuestas que hagan avanzar el conocimiento en el ámbito de la Comunicación Audiovisual, la Publicidad y de las Relaciones Públicas.

3. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

3.1. INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA Y PROCEDIMIENTO DE ACOGIDA PARA LOS ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO

El canal fundamental, además de las ferias nacionales e internacionales a las que concurre habitualmente la Universidad Complutense de Madrid, es la web de la propia universidad. En la medida en que lo permitan las circunstancias se hará público igualmente en los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) y a través de la red. Se prestará cada año especial atención a esta información y promoción del presente programa en la web de la facultad de Ciencias de la Información y en los medios de comunicación propios de la misma (Info-Actualidad e Info-Radio).

El programa de doctorado está abierto a quienes cumplan las condiciones que establece la ordenación académica vigente estatal, autonómica y propia de la Universidad Complutense de Madrid.

Los procedimientos de acogida y orientación para los estudiantes de nuevo ingreso se señalan en

<http://www.ucm.es/normativa>

y también en:

<http://ccinformacion.ucm.es/doctorado>

Además, la Comisión Académica del Programa establecerá cada año un grupo de profesores tutores con sus correspondientes datos de contacto para atender las dudas referidas a los aspectos académicos de los solicitantes desde la apertura del procedimiento de solicitud de plaza cada curso académico. Serán, al menos, uno por cada grupo de investigación.

Se orientará a los candidatos acerca de las características que se consideran idóneas para iniciar el Programa de Doctorado, además de recomendar posibles acciones formativas que completen aspectos deficientes del currículum.

Perfil de ingreso recomendado:

El Programa de Doctorado irá dirigido de forma preferente, pero no exclusiva, a aquellos alumnos, con vocación de investigadores en el ámbito de la comunicación, procedentes de Grado y Máster relacionados con contenidos de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo y con capacidad probada para realizar análisis en el ámbito de las Ciencias Sociales y, en la medida de lo posible, dentro del área de la comunicación. Son indicadores de este perfil los resultados de programas de máster ya mencionados, la actividad profesional en el nivel de analistas, la experiencia profesional en empresas de comunicación, etc.

También podrán solicitarlo aquellos alumnos que, teniendo un título de máster de en otras áreas, su curricular académico muestre los conocimientos referidos a los contenidos ante indicados.

El dominio de una lengua moderna externa al estado español se considera un elemento importante de este perfil, especialmente –aunque no de manera exclusiva y en función de la orientación del trabajo de doctorado- el caso de la lengua inglesa.

Toda esta información se transmitirá por el Gabinete de Comunicación y a través de los canales de difusión utilizados habitualmente por la Universidad Complutense de Madrid para la captación de potenciales doctorandos.

3.2. ACCESO Y ADMISIÓN

3.2.1. Órgano y composición que llevará a cabo el proceso de admisión

Todos los miembros de la comisión académica serán doctores. El director del programa habrá de tener al menos dos sexenios (el último vivo) y haber dirigido, al menos, tres tesis doctorales. La Comisión Académica del Programa de Doctorado está integrada por el coordinador del programa, por los directores de los Departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad I y II, un secretario y un doctor de cada uno de los equipos de investigación del Programa y elegido por estos equipos, entre los profesores que hayan dirigido, al menos, una tesis doctoral en los últimos cinco años.

El Programa de Doctorado contará con un coordinador designado por el Rector de la Universidad, a propuesta de la Junta de Facultad de Ciencias de la Información, de entre los profesores del programa

El proceso de admisión es competencia de la Comisión Académica del Programa de Doctorado. En caso de empate en cualquier deliberación interna, decidirá el voto de calidad del Coordinador. En cualquier caso, existirá una comisión de reclamaciones dependiente del Vicerrectorado con competencias en posgrado

En su funcionamiento y plazos se ajustará a la normativa general de la Universidad Complutense. La Comisión establecerá cada curso quienes son los profesores que colaborarán, si fuera el caso, con el Coordinador del programa para hacer la propuesta que se presentará a la aprobación de dicha Comisión.

3.2.2. Criterios de admisión y selección de estudiantes.

Con carácter general, para el acceso a un programa oficial de doctorado será necesario estar en posesión de los títulos oficiales españoles de Grado, o equivalente, y de Máster Universitario siguiendo los criterios expresado en la normativa de desarrollo del Real Decreto 99/2011, DE 28 de enero (BOE 10/02/2011) que regula los estudios de doctorado en la Universidad Complutense de [url:www.ucm.es/normativa](http://www.ucm.es/normativa)
<<http://www.ucm.es/normativa>>

En el proceso de admisión primarán los principios de mérito, igualdad y capacidad.

Más concretamente, los criterios de admisión de este Programa de Doctorado en la UCM, siguen los requisitos establecidos en la normativa de desarrollo del Real Decreto 99/2011, de 28 de enero (BOE 10/02/2011), artículo 6, que regula los estudios de doctorado, y corresponden a los siguientes criterios de valoración de los mismos, con las consiguientes pruebas de admisión:

<http://www.ucm.es/normativa>

y también en:

<http://ccinformacion.ucm.es/doctorado>

Como requisito adicional específico el Programa exigirá a todo solicitante la presentación obligatoria de un "Boceto de Proyecto" (proyecto preliminar) de investigación doctoral, avalado por un profesor vinculado al Programa, quien se comprometerá con el mismo, mediante su firma, en calidad de Director de Tesis Provisional. Este profesor podrá a su vez acordar la codirección con otro u otros doctores vinculados o no al mismo Programa. Además de la condición previa de esta presentación se valorará el grado de adecuación de dicho boceto de proyecto a las capacidades y conocimientos característicos del Programa, indicados en el punto 3.1. El proceso de contacto y coordinación previa con un profesor vinculado al Programa permitirá discriminar con mayores garantías que los seleccionados conocen suficientemente los enfoques epistemológicos y formativos que asume el Programa y que el Programa conoce de antemano el grado de responsabilidad y compromiso específico que asume el solicitante.

Dicho proyecto preliminar, de breve extensión (máximo 3 páginas) y naturaleza abocetada, deberá estar redactado en el idioma español. La ausencia de una competencia lingüística suficiente en la redacción del mismo determinará la desestimación del proyecto. Su planteamiento académico será evaluado en el proceso posterior de aplicación de valoración de méritos.

Se valorará:

a) Adecuación de los estudios precedentes de Grado y Máster, relacionados con el Programa de Doctorado de Comunicación Audiovisual y Relaciones Públicas (Valoración 30%). En este apartado también se podrán valorar otros estudios afines y/o conocimientos avalados con la documentación correspondiente.

b) Expediente Académico y currículum (Valoración 30%)

d) Experiencia docente, investigadora y profesional en el Área de Conocimiento (Valoración 20%)

c) Otras titulaciones complementarias a las referidas en el apartado a). (Valoración 10%)

e) Conocimiento de inglés y otras lenguas. (Valoración 10%)

Los estudiantes con discapacidad dispondrán en los trámites correspondientes al proceso de admisión de la ayuda que la oficina de la Universidad Complutense tiene establecida para estos casos en la dirección: <http://www.ucm.es/?a=appl/cuestacc>.

3.2.3. Procedimientos de matriculación, acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso.

a) Por lo que se refiere al proceso de matriculación, puede verse el enlace:

<https://www.ucm.es/doctorado>

Es normativa común para todos los programas de la Universidad Complutense.

b) Por lo que se refiere a los procesos de acogida y orientación para los estudiantes de nuevo ingreso, son fundamentales tres instancias, cuyas funciones en la acogida y primera orientación de los estudiantes son las siguientes:

1. Tutor (en la primera acogida). Una vez admitido al programa de doctorado, a cada doctorando le será asignado por parte de la correspondiente Comisión Académica un tutor. El tutor será un doctor con acreditada experiencia investigadora, ligado a la facultad de Ciencias de la Información. A él corresponderá velar por la relación del doctorando con la Comisión Académica.

2. Director o directores (en la dirección de la investigación y la recomendación de acciones para asegurar la adecuada formación para llevar a buen fin la tesis doctoral y como garante, mediante el documento de actividades personalizado, del seguimiento de la actividad del doctorando). La Comisión Académica del programa asignará al doctorando un director para la elaboración de la tesis doctoral, en el plazo máximo de seis meses. Este será el máximo responsable de la coherencia e idoneidad de las actividades de formación, del impacto y novedad en su campo de la temática de la tesis doctoral y de la guía en la planificación y su adecuación, en su caso, a los de otros proyectos y actividades donde se inscriba el doctorando.

3. La Comisión Académica es la instancia que designa y coordina las acciones de los actores anteriores (tutor y director).

3.3. COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN

El Programa de Doctorado no contempla complementos de formación.

3.4. ESTUDIANTES MATRICULADOS Y UNIVERSIDAD DE PROCEDENCIA

La profunda y radical reforma que ha abordado la Universidad Complutense en la nueva propuesta de sus programas de doctorado, hace que el presente Programa de Doctorado no pueda considerarse proveniente de la transformación o agrupación de otros programas anteriores. Es, a todos los efectos, de nueva creación.

Las estimaciones por tanto sobre las previsiones han de conjugar elementos de carácter general aplicables al conjunto de los programas que presenta la Facultad de Ciencias de la Información, con otros específicos de este programa en Comunicación Audiovisual, Publicidad y relaciones Públicas.

Por lo que se refiere a los indicadores de carácter general, la oferta conjunta de los programas actualmente vigentes es de 325 plazas, superior ampliamente a la de 90 que se solicita en este caso. La demanda general de estudios de doctorado en la facultad, medida en solicitudes de admisión, supera las 700, aunque la cifra es difícil de convertir en números reales porque no es infrecuente hacer preinscripciones en más de un programa. El número total de tesis defendidas en la Facultad de Ciencias de la Información en los últimos cinco años es de 298. La práctica totalidad del profesorado de los programas de doctorado que se ofrecían en los departamentos se incluyen ahora casi por mitades en los nuevos programas. Es imposible por tanto saber cuáles cabría asignar razonablemente a cada nuevo programa.

Por lo que se refiere a indicadores de tipo más específico, hay que señalar tres de carácter orientativo. En primer lugar, puede citarse que en los diferentes programas de tercer ciclo (incluidos diversos programas de posgrado y doctorado) de los departamentos CAVP se matricularon en cinco cursos (2005/6 a 2009/10) un total de 1.236 alumnos, es decir, una media de 247 alumnos por curso. Habría que añadir los estudiantes matriculados en otros programas anteriormente existentes en departamentos no específicos de comunicación, que hoy colaboran o se integran plenamente en este programa. El segundo se refiere a los datos correspondientes a la demanda de programas máster directamente vinculados con este programa recientemente puestos en marcha (curso 2012-2013), aunque obviamente no constituyan –ni siquiera mayoritariamente– el total de la demanda previsible a la vista de la experiencia de los últimos años. En concreto, la demanda del Máster académico científico en Comunicación de Organizaciones, que está temáticamente vinculado con el programa de doctorado que se propone, ha tenido en su primera edición 513 solicitudes y ha admitido a 80. El Máster académico de Patrimonio Audiovisual: Historia, Recuperación y Gestión tuvo –también en su primera edición y sin apenas tiempo para la promoción– 75 solicitudes, de los que se admitió la matrícula de 16 estudiantes. El tercero es una previsión. Pensamos que es realista en función de las cifras anteriores. Se trata del recién aprobado Máster académico científico en Comunicación Audiovisual, que se iniciará el próximo curso 2013-2014 espera una demanda –a la vista de las cifras anteriores– de 250 solicitudes y 80 admitidos.

Este conjunto de cifras sitúan la demanda potencial en el entorno realista de 200 solicitudes reales, en función de algunas duplicidades en las preinscripciones. Parece que la cifra de 60 incorporaciones anuales al programa no tendrá muchas dificultades para cumplirse.

Estudiantes de otros países

En este caso las cifras que ofrecemos se han computado desde los datos de los programas de doctorado actualmente vigentes. Pensamos que se mantendrán las proporciones que señalamos, quizá resulte algún descenso de los estudiantes iberoamericanos por la subida de tasas, pero previsiblemente se incrementarán los asiáticos (especialmente chinos) a la vista del continuo incremento de su matriculación en los másteres de la facultad.

El conjunto de los estudiantes matriculados en nuestros programas de doctorado el curso 2012-2013, han sido:

Internacionales:

Iberoamérica: 20%

Asia: 5%

Unión Europea: 10%

Como se ha indicado consideramos que se mantendrán estas proporciones en los próximos cinco años con las pequeñas variaciones aludidas.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. ORGANIZACIÓN.

4.1.1. Planteamiento general.

El R. D. 99/2011, art. 4, 1, señala: "Los programas de doctorado incluirán aspectos organizados de formación investigadora que no requerirán su estructuración en créditos ECTS y comprenderán tanto formación transversal como específica del ámbito de cada programa".

La adquisición de las competencias por parte de los doctorandos constituye el trabajo fundamental del director y del tutor de cada uno. A su vez la Comisión seguirá los avances en este aspecto con especial atención las actividades que concretan en cada caso el itinerario formativo de cada estudiante. Por ello podrán ser diferentes, aunque correspondan al mismo tipo de actividad. La asistencia a un congreso internacional, por ejemplo, podrá concretarse en varias posibilidades.

La Comisión académica podrá autorizar (o recomendar) a los doctorandos que se inscriban en actividades propuestas por otras instituciones científicas (se incluirán en el documento de actividades). La propia comisión, a la vista de los resultados, podría autorizar en determinados casos que los doctorandos queden eximidos de cursar alguna de las Actividades Formativas que se señalen como obligatorias.

El programa prevé dos tipos de actividades formativas para asegurar la adquisición de las competencias. Unas son obligatorias y aseguran la adquisición de las competencias transversales y específicas. Otras no obligatorias, intensificarán determinados aspectos de estas o determinadas materias o metodologías.

En resumen: cada estudiante realizará, al menos, a lo largo de su periodo de formación doctoral seis actividades formativas: cuatro obligatorias y dos voluntarias. Mediante las obligatorias y sobre todo mediante los trabajos de dirección y tutorización personalizados se asegura la adquisición de las competencias que se prevén en R. D. 99/2011, art. 5.

4.1.2. Las Actividades transversales y específicas

- a) Estas actividades y sus competencias asociadas serán: *Asistencia a un Congreso Nacional*. Competencias, capacidades y destrezas descritas en el RD 99/2011, art. 5, 1ª; b) y d) y del art. 5.2 c) y f)
- b) *Asistencia y presentación de comunicación a un congreso nacional*. Competencias, capacidades y destrezas descritas en el RD 99/2011, art. 5. 1 e) y f) y del art. 5.2 b) y d) y la competencia específica 1
- c) *Asistencia y presentación de comunicación a un congreso internacional*. Competencias que se le adscriben son las del artículo 5.1 a) y d) y del artículo 5.2 a) y e) y la competencia específica 1
- d) *Escribir un artículo para una revista académica indexada*. competencias que se le adscriben son las del artículo 5.1 b); c); e) y f) y del artículo 5.2 b) y c) y e) y la competencia específica 1.

- a) Otras actividades (se han de realizar al menos dos de ellas) serán: *Participación activa en los seminarios de los grupos de investigación complutense (o de otros no complutenses con la autorización de la Comisión)*
- b) *Participación protagonista en la organización de alguna actividad interuniversitaria nacional o internacional (jornadas, congresos, simposios, encuentros de investigadores sobre temas o metodologías específicas, etc.).*
- c) *Participación en talleres y programas sobre la utilización de las herramientas avanzadas de búsqueda bibliográfica, indización, localización y catalogación de fuentes, herramientas para minería de datos, programas de análisis de contenidos, etc.*
- d) *Participación en talleres y programas sobre escritura académica, elaboración, redacción y exposición de documentos de resultados de investigación en congresos y revistas académicas.*
- e) *Participación en talleres o actividades sobre evaluación de originales en revistas académicas de calidad.*
- f) *Preparación e impartición de dos clases de grado en materias afines a la línea de investigación seguida, con asistencia del profesor y preparación supervisada por el mismo*

4.1.3. Planificación de las actividades formativas transversales y específicas

La organización y control de las actividades formativas y la recogida de las informaciones para asegurar su inclusión en el Documento de Actividades del Doctorado, corresponde a la Comisión académica. Por delegación lo seguirá una comisión de tres profesores avalistas que rotarán cada trienio y estará presidida por el Secretario de la Comisión.

a) Estudiantes con dedicación exclusiva:

Primer año: *Asistencia a un Congreso Nacional* y una actividad voluntaria

Segundo año: *Asistencia y presentación de comunicación a un congreso nacional* y una actividad voluntaria.

Tercer año: *Asistencia y presentación de ponencia a un congreso Internacional* y *Escribir un artículo para una revista académica indexada.*

b) Estudiantes con dedicación parcial:

Primer año: *Asistencia a un Congreso Nacional* y una actividad voluntaria

Segundo año: *Asistencia y presentación de comunicación a un congreso nacional* y una actividad voluntaria.

Tercer año: *Asistencia y presentación de ponencia a un congreso Internacional*

Cuarto año: *Escribir un artículo para una revista académica indexada*

Hemos comprobado que las actividades formativas transversales y específicas están asociadas a todas y cada una de las competencias establecidas en el art. 5, epígrafes 1 y 2 del R. D. 99/2011. El plan previsto

asegura, sobre todo, con el trabajo de dirección de la tesis y las orientaciones personales necesarias, que estas competencias se adquieren en el programa.

Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorado y serán valoradas favorable o desfavorablemente por el Tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.

4.2. MOVILIDAD

Cada estudiante establecerá, de acuerdo con su tutor y/o director, un plan y calendario de movilidad para actividades formativas realizadas en otros centros nacionales e internacionales. Lo harán tanto los estudiantes a tiempo completo como parcial.

A efectos, tanto de las estancias de formación temporal en otros centros internacionales, como para la invitación a profesores extranjeros para impartir actividades formativas y para la concertación de codirecciones de tesis y asesoramiento para la obtención del doctorado de Mención Internacional, la Facultad de Ciencias de la Información, de la que depende este Programa, cuenta con convenios de intercambio con un total de 85 Universidades europeas (véase ww.ucm.es/centros/cont/descargas/documento37846.pdf), además de los centros con los que el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense mantiene convenios para becas de movilidad en universidades europeas, asiáticas, africanas, americanas y de Oceanía. Dicha relación actualizada para el último año puede consultarse en <https://movilidadinternacionalucm.ucm.es/moveonline/cooperations/search.php>. Desde esta base el Programa de Doctorado ofertará al menos cinco intervenciones de profesores extranjeros invitados a intervenir en actividades formativas complementarias. Se acudirá para ello a las convocatorias públicas de financiación de la movilidad internacional y a las propias de la Universidad Complutense. Dichas visitas serán aprovechadas, además, para la concertación de co-direcciones y asesoramiento de tesis de los doctorandos.

Se seguirá el siguiente procedimiento para la ejecución de los planes de movilidad de los estudiantes del programa de doctorado: cada uno, supervisado por su tutor y/o director, presentará un plan específico de estancia y actividad en los centros correspondientes que indiquen duración y calendario para el curso académico siguiente. El primer año ha de hacerse el primero. El plan lo confirmará o modificará la Comisión Académica y se incluirá en el texto de compromiso documental firmado.

El Programa informará de las convocatorias de becas y bolsas para financiar estas actividades de movilidad, así como de los convenios de colaboración institucional que faciliten posibles intercambios para la formación de estudiantes de doctorado en centros externos nacionales e internacionales. La web del programa hará referencia expresa de la sección de la web de la Universidad Complutense en la que se actualiza esta información (<http://www.ucm.es/?a=servicios/becas&d=men00056>). La coordinación del programa garantizará el asesoramiento para aprovechar esa información.

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS
ACTIVIDAD: <i>Asistencia y presentación de comunicación a un congreso nacional</i>
4.1.1. DATOS BÁSICOS/Nº DE HORAS: Entre 10 y 24 horas (dos días aproximadamente)
DESCRIPCIÓN
<p>Se facilitará la adquisición de las competencias, capacidades y destrezas descritas en el RD 99/2011, art. 5. 1 e) y f) y del art. 5.2 b) y d).</p> <p>Esta actividad completa la anterior. Reforzará la posibilidad de ampliar y estrechar redes con investigadores afines en temática o metodologías. Aporta la novedad de exigir la presentación de unos primeros resultados de investigación. No habrá inconveniente en que se centren en exposiciones sobre "estados de la cuestión" sobre temas implicados en el objeto de tesis. También podrá optar, siempre orientado por su director pero favoreciendo la iniciativa del doctorando, por primeros resultados de temas concretos sin perder la perspectiva generalista.</p> <p>Evaluación: si el director coincidiera con el doctorando, la valoración se realizará sobre la exposición misma, además de sobre su preparación y ensayo. Si no se diera esta circunstancia se atenderá a la elaboración de la comunicación, a su rigor y coherencia.</p> <p>Esta actividad se desarrollará en el segundo año, tanto para los estudiantes con dedicación exclusiva como para los que tengan dedicación parcial. Se impartirá en castellano.</p> <p>Procedimientos de control. El director hará una valoración personal del proceso de preparación de la comunicación y sugerirá las mejoras que considere oportunas, aunque será el doctorando como autor el responsable final del texto. A la vista del resultado final (presentación y debate en el congreso internacional) incorporará la anotación correspondiente al Documento de Actividades del doctorando.</p>
4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN
Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.
4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD
Esta actividad implicará normalmente movilidad, aunque cabe la posibilidad de que se desarrolle en la propia universidad complutense. Se

intentará que estos casos sean pocos y justificados por el director. En cualquier caso, si la anterior se realizó dentro de la Universidad Complutense, ésta forzosamente deberá realizarse en otra ciudad.

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD: *Asistencia y presentación de comunicación a un congreso internacional*

4.1.1. DATOS BÁSICOS/Nº DE HORAS: 12 horas

DESCRIPCIÓN

Las competencias que se le adscriben son las del artículo 5.1 a) y d) y del artículo 5.2 a) y e).

El procedimiento que se va a aplicar es la atención directa y personal al estudiante por parte del director de tesis. En este caso será muy importante conjugar la iniciativa del estudiante (ya en tercer año y con la tesis avanzada previsiblemente) con las orientaciones del director sobre la reunión que más interés ofrezca en ese momento de la formación investigadora: establecer contactos con determinados especialistas internacionales, primeras relaciones con investigadores de otras redes que ofrezcan especial interés, consolidar éstas si –como será normal- ya se han iniciado, etc. Igualmente la preparación se habrá de centrar más en un tema vinculado a la tesis de la que se puedan ofrecer ya algunos resultados aunque sean parciales. Para los estudiantes con dedicación parcial será especialmente importante prever con tiempo la reunión y asegurar que pueden asistir en ellas.

Evaluación: el doctorando elaborará un informe sobre sus objetivos (que se habrán definido previamente con el director) y el grado de su cumplimiento. También de cualquier otro elemento referido a redes de investigación en función de materias o metodologías, innovaciones, etc. Sería de interés su presentación en las sesiones de seminario del grupo de investigación correspondiente.

Se realizará durante el tercer año de doctorado para los estudiantes con dedicación exclusiva y también para los de dedicación parcial. Se impartirá en inglés.

Procedimientos de control. El director hará una valoración personal del proceso de preparación de la comunicación y sugerirá las mejoras que considere oportunas, aunque será el doctorando como autor el responsable final del texto. A la vista del resultado final (presentación y debate en el congreso internacional) incorporará la anotación correspondiente al Documento de Actividades del doctorando.

4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades

del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.

4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD

Necesariamente implica movilidad.

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD: *Escribir un artículo para una revista académica indexada*

4.1.1. DATOS BÁSICOS/Nº DE HORAS: 50 horas

DESCRIPCIÓN

Las competencias que se le adscriben son las del artículo 5.1 b); c); e) y f) y del artículo 5.2 b) y c) y e).

Se trata de poner en práctica la práctica totalidad de las competencias de investigación adquiridas centradas en un caso concreto y abarcable: la escritura de un artículo basado en alguno de los aspectos, o incluso resultados, de la tesis. Quizá su implementación exija la realización de alguna de las actividades formativas referidas a la redacción de documentos científicos de carácter voluntario. Si así fuera se reflejará con independencia de esta en el documento correspondiente.

El asesoramiento del director será fundamental, especialmente en las etapas de preparación y diseño del artículo. También en su revisión final.

Evaluación: un elemento básico en la evaluación de esta actividad lo marcarán los informes de los revisores de la revista correspondiente. El director tendrá acceso a ellos para orientar –si fuera el caso- al doctorando en la mejora de su original.

Tendrá lugar durante el tercer año para los estudiantes de dedicación exclusiva y durante el cuarto de los de dedicación parcial.

Procedimientos de control. El director hará una valoración personal del proceso (escritura, envío, recepción de sugerencias, mejoras correspondientes a ellas y publicación final) que incorporará al Documento de Actividades del doctorando.

4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.

4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD

No son estrictamente necesarias, pero las consultas bibliográficas, o de fuentes probablemente implicarán movilidad.

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS
ACTIVIDAD: <i>participación activa en los seminarios de los grupos de investigación complutense (o de otros no complutense con la autorización de la Comisión)</i>
4.1.1. DATOS BÁSICOS/Nº DE HORAS: 3 al año (9 horas aproximadamente)
DESCRIPCIÓN
<p>Las competencias que se le adscriben son las del artículo 5.1 b); c); e) y f) y del artículo 5.2 b) y c) y e).</p> <p>Las competencias del seminario variarán en función de sus contenidos en relación con cada grupo de investigación.</p> <p>La participación de los doctorandos ha de ser activa. Deberán participar en alguna sesión anual aportando algún informe bien preciso (sobre bibliografía, métodos, herramientas, novedades en resultados –tesis, nuevos números de revistas cuyo contenido siga especialmente, etc.). El director orientará estas intervenciones.</p> <p>Se recomienda como actividad de primer año.</p> <p>Se impartirá en castellano.</p> <p>Procedimientos de control. El profesor responsable del seminario emitirá un informe valorativo (muy positivo, positivo o negativo) acerca de la aportación del doctorando al seminario: tanto en los documentos escritos como en las intervenciones de debate. Lo entregará al director. El director lo incorporará al Documento de Actividades del doctorando.</p>
4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN
<p>Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.</p>
4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD
<p>Son acciones susceptibles de movilidad. De una parte por la participación de profesores de otras universidades en los seminarios de los grupos de investigación; de otra porque la comisión puede autorizar al doctorando a asistir a seminarios de otras universidades que le resulten de utilidad por afinidades temáticas o metodológicas.</p>

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS
ACTIVIDAD: <i>Participación protagonista en la organización de alguna actividad interuniversitaria nacional o internacional (Jornadas, Congresos, Simposios, Encuentros de investigadores sobre temas o metodologías específicas, etc.)</i>
4.1.1. DATOS BÁSICOS/Nº DE HORAS: Variable en función de la actividad (entre 1 y 2 días. Unas 20 horas aproximadamente)
DESCRIPCIÓN
<p>Las competencias que se le adscriben son las del artículo 5.1 b); c); e) y f) y del artículo 5.2 b) y c) y e).</p> <p>Se pretende que los estudiantes pongan en práctica sus capacidades organizativas de encuentros nacionales e internacionales de carácter académico. Se incluyen las competencias referidas a los elementos que potencien sus relaciones en los campos de su especialidad respectiva: que localicen y consigan que un grupo de investigadores de referencia acudan al evento y establezcan su formato más adecuado. Lo normal será que se encuadren en algunas de las actividades de este estilo que ya organiza la Universidad Complutense, pero cabe también su colaboración activa en otras entidades con la autorización de la comisión. Colaborarán igualmente en las acciones para su financiación.</p> <p>Se recomienda como actividad de tercer o cuarto año (en el caso de los estudiantes con dedicación parcial)</p> <p>Se impartirá en castellano.</p> <p>Procedimientos de control. El coordinador o responsable de la actividad en cuyo equipo se integre el doctorando hará un breve informe en el que destaque su aprovechamiento en cada una de las competencias que se consideran implicadas en esta acción. El director lo incorporará al Documento de Actividades del doctorando.</p>
4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN
Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.
4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD
Implica necesariamente acciones de movilidad.

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS
ACTIVIDAD: <i>Participación en talleres o programas sobre la utilización de las herramientas avanzadas de búsqueda bibliográfica, indización, localización y catalogación de fuentes, herramientas para minería de datos, programas de análisis de contenidos, etc.</i>
4.1.1. DATOS BÁSICOS /Nº DE HORAS: (Variable en función del lugar y promotores. Unas 12 horas aproximadamente)
DESCRIPCIÓN
<p>Las competencias a las que se adscribe esta actividad son las descritas en el RD 99/2011, art. 5, 1ª; b) y d) y del art. 5.2 c) y f).</p> <p>Además de lo que especifica el título de la actividad, se mostrarán las diversas metodologías científicas y herramientas y su adecuación a los temas y objetivos que el investigador se proponga.</p> <p>Es una actividad recomendada para el primer o segundo año.</p> <p>Se impartirá en castellano.</p> <p>Procedimientos de control. Se valorará la aplicación práctica de estos aspectos en aportaciones realizadas a lo largo del taller o programa por cada asistente. El profesor responsable de la acción emitirá una calificación de 1 a 10 y un breve comentario sobre los puntos fuertes y de mejora para el director. Esta información se incorporará la anotación correspondiente en el Documento de Actividades del Doctorando.</p>
4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN
<p>Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.</p>
4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD
<p>Es una acción formativa susceptible de movilidad porque muchas veces se impartirán en centros ajenos a la Universidad Complutense.</p>

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS
ACTIVIDAD: <i>Participación en talleres o programas sobre escritura académica, elaboración, redacción y exposición de documentos de resultados de investigación en congresos y revistas académicas.</i>
4.1.1. DATOS BÁSICOS /Nº DE HORAS: (Variable en función del lugar y promotores. Unas 12 horas aproximadamente)
DESCRIPCIÓN
<p>Las competencias a las que se adscribe esta actividad son las descritas en el RD 99/2011, art. 5, 1ª; b) y d) y del art. 5.2 c) y f).</p> <p>Se explicará cómo organizar un artículo para darle una estructura científica. Se dedicará especial atención a los diferentes sistemas de citas, los más utilizados, y los criterios de búsqueda y selección de referencias bibliográficas. Se insistirá en la importancia de una buena redacción (y las claves para conseguirla) y finalmente se añadirá una formación específica sobre la redacción de literatura académica en lengua no española.</p> <p>Es una actividad recomendada para el primer o segundo año.</p> <p>Se impartirá en castellano.</p> <p>Procedimientos de control. El profesor responsable de la acción emitirá un informe sobre la participación y valoración de las aportaciones de los asistentes al director. Sobre esta base se incorporará la anotación correspondiente en el Documento de Actividades del Doctorando.</p>
4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN
<p>Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.</p>
4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD
<p>Es una acción formativa susceptible de movilidad porque muchas veces se impartirán en centros ajenos a la Universidad Complutense.</p>

4.1. ACTIVIDADES FORMATIVAS
ACTIVIDAD: <i>Participación en talleres o actividades sobre evaluación de originales en revistas académicas de calidad. Criterios y aplicación en el ámbito de las ciencias sociales.</i>
4.1.1. DATOS BÁSICOS/Nº DE HORAS: (Variable en función del lugar y promotores. Unas 12 horas aproximadamente)
DESCRIPCIÓN
<p>Las competencias a las que se adscribe esta actividad son las descritas en el RD 99/2011, art. 5, 1ª; b) y d) y del art. 5.2 c) y f).</p> <p>Estas actividades pretenden familiarizar a los doctorandos con criterios de valoración de originales vigentes en las revistas académicas. Su aplicación concreta: tanto para tenerlos en cuenta al realizar textos para estas revistas como para –en su caso- valorar los que en el futuro puedan remitirles.</p> <p>Se recomienda su realización en el tercer año para los estudiantes con dedicación exclusiva y en el cuarto para los estudiantes con dedicación parcial.</p> <p>Se impartirá en castellano.</p> <p>Procedimientos de control: el profesor responsable de la acción emitirá un informe sobre la participación y valoración de las aportaciones de los asistentes al director. Sobre esta base se incorporará la anotación correspondiente en el Documento de Actividades del Doctorando.</p>
4.1.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN
<p>Las actividades formativas se registrarán en el Documento de Actividades del Doctorando y serán valorados favorable o desfavorablemente por el tutor y/o Director antes de la evaluación por la Comisión Académica responsable del programa. En la evaluación se atenderá a las peculiaridades de los estudiantes matriculados a tiempo parcial.</p>
4.1.3. ACTUACIONES DE MOVILIDAD
<p>Es una acción formativa muy probablemente de movilidad porque lo habitual será que se imparta en centros ajenos a la Universidad Complutense.</p>

5. ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA DE DOCTORADO
--

5.1. Supervisión de tesis doctorales

Las actividades previstas para fomentar la dirección o codirección de tesis siguiendo la normativa de desarrollo del Real Decreto 99/2011, de 28 de enero (BOE 10/02/2011) que regula los estudios de doctorado en la Universidad Complutense de Madrid se encuentra en la url: www.ucm.es/normativa <<http://www.ucm.es/normativa>>

5.2. Seguimiento del Doctorando

- *Composición de la Comisión Académica*

La Comisión Académica del Programa de Doctorado está integrada por el coordinador del programa, por los directores de los Departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad I y II, un secretario y un doctor de cada uno de los equipos de investigación del Programa y elegido por estos equipos, entre los profesores que hayan dirigido, al menos, una tesis doctoral en los últimos cinco años.

El Programa de Doctorado contará con un coordinador designado por el Rector de la Universidad, a propuesta de la Junta de Facultad de Ciencias de la Información, de entre los profesores del programa.

- *Funciones de la Comisión académica.*

La Comisión Académica será responsable del diseño, organización y coordinación de todos los aspectos del programa de doctorado, incluidas las actividades de formación, investigación y movilidad del programa.

Todo ello no obstante, la UCM, dentro de su estrategia de calidad y su compromiso como institución pública al servicio de la sociedad, considerará de forma especial el grado de empleabilidad de los doctores formados en cada programa. La UCM establecerá un sistema de seguimiento de los alumnos. Este seguimiento, junto con el análisis de los resultados del programa en materia de movilidad, visibilidad, coordinación y evaluación interna, será llevado a cabo por los órganos responsables de calidad de la universidad.

La supervisión del plan de los doctorandos se realizará mediante compromiso documental firmado por la Comisión Académica, el doctorando, el tutor y su director. El documento incluirá un plan de movilidad ajustado a las necesidades del doctorando y a su dedicación (plena o parcial), que se concretará de manera definitiva –como máximo- al cumplirse el primer año. Lo propondrá el director de acuerdo con el doctorando y concretará lugar, fechas aproximadas y compromiso del centro *ad quem* de recepción y atención. Igualmente un plan de trabajo fundamental para la estancia. El Plan lo aprobará la comisión académica en cada caso transcurrido ese plazo máximo.

Se podrá, de manera extraordinaria, proponer cambios al mismo (no su anulación) a propuesta razonada del Director de la tesis y de acuerdo con el doctorando.

5.3. Seguimiento del Plan de investigación y del Documento de actividades

Anualmente la comisión académica del programa evaluará el Plan de investigación y el registro de actividades junto con los informes. Este informe deberá elaborarlo cada año el director. La evaluación positiva será requisito indispensable para continuar en el programa.

La evaluación negativa cuando se produjera deberá estar debidamente motivada. El doctorando deberá ser evaluado de nuevo en el plazo de seis meses. Para ello deberá elaborar un nuevo Plan de investigación. Si hubiere nueva evaluación negativa, el doctorando causará baja definitiva en el programa. Esta decisión podrá ser recurrida ante la Comisión de Doctorado de la UCM.

La UCM establecerá las funciones de supervisión de los doctorandos mediante compromiso documental firmado por la universidad, el doctorando y su director. Tras ser asignado el Director, este documento será rubricado tras ser admitido al programa de doctorado. Se admitirá como procedimiento de resolución de conflictos el arbitraje de la comisión académica. También contemplará los aspectos relativos a los derechos de propiedad intelectual e industrial así como el régimen de la cesión de los derechos de explotación que integran la propiedad intelectual e industrial que puedan generarse en el ámbito del programa de doctorado y de la tesis que se realiza.

5.4. Composición del tribunal y procedimiento de evaluación y defensa de la tesis

Todos los miembros del Tribunal serán doctores, con experiencia investigadora acreditada y reciente. Ni los Directores de la Tesis ni el tutor podrán formar parte del Tribunal.

La Comisión de Doctorado procederá a nombrar el tribunal de la Tesis, que estará compuesto por cinco titulares y al menos dos suplentes. El Presidente y el Secretario deberán pertenecer a la UCM; presidirá el miembro de la UCM de mayor categoría y antigüedad y el otro miembro de la UCM actuará como Secretario. Uno de los suplentes deberá ser de la UCM. En todo caso, el tribunal estará formado por una mayoría de miembros externos a la universidad y a las instituciones colaboradoras en la Escuela o programa.

En casos excepcionales debidamente justificados, y previa autorización de la comisión académica responsable del programa, se admitirá que en la constitución del tribunal, como máximo dos de los vocales del Tribunal actúen mediante videoconferencia, siempre y cuando los medios audiovisuales lo permitan.

El Tribunal, al finalizar el acto de defensa, emitirá un informe y una calificación global de la Tesis en términos de "apto" o "no apto". Cada miembro del Tribunal decidirá en voto secreto sobre la concesión de la mención "cum laude" a la Tesis Doctoral, y para ello entregará al Presidente en sobre cerrado su decisión al respecto. El Presidente autentificará con su firma cada uno de los sobres. El Secretario del Tribunal entregará en la unidad administrativa la documentación relativa al acto de defensa. Cuando la calificación de la defensa haya sido realizada mediante videoconferencia, el presidente del Tribunal arbitrará las medidas que garanticen la confidencialidad de las calificaciones remitidas por miembros no presenciales.

La tesis obtendrá la mención de «cum laude» si se emite en tal sentido el

voto secreto positivo por unanimidad. Con dicho objeto los sobres cerrado autenticados por el presidente serán abiertos en sesión pública por el Secretario del centro correspondiente al menos un día después del acto de defensa.

Una vez aprobada la Tesis Doctoral, la UCM se ocupará de su archivo en formato electrónico abierto en un repositorio institucional y remitirá, en formato electrónico, un ejemplar de la misma, así como de toda la información complementaria, al ministerio correspondiente.

En circunstancias excepcionales determinadas por la comisión académica responsable del programa (como pueden ser, entre otras, la participación de empresas en la investigación, la existencia de convenios de confidencialidad con empresas o la posibilidad de generación de patentes que recaigan sobre parte del contenido de la Tesis), la Comisión de Doctorado podrá limitar provisionalmente el acceso público a determinadas partes de la Tesis y deberá exigir un compromiso escrito de confidencialidad a quienes estén autorizados para su consulta.

6. RECURSOS HUMANOS

6.1. LÍNEAS Y EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN

6.1.1. Líneas de investigación

Las líneas de investigación contempladas en el presente Programa de Doctorado son las siguientes:

1. Procesos de creación audiovisual y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Teoría, análisis y estética de los textos audiovisuales y de los mensajes publicitarios y de relaciones públicas.
3. Narrativa audiovisual, hipermedia y publicitaria.
4. Tendencias artísticas y estéticas en la comunicación audiovisual, de la publicidad y las relaciones públicas.
5. Gestión económica y social de la producción de contenidos y servicios audiovisuales y de la publicidad y las relaciones públicas.
6. Cultura digital en el audiovisual y la publicidad.
7. Aspectos jurídicos y éticos de la comunicación audiovisual y de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
8. Las relaciones internacionales en la comunicación audiovisual y en la publicidad y relaciones públicas.
9. Diagnóstico, evaluación y gestión de intangibles de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas): marca, responsabilidad social corporativa, liderazgo y reputación.
10. Procesos de planificación de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
11. Aplicación de la comunicación audiovisual y de las organizaciones a los sectores de especialización (entre otros, sanitario, cultural, artístico, público, empresarial, sin ánimo de lucro, social, político, etc.)
12. Formación y perfiles profesionales en la comunicación audiovisual, y en la publicidad y las relaciones públicas.
13. Tecnologías audiovisuales, su impacto y aplicaciones, especialmente de los contenidos digitales.
14. Historia del cine y de los medios audiovisuales y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).

15. Gestión del patrimonio documental audiovisual y publicitario, en televisión, radio, cine y fotografía. Información y documentación del audiovisual y las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
16. Procesos de interacción y recepción en la comunicación audiovisual y de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
17. Fundamentos epistemológicos y metodológicos para el estudio del diagnóstico y evaluación de la eficacia de la comunicación.
18. Implicaciones que tienen los efectos de los medios para la comunicación de organizaciones.
19. Cultura y consumo de masas respecto a la comunicación.

6.1.2. Profesores participantes en el Programa de Doctorado

Los datos globales de los profesores del programa distribuidos por categorías se indican en la Tabla 1.

Tabla 1. Distribución de profesores por categorías		
Categoría	Número	Porcentaje
Catedrático de Universidad	16	33,3
PT acreditado a Catedrático	1	2
Profesor Titular	20	41,6
Contratado doctor	9	18,7
Emérito	2	4,1
TOTAL profesores	48	100%
Total profesores numerarios	39	81,2

Los profesores del programa reúnen los méritos de investigación que se indican en la Tabla 2.

Tabla 2. Datos de la capacidad investigadora de los profesores del programa	
Total tramos de investigación	87 (1,8 por profesor)
Total tesis defendidas entre 2008-2012	142 (2,9 por profesor)
Total de profesores con al menos un tramo de investigación	37 (77'1%)
Total profesores con tramo de investigación o con tesis dirigidas entre 2008-2012	46 (95'8%)
Total de profesores participantes en proyectos de investigación activos	43 (70,5%)
Total tesis con mención europea	15'2%

Por lo que se refiere a la confirmación de los méritos que avalan la condición de doctores con experiencia investigadora acreditada, se ofrece la siguiente información

- 1. Profesores con sexenio vivo: 29**
- 2. Profesores que avalan con cinco publicaciones: 2**
- 3. Total de profesores propuestos: 48**
- 4. Total de profesores de experiencia investigadora acreditada en todos los conceptos: 31**
- 5. Porcentaje de profesores de experiencia investigadora acreditada en todos los conceptos: 64,5%**

La relación de publicaciones que avala a los profesores del grupo 2, es la siguiente (Tabla 2 bis):

NOMBRE PROFESOR (ORDEN ALFABÉTICO)	PUBLICACIONES (Se completa la autoría cuando es preciso)	ÍNDICE
CALDEVILLA, DAVID	Caldevilla, D. (2012): <i>Implicaciones de la nueva ley de financiación de TVE</i> , en Estudios sobre el mensaje periodístico. Diciembre. JCR (4º)	JCR IN RECS GOOGLE H
	Caldevilla, D. (2012): <i>La publicidad en España como elemento de marketing: límites</i> . Estudios sobre el mensaje periodístico. Octubre. JCR (4º)	JCR IN RECS GOOGLE H
	Caldevilla, D. (2011): <i>Las independencias americanas: historiografía, prensa e identidad criolla</i> . Historia y Comunicación social. Diciembre. ISI (4º)	JCR IN RECS
	Caldevilla, D. (2010): <i>Las Relaciones Públicas, una necesidad empresarial</i> . Historia y comunicación en la España contemporánea. Madrid: Ed. Complutense.	
DELTELL, LUIS	Deltell, L. (2012): <i>El símbolo perdido: estética y pensamiento en las adaptaciones cinematográficas de obras de Antonio Buero Vallejo</i> . Comunicación y Sociedad. Octubre.	JCR
	Deltell, L. (aceptado y para publicar en junio)	JCR

	2013): <i>Audiencias televisivas y líderes de opinión en Twitter. Caso de estudio: El Barco</i> . Estudio de Mensaje periodístico.	
	Deltell, L. (aceptado y para publicar en enero 2015): <i>Campanas a medianoche: Antonio Buero Vallejo adapta a Orson Welles</i> . Rilce.	JCR
	Deltell, L.; Osteso, J.; Claes, F. (2013): <i>Twitter en las campañas comunicativas de películas cinematográficas</i> . El Profesional de la Información. Vol. 22, No. 2. Marzo-abril.	JCR
	Deltell, L; García, E (2012): <i>La Guía Docente: un reto en el nuevo modelo de educación universitaria</i> . Estudios sobre el Mensaje Periodístico. No. Especial. Octubre.	JCR

Además, los profesores que participarán en el programa de doctorado cuentan con una dilatada trayectoria investigadora en las líneas de investigación indicadas.

- Las líneas de investigación se apoyan en proyectos I+D+i actualmente vigentes en los que participan profesores del programa de doctorado propuesto. Varios de los Investigadores Principales de estos proyectos son también profesores del programa. Los profesores han participado además en proyectos de investigación de forma continuada antes del quinquenio que aquí se contempla. Los programas responden a diversas convocatorias: desde la general del ministerio correspondiente (Educación, Innovación o Economía en función de las divisiones administrativas de cada periodo) a las específicas de otros ministerios (Defensa, Igualdad, Cultura, etc.), además de las propias de la Comunidad Autónoma de Madrid. **Hay un total de 118 participaciones en proyectos competitivos en los últimos cinco años, de los cuales 43 están vigentes en la actualidad.**
- Los profesores son autores de **publicaciones en revistas científicas nacionales e internacionales** del sector, tanto en revistas indexadas del ISI (*Comunicación y Sociedad, Comunicar, Hispania, Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Historia Crítica, History of Photography, Journal of Communication, European Journal of Communication, Public Relations Review, Journal of Political Communication, International Journal of Press and Politics, Interaction: Studies in Communication and Culture*, entre otras) como en las revistas de los primeros cuartiles de InRecs y revistas de Latindex (*Revista Latina de Comunicación Social, Zer, Anàlisi, Telos,*

Doxa Comunicación, Questiones publicitarias, Pensar la publicidad, Icono 14, Comunicación y Sociedad –México-, etc.).

- Participan activamente en **las asociaciones nacionales e internacionales** más importantes del ámbito de la Comunicación de Organizaciones, así como en los congresos y reuniones anuales que éstas organizan: AE-IC, ICA, ECREA, EUPRERA.
- Tienen larga experiencia docente **en los programas de Doctorado** existentes hasta ahora en la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense que propone ahora este programa.

Los profesores del programa están distribuidos en seis equipos de investigación, como se indica en la Tabla 3.

Tabla 3. Equipos de investigación

Creatividad de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP	Gestión economía y social de la comunicación y las industrias culturales	Planificación y estrategia de la comunicación	Tecnología de la comunicación y contenidos digitales	Historia de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP	Epistemología de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP
AVALES	AVALES	AVALES	AVALES	AVALES	AVALES
GARCÍA GARCÍA, Francisco GONZÁLEZ REQUENA, Jesús LÓPEZ, Mercedes	BUSTAMANTE, Enrique BENAVIDES, Juan COLORADO, Arturo	VILLAFÑE, Justo CANEL, María José MÍNGUEZ, Norberto	VIVAR, Hipólito MORENO, Isidro GARCÍA NIETO, Teresa	MONTERO, Julio RODRÍGUEZ MERCHÁN, Eduardo PAZ, María Antonia	PIÑUEL, José Luis SEGOVIA, Ana Isabel CÁCERES, Dolores
EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO
ARROYO FERNANDEZ, Ma Dolores AUMENTE RIVAS, Pilar MANZANO ESPINOSA, Cristina	CALDEVILLA, David CHAVES, Miguel Ángel COUSIDO, Pilar CORREDOIRA, Loreto LARRAÑAGA, Julio SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel	ARCEO, Alfredo ARCEO, José Luis CUESTA, Ubaldo G. GUARDIA, María Luisa REYES, Maribel SOLANO, Luis Felipe VILLAGRA, Nuria	ALFEO, Juan Carlos CLEMENTE, Jorge GARCÍA, Alberto ORTIZ, Miguel Ángel RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael	DELTELL, Luis DEL VALLE, Félix GUTIÉRREZ ESPADA, Luis MARCOS, Mar	ABRIL, Gonzalo ALADRO, Eva GAITÁN, Juan Antonio EGUIZABAL MAZA, Raúl VALBUENA, Felicísimo

Los datos de los grupos o equipos de investigación son los siguientes:

Grupo 1. Creatividad de la comunicación audiovisual, publicidad y de las relaciones públicas

Líneas de investigación:

1. Procesos de creación audiovisual y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Teoría, análisis y estética de los textos audiovisuales y de los mensajes publicitarios y de relaciones públicas.
3. Narrativa audiovisual, hipermedia y publicitaria.

Tendencias artísticas y estéticas en la comunicación audiovisual, de la publicidad y las relaciones públicas.

Datos totales de los profesores del grupo 1	
Total profesores	6
Catedrático de Universidad	3
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	2
Profesor Titular Interino	0
Contratado doctor	0
Emérito	1
Total tesis defendidas (2008-2012)	42
Total tramos de investigación	12

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	Año del último sexenio
ARROYO FERNANDEZ, Ma Dolores	UCM	TITULAR	(2008)
AUMENTE RIVAS, Pilar	UCM	TITULAR	
MANZANO ESPINOSA, Cristina	UCM	TITULAR	

Los avales del Equipo 1 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
GARCÍA GARCÍA, Francisco	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2012)	34

GONZÁLEZ REQUENA, Jesús	UCM	CATEDRÁTICO	5 (2011)	6
LÓPEZ, Mercedes	UCM	CATEDRÁTICA	3 (2007)	1

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Plan Nacional I+D "Ciudadanía digital y open data Access: empoderamiento ciudadano a través de los medios sociales en el entorno digital"	2013-2015	MECD (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte). Referencia: CSO2012-30756
Investigador principal Francisco García García		
Número de investigadores: 20		

Grupo 2. Gestión económica y social de la comunicación e industrias culturales

Líneas de investigación:

1. Gestión económica y social de la producción de contenidos y servicios audiovisuales y de la publicidad y las relaciones públicas.
2. Cultura digital en el audiovisual y la publicidad.
3. Aspectos jurídicos y éticos de la comunicación audiovisual y de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
4. Las relaciones internacionales en la comunicación audiovisual y en la publicidad y relaciones públicas.

Datos totales de los profesores del grupo 2	
Total profesores	9
Catedrático de Universidad	2
PT acreditado a Catedrático	1
Profesor Titular	5
Titular Interino	0
Contratado doctor	1
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	31
Total tramos de investigación	15

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)

CALDEVILLA, David	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
CHAVES, Miguel Ángel	UCM	TITULAR	
COUSIDO, Pilar	UCM	TITULAR	(2003)
CORREDOIRA, Loreto	UCM	TITULAR	
LARRAÑAGA, Julio	UCM	TITULAR	(2010)
SÁNCHEZ de DIEGO, Manuel	UCM	TITULAR	(2000)

Los avales del Equipo 2 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
BUSTAMANTE, Enrique	UCM	CATEDRÁTICO	5 (2010)	11
COLORADO, Arturo	UCM	PT acreditado a Catedrático	3 (2008)	1
BENAVIDES, Juan	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2010)	1

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Arquitectura, urbanismo y representación en la construcción de la imagen de los barrios artísticos	2013-2015	Ministerio de Economía y Competitividad HAR2012-38899-C02-02
Investigador principal Miguel Ángel Chaves		
Número de investigadores: 6		

Grupo 3. Planificación y estrategia de la comunicación

Líneas de investigación:

1. Diagnóstico, evaluación y gestión de intangibles de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas): marca, responsabilidad social corporativa, liderazgo y reputación.
2. Procesos de planificación de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
3. Aplicación de la comunicación audiovisual y de las organizaciones a los sectores de especialización (entre otros, sanitario, cultural, artístico, público, empresarial, sin ánimo de lucro, social, político, etc.).

Datos totales de los profesores del grupo 3	
Total profesores	10
Catedrático de Universidad	4
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	4
Titular Interino	0
Contratado doctor	2
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	16
Total tramos de investigación	15

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
ARCEO, Alfredo	UCM	TITULAR	(2006)
ARCEO, José Luis	UCM	CATEDRÁTICO	(2007)
CUESTA, Ubaldo	UCM	CATEDRÁTICO	(1994)
G. GUARDIA, María Luisa	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
REYES, Maribel	UCM	TITULAR	
SOLANO, Luis Felipe	UCM	CONTRATADO DOCTOR	(2011)
VILLAGRA, Nuria	UCM	TITULAR	(2010)

Los avales del Equipo 3 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
VILLAFANE, Justo	UCM	CATEDRÁTICO	4 (2011)	1
CANEL, María José	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2009)	1
MÍNGUEZ, Norberto	UCM	TITULAR	2 (2007)	1

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Plan Nacional I+D+i "Nuevas tendencias del paradigma ficción/no ficción en el discurso"	2010-2013	Ministerio de Ciencia e Innovación CSO 2009 - 07089

audiovisual español (2000-2010)“		
Investigador principal Norberto Mínguez		
Número de investigadores: 6		

Grupo 4. Tecnología de la comunicación y contenidos digitales

Líneas de investigación:

1. Formación y perfiles profesionales en la comunicación audiovisual, y en la publicidad y las relaciones públicas.
2. Tecnologías audiovisuales, su impacto y aplicaciones, especialmente de los contenidos digitales.

Datos totales de los profesores del grupo 4	
Total profesores	8
Catedrático de Universidad	1
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	4
Titular Interino	0
Contratado doctor	3
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	14
Total tramos de investigación	9

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
ALFEO, Juan Carlos	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
CLEMENTE, Jorge	UCM	TITULAR	
GARCÍA, Alberto	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
ORTIZ , Miguel Ángel	UCM	CONTRATADO DOCTOR	(2012)
RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael	UCM	TITULAR	(2010)

Los avales del Equipo 4 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
VIVAR, Hipólito	UCM	CATEDRÁTICO	2 (2011)	3

MORENO, Isidro	UCM	TITULAR	2 (2011)	1
GARCÍA NIETO, Teresa	UCM	TITULAR	1 (2009)	2

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Subprograma de proyectos de investigación fundamental no orientada "Conocimiento aumentado y accesibilidad. La representación museográfica de contenidos"	2012-2014	Ministerio de Ciencia e Innovación HAR2011-25953
Investigador principal Isidro Moreno Sánchez		
Número de investigadores: 16		

Grupo 5. Historia de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas

Líneas de investigación:

1. Historia del cine y de los medios audiovisuales y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Gestión del patrimonio documental audiovisual y publicitario, en televisión, radio, cine y fotografía. Información y documentación del audiovisual y las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).

Datos totales de los profesores del grupo 5	
Total profesores	7
Catedrático de Universidad	4
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	2
Titular Interino	0
Contratado doctor	1
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	27
Total tramos de investigación	14

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
DELTELL, Luis	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
DEL VALLE, Félix	UCM	TITULAR	(1999)
GUTIÉRREZ ESPADA,	UCM	CATEDRÁTICO	(1999)

Luis			
MARCOS, Mar	UCM	TITULAR	

Los avales del Equipo 5 son los siguientes:

Nombre	Unive rsidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendid as (2008- 2012)
MONTERO, Julio	UCM	CATEDRÁTICO	2 (2007)	6
RODRÍGUEZ MERCHÁN, Eduardo	UCM	CATEDRÁTICO	4 (2010)	7
PAZ, María Antonia	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2011)	3

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Subprograma de proyectos de investigación fundamental no orientada "Televisión y cultura popular durante el franquismo: programación, programas y consumo televisivo (1956-1975)"	2011- 2014	Ministerio de Ciencia e Innovación HAR2011-27937
Investigador principal Julio Montero Díaz		
Número de investigadores: 19		

Grupo 6. Epistemología de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas

Líneas de investigación:

1. Procesos de interacción y recepción en la comunicación audiovisual y de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Fundamentos epistemológicos y metodológicos para el estudio del diagnóstico y evaluación de la eficacia de la comunicación.
3. Implicaciones que tienen los efectos de los medios para la comunicación de organizaciones.
4. Cultura y consumo de masas respecto a la comunicación.

Datos totales de los profesores del grupo 6	
Total profesores	8
Catedrático de Universidad	2
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	4
Titular Interino	0

Contratado doctor	0
Emérito	2
Total tesis defendidas (2008-2012)	17
Total tramos de investigación	20

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
ABRIL, Gonzalo	UCM	EMÉRITO	(2004)
ALADRO, Eva	UCM	TITULAR	(2010)
EGUIZÁBAL MAZA, Raúl	UCM	CATEDRÁTICO	(2003)
GAITÁN, Juan Antonio	UCM	TITULAR	(1998)
VALBUENA, Felicísimo	UCM	EMÉRITO	(2008)

Los avales del Equipo 6 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
PIÑUEL, José Luis	UCM	CATEDRÁTICO	6 (2012)	4
CÁCERES, María Dolores	UCM	TITULAR	2 (2008)	1
SEGOVIA, Ana Isabel	UCM	CONTRATADO DOCTOR	2 (2012)	2

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Plan Nacional I+D+i "El discurso hegemónico de los Media sobre el "Cambio Climático" (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes".	2010-2013	Ministerio de Ciencia e Innovación CSO2010-16936COMU
Investigador principal José Luis Piñuel		
Número de investigadores: 11		

5.1.3. Referencia completa de un total de 25 contribuciones científicas de los últimos cinco años.

Equipo 1. Creatividad de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas.

GARCIA, F., FERNANDEZ, P. y BAÑOS, M. (2011) Structures and archetypal context in advertising communication. *Comunicar*, 37, 187-194, 1134-3478, 2011, **JCR: 0.470**, Posición: 51 de 72 in Comunicación)

GARCIA, F. y ROSADO, M^a. J. (2012) Conductas Sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la Web 2.0. *Comunicación y Sociedad*, 25 (1), 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación.

GONZÁLEZ, J. (2011) *Escenas fantasmáticas. Un diálogo secreto entre Alfred Hitchcock y Luis Buñuel / Phantasmatic Scenes. A secret dialogue between Alfred Hitchcock and Luis Buñuel*. Granada: Centro José Guerrero. ISBN: 978-84-7807-507-2, Depósito Legal: GR-1814-2011, Centro José Guerrero, 358 pp., traducción al inglés, 2011.

LÓPEZ, M. (2008) La città come spazio della comunicazione visuale: panorama, diorami e lo sguardo del poeta. *Esperienze Letterarie*, 33 (4), 29-46. 0392-3495, ERI.

Equipo 2. Gestión económica y social de la comunicación e industrias culturales.

BUSTAMANTE, E. (2008) Public Service in the Digital Age: Opportunities and Threats in a Diverse Europe (pags. 186-215). En I. FERNÁNDEZ ALONSO y M. de MORAGAS I SPÁ (Eds.) *Communication and Cultural Policies in Europe*. Barcenola: Incom/ Universidad Autónoma de Barcelona-Cátedra Unesco de Comunicación. Barcelona. 2008. ISBN:978-84-393-7866-2

BUSTAMANTE, E. (2011) Las industrias creativas: polémica sobre una moda polifacética (pp. 15-19). En E. BUSTAMANTE (Ed.). GEDISA, Barcelona. ISBN:978-84-9784-611-0. 7,39, del índice SPI (CSIC) y la 34 en Ciencias Sociales, con 35,51.

BUSTAMANTE, E. (2008) *Historia de la RTV en España: Storia Della radio e Della televisione in Spagna. Il Lato Debole Della democrazia*. Roma: RAI/ERI. ISBN: 978883971443/ 978883971442-8 (2 vol.) Editorial de la radiotelevisión pública italiana, ERI/RAI, 920 págs.

COLORADO, Arturo (2008) *Éxodo y exilio del arte. La odisea del Museo del Prado durante la Guerra Civil*. Madrid: Cátedra. ISBN: 978-84-376-2441-9, Cátedra, pp. 400, 2008.

Equipo 3. Planificación y estrategia de la comunicación.

CANEL, M. J. (2012) Communicating strategically in the face of terrorism. *Public Relations Review*, 38 (2), 214-222, 0363-8111, **JCR: 0.726**.

SANDERS, K.; CANEL, M^a. J. y HOLTZ-BACHA, C. (2011). Communicating governments. A three country comparison of how governments communicate with citizens, *International Journal of Press and Politics*, 16 (4), 523-547, 1940-1612, **JCR: 1.065** 36 de 149 in Political Science; y 22 de 72 in Communication.

CANEL, M^a. J. y SANDERS, K. (2010). Para investigar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión, *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), 7-48, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación).

MÍNGUEZ, N. (2012) Pensar con imágenes: Tres ensayos cinematográficos. *Revista de Occidente*, 371, 63-82, 0034-8635, **ISI:** 10 de 82

VILLAFAÑE, J. (2012) La relación empresa-sociedad en la crisis actual en Informe Anual 2012. *La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica*. Madrid: Pearson. ISBN: 9788415552093, Pearson.

Equipo 4. Tecnología de la comunicación y contenidos digitales.

VIVAR, H. y GARCIA, A. (2012) La adaptación de la formación reglada y continua a la Comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 347-361, 1138-5820, **IN RECS:** 0.676, 1 de 17, 1º Cuartel in Comunicación.

MORENO, I. (2012) Conocimiento aumentado y accesibilidad en los museos del Cusco. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 117, 48-54. 1390-1079, CIRC.

RODRÍGUEZ, R. y SÁNCHEZ, V. (2011) *El pasado es el destino. Propaganda y cine del bando nacional durante la Guerra Civil*. Madrid: Cátedra/Filmoteca Española, ISBN 978-84-376-2840-0.

Equipo 5. Historia de la Comunicación Audiovisual, la Publicidad y las Relaciones Públicas

MONTERO, J.; ORTIZ-ECHAGÜE, J. (2011) Documentary Uses of Artistic Photography: Spain. Types and Costumes by José Ortiz Echagüe". *History of Photography*, 35, (4), 2011, 394 – 415.

PAZ, M^a. A. y MONTERO, J. (2011) The Spanish Civil War on Televisión española during the Franco era (1956-1975. *Comunicación y Sociedad*, 24 (2) 132-149, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación.

PAZ, M^a. A. y MONTERO, J. (2010) Las profecías son noticia. El uso del futuro en la información televisiva española sobre la crisis de Irak (24 de febrero-20 de marzo)". *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), 2010, 153-174, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación)

PAZ, M^a. A. y CABEZA, J. (2010) La realidad que vieron los españoles. El cine de no-ficción durante la II República española (1931-36). *Hispania*, 7 (236), 737-764, 0018-2141, **JCR.**

RODRÍGUEZ, E. (2008) La definitiva renovación generacional (1990-2005). En Miradas sobre el pasado y presente del cine español. Foro Hispánico 32. Ámsterdam-New Cork: Pietsie Feesntra y Hub Hermnas (ed.), ISBN: 978-90-420-2473-1, pp. 23-29, 2008.

Equipo 6. Epistemología de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas

PIÑUEL, J. L. y GAITÁN, J. A. (2010) El discurso hegemónico sobre la verdad y la comunicación en la autorreferencia mediática en Prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 572-594, 1138-5820, IN RECS: 0.676, 1 de 17, 1º Cuartel in Comunicación.

CÁCERES, M^a. D. y DÍAZ, P. (2008) La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 309-327, 1134-1629, **JCR: 0.145**, 69 de 72 in Comunicación.

ALMIRON, N. y SEGOVIA, A. I. (2012) Financialization, Economic Crisis, and Corporate Strategies in Top Media Companies: The Case of Grupo Prisa. *International Journal of Communication*, 6, **JCR.**

BAS, J. J.; SEGOVIA, A. I.; LLORENS, C.; ALMIRON, N.; GRAU, H. y SUAREZ, R. (2011) Communication Policies and the Protection of Pluralism in the European Union and the United States. *Comunicación y Sociedad*, 24 (2), 41-75, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación)

5.1.4. Datos relativos a 10 tesis doctorales.

1. URQUIZA, R. (2008) Televisión digital terrestre en Europa y Estados Unidos. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Enrique Bustamante).

PUBLICACIONES DERIVADAS DE IMPACTO

URQUIZA, R. (2009) "La digitalización televisiva en Estados Unidos". *Telos*, 81, 41-50.

2. BECEIRO, S. (2009) Televisión por satélite en Europa y España. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Enrique Bustamante)

PUBLICACIONES DERIVADAS DE IMPACTO

BECEIRO, S (2010) "Tendencias de la televisión de pago en Europa. Las plataformas de televisión por satélite". *Telos* nº 83. Abril, 127-137. Número 1 en el ranking IN-RECS , como la más citada durante una década, de 2001 a 2011.

3. PAZ GARCÍA, P. (2010) El agotamiento del modelo cinematográfico analógico. 9 de diciembre de 2010. Universidad Complutense de Madrid. Cum laude (Dir. Enrique Bustamante)

PUBLICACIONES DERIVADAS DE IMPACTO

PAZ GARCÍA, Cristina (2011) La digitalización de la industria cinematográfica. *Telos* nº 88. Julio, pags. 75-88) ISSN: 0213-084-X

4. GURRIONERO, M. (2010) La eficacia de las estrategias de comunicación del Gobierno de España (2004-2008) ante el terrorismo. Análisis comparado de discursos y frames mediáticos

desde la teoría dramática de Burke. Universidad Complutense de Madrid (Dir. María José Canel Crespo).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO

CANEL, M^a. J. & GURRIONERO, M. (2012) "La comunicación estratégica desde la dramática burkeana. Propuesta de una matriz de análisis de la eficacia de la comunicación gubernamental". In CUESTA, Ubaldo, CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), (2012). *Comunicación y terrorismo* (pp. 73-97). Madrid: Tecnos.

5. MENÉNDEZ HEVIA, Tania (2012) *Efectos emocionales y cognitivos de la comunicación en terrorismo: planteamiento de un modelo de procesamiento de la información y desarrollo empírico*. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Ubaldo Cuesta).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

Cuesta, Ubaldo; Menéndez, Tania y Gaspar, Sandra (2012): "Efectos de la comunicación de terrorismo: Propuesta de un modelo neocognitivo de procesamiento de la información". En Cuesta, U., Canel, M.J., García, M. *Comunicación y Terrorismo*: Madrid: Editorial Tecnos.

6. VINADER, R. (2009) *La TDT en la Comunidad de Madrid: motor del cambio de las televisiones locales*. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Hipólito Vivar).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

VINADER, R. (2010) "Televisión convencional y televisión móvil: Estrategias para contenidos televisivos en movilidad". *Telos*, 83, 120-126.

7. MATEOS, J. (2008) *A la caza del espectador. Las estrategias de programación en el inicio de la televisión privada en España (1990-1994)*. Universidad Complutense de Madrid (María Antonia Paz).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

MATEOS, J. (2010) "TVE como arma política. Debate sobre la televisión pública española en 1992": *Historia crítica*, nº 42, Universidad de los Andes (Colombia),. (JCR)

8. SEGADO, F. (2008) *El humor gráfico durante la Transición*. Universidad Complutense de Madrid (Dir. María Antonia Paz).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

SEGADO, F. (2008) Una pesadilla obsesiva: la crisis económica y la transición española a la democracia a través del humor gráfico (1974-1977). *Comunicación y sociedad*, 21 (2), 141-169.

9. GÓMEZ, S. (2008) Radio nacional de España (1937-1960). Universidad Complutense de Madrid (Dir. Julio Montero).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

GÓMEZ, S. (2009) Entretenimiento y fe en las ondas: las emisiones religiosas de Radio Nacional de España durante el primer franquismo (1939-1959). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 261-276.

10. GIL, F. (2009) Construyendo a la mujer ideal: mujer y censura cinematográfica durante el franquismo (1939-1963). Universidad Complutense de Madrid (Dir. Julio Montero)

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

GIL, F. y GÓMEZ, S. (2010) "Mujer, noviazgo y censura en el cine español: 1939-1963". *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 135-152.

6.2 Mecanismos de cómputo de la labor de tutorización y dirección de tesis doctorales

<http://www.ucm.es/normativa>

7. RECURSOS MATERIALES Y APOYO DISPONIBLE PARA LOS DOCOTORANDOS

7.1. LOS RECURSOS MATERIALES Y OTROS MEDIOS DISPONIBLES (LABORATORIOS Y TALLERES, BIBLIOTECA, ACCESO A BASES DE DATOS, CONECTIVIDAD, ETC.) ASOCIADOS AL PROGRAMA DE DOCTORADO

La Facultad de Ciencias de la Información tiene todos sus recursos materiales y servicios a disposición de las tres titulaciones que se imparten en el centro: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. De estos recursos se hace un uso común por parte de todos los departamentos implicados en el programa de doctorado que imparten docencia en dichas titulaciones, de acuerdo con las necesidades y características específicas de la enseñanza de cada asignatura.

La Facultad cuenta con dos edificios en los que se distribuyen aulas, espacios comunes y salones para actos, laboratorios y despachos de profesores.

Espacios Comunes:

Salón de Actos con capacidad de 500 plazas. Dotado con:

- Sistema de audio P.A. con las siguientes características:
 - o 8.000W biamplificados
 - o Cajas acústicas principales de 20" y auxiliares de 12"
 - o Microfonía inalámbrica, de flexo para sobremesa, dinámicos de mano...
 - o Ecuación paramétrica de 24 cortes
- Proyección de cine en 35 mm sobre pantalla de 9 metros con sonido Dolby Surround
- Proyección de cine en 16 mm sobre pantalla de 9 mts.
- Proyección de Video y Datos hasta WXGA y 5000 lúmenes
- Grabación A/V sobre PC
- Internet Streaming en formato Windows Media
- Grabación Reproducción DVD
- Reproductor CD
- Reproductor Blu-Ray
- Grabación Reproducción Betacam SP

Sala de Conferencias: con capacidad de 160 plazas

- Sistema de audio P.A. con las siguientes características:
 - o 2.000W biamplificados
 - o Cajas acústicas principales de 16" y auxiliares de 10"
 - o Microfonía inalámbrica, de flexo para sobremesa, dinámicos de mano...
- Proyección de Video y Datos hasta WXGA y 3000 lúmenes (pantalla de 2,5 m.)
- Grabación A/V sobre PC
- Internet Streaming en formato Windows Media
- Grabación Reproducción DVD
- Reproductor CD
- Reproductor Blu Ray
- Grabación Reproducción Betacam SP

Sala azul: con capacidad de 150 plazas

- Sistema de audio P.A. con las siguientes características:
 - o 600W
 - o Cajas acústicas principales de 16" y auxiliares de 8"

o Microfonía inalámbrica, de flexo para sobremesa, dinámicos de mano...

- Proyección de cine en 35 mm (bobinas de 10 min máximo) sobre pantalla de 5,7 metros con sonido estéreo
- Proyección de cine en 16 mm sobre pantalla de 5,7 mts.
- Proyección de Video y Datos hasta WXGA y 3000 lúmenes
- Grabación A/V sobre PC
- Internet Streaming en formato Windows Media
- Grabación Reproducción DVD
- Reproductor CD
- Reproductor Blu Ray
- Grabación Reproducción Betacam SP

Sala Naranja: con capacidad de 175 plazas

- Sistema de audio P.A. con las siguientes características:
 - o 400W
 - o Cajas acústicas principales de 16" y auxiliares de 8"
 - o Microfonía inalámbrica, de flexo para sobremesa, dinámicos de mano...
- Proyección de Video y Datos hasta WXGA y 2000 lúmenes
- Grabación A/V sobre PC
- Internet Streaming en formato Windows Media
- Grabación Reproducción DVD
- Reproductor CD
- Reproductor Blu Ray
- Grabación Reproducción Betacam SP

Sala de Grados: con capacidad de 80 plazas.

- Sistema de audio P.A. con las siguientes características:
 - 400W
 - Cajas acústicas de 8"
 - Microfonía Sistema DCN e inalámbrico
- Proyección de Video y Datos hasta WXGA y 2000 lúmenes
- Internet Streaming en formato Windows Media

Laboratorios de Medios Audiovisuales:

- 1 Plató de TV de 120 m².

- o 3 Cadenas de cámara Cámaras 2/3" Sony D30 en configuración de estudio con multicore
- o Trípodes de cámara Manfrotto
- o Mezclador de video digital (con entradas analógicas) Panasonic AGMX70
- o Monitorado TFT de 14"
- o Mezclador de audio Behringer 16 canales
- o Grabación sobre DVD/ Mini DV/Betacam SP
- o Reproductor para ficheros informáticos Quick Time
- o Grabación A/V directa a disco duro con software AVID Xpress Pro
- 1 Plató de TV de 240 m²:
 - o 3 Cadenas de cámara Cámaras 2/3" Sony D30 en configuración de estudio con multicore
 - o Trípodes de cámara Manfrotto
 - o Mezclador de video analógico 8 Grass Valley 110
 - o Monitorado CRT de 14"
 - o Mezclador de audio Allen & Head 16 canales
 - o Grabación sobre DVD/ Mini DV/Betacam SP
 - o Reproductor para ficheros informáticos Quick Time
- o Grabación A/V directa a disco duro con software AVID Xpress Pro
- 1 Plató multifunción de 120 m².

Sistema de cámaras múltiples

- 10 Salas de Sistemas de edición de video / fotografía por software compuestas por:
 - o Software de Edición Avid Xpress Pro HD
 - o Software de procesamiento Fotográfico Photoshop CS2
 - o PC de edición
 - o Monitor 16:9 22"
 - o Interface AV/Firewire
 - o Previo de micrófono
 - o Grabación en formato DVD, Betacam SP Mini DV
 - o Reproducción DVD, Betacam SP, Mini DV, VHS...
- 2 Salas de Sistemas de edición de video / fotografía / masterización DVD por software compuestas por:
 - o Software de Edición Avid Xpress Studio
 - o Software de procesamiento Fotográfico Photoshop CS2

- o Software de efectos de video After Effects
 - o PC de edición
 - o Monitor 16:9 22"
 - o Interface AV/Firewire
 - o Previo de micrófono
 - o Grabación en formato DVD, Betacam SP Mini DV
 - o Reproducción DVD, Betacam SP, Mini DV, VHS...
- 1 Sistema de Edición de video / fotografía /masterización DVD por software compuesta por:
- o Software de Edición Avid Xpress Studio
 - o Software de procesamiento Fotográfico Photoshop CS2
 - o Software de Edición de audio Protools
 - o Software de efectos de video After Effects
 - o Interface de audio Digi002
 - o PC de edición
 - o 2 Monitor 16:9 22"
 - o 2 monitores de Plasma de 43"
 - o Interface Acelerador Mojo
 - o Previo de micrófono
 - o Grabación en formato DVD, Betacam SP Mini DV
 - o Reproducción DVD, Betacam SP, Mini DV, VHS...
- 4 Sistemas de Edición de video / Fotografía por software compuesta por:
- o Software de Edición Avid Xpress Studio
 - o Software de procesamiento Fotográfico Photoshop CS2
 - o Software de Edición de audio Protools
 - o Ordenador MAC G4
 - o 2 Monitor 4/3 19"
 - o Interface AV Meridien
 - o Previo de micrófono
 - o Grabación en formato DVD, Betacam SP Mini DV
 - o Reproducción DVD, Betacam SP, Mini DV, VHS...
- 6 Estudios de Radio que incluyen:
- o Mezclador analógico de audio de al menos 18 canales(Tascam, TAC, BEHRINGUER)
 - o 6 Micrófonos dinámicos AKG D-3700
 - o Cascos auriculares AKG K141

- o Distribuidor/amplificador de auriculares
- o Reproductor CD
- o Reproductor de cassette
- o Reproductor de ficheros sobre PC
- o Grabación sobre disco duro con tarjeta MAYA A44MKII

Laboratorio de Informática:

- 10 aulas con una capacidad de 21 ordenadores por aula para la docencia de asignaturas de licenciatura. 7 con sistema operativo Windows XP y 2 con sistema operativo Linux.
- 1 aula para las actividades docentes e investigadoras del profesorado con 5 ordenadores y doble sistema operativo Windows XP y Linux.
- 3 Servidores: 1 para perfiles de uso en Windows, 1 para intercambios FTP entre profesores y alumnos y 1 para almacenamiento de prácticas y perfiles de Linux.

La Facultad cuenta con acceso a Internet en los dos edificios por wi-fi así como conexión a Internet en cada aula.

Laboratorio de Medios Impresos:

- Equipamiento informático, escáneres y demás medios para la realización por parte de los alumnos del periódico de prácticas.
- Imprenta digital para la realización del proceso completo de edición, impresión y encuadernación.

Aulas de Docencia:

- La capacidad de las aulas de la Facultad de Ciencias de la Información representa un aforo de unas 5.400 plazas, distribuidas en un edificio principal con 32 aulas de docencia de un tamaño que oscila entre 100 y 192 plazas y un nuevo edificio con 8 aulas de 72 plazas y 10 aulas de 120 plazas.

La totalidad de las aulas de la Facultad cuenta con el siguiente equipamiento audiovisual:

- Proyección de video y datos con resolución hasta WXGA y luminosidad de 200 lúmenes (ANSI).
- Pantalla eléctrica de 2 m.
- Proyección de Diapositivas (soporte fotoquímico)
- Sistema de megafonía con cajas acústicas de 10"
- Reproducción de Discos ópticos (DVD y CD).
- Bajo petición se puede instalar reproducción Blu-Ray en alta definición, reproductor de video en formatos VHS, Betacam SP y de soportes magnéticos de audio (cassette, bobina abierta...).

- Conexión a Internet en cada aula.

Biblioteca

La Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información la comparten los estudiantes de las tres titulaciones que se imparten en el centro. Está situada en la planta baja del edificio principal y cuenta con sala de lectura, libre acceso de libros y revistas, catálogo electrónico, hemeroteca y videoteca, así como un extraordinario fondo de prensa española antigua y actual.

La hemeroteca cuenta con 376 revistas vivas y 178 cabeceras de periódicos impresos. La facultad digitaliza 50 cabeceras para facilitar la utilización por parte de alumnos e investigadores. También recibe 65 DVDs de periódicos digitalizados, españoles y extranjeros, que conforman una de las hemerotecas de referencia en prensa.

La Biblioteca en su servicio de formación de usuarios organiza cursos gratuitos sobre el uso de sus recursos electrónicos.

- Uso de catálogos, bases de datos y revistas electrónicas.
- Uso avanzado de recursos de información de interés para el estudio de periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, relaciones públicas, así como ciencias sociales en general.
- Gestores bibliográficos y Servidor de E-Prints.

El material de estos cursos, en formato PDF están accesibles en la página web de la Biblioteca: <http://www.ucm.es/BUKM/>

La Biblioteca organiza visitas guiadas orientadas al conocimiento de su funcionamiento, previa solicitud. Además existen visitas para grupos de clase, a petición de los profesores o de los propios interesados. También se organiza a principios de curso una jornada informativa a todos los alumnos de primer curso, con el fin de presentar y acercar la Biblioteca a los nuevos alumnos de la Facultad. En este sentido, los alumnos de doctorado contarán con la misma prestación para que pueda optimizar el uso de la biblioteca.

La consulta de los recursos electrónicos está informatizada. Cuenta con los siguientes equipos: 20 ordenadores, 2 televisores, 2 reproductores de video y 2 de DVD, una impresora y una tele lupa para deficientes visuales.

Además, se ofrece una atención especial a las personas con discapacidad (búsqueda de documentos, digitalización y reprografía, renovaciones y reservas telefónicas...). Para ello, la Biblioteca dispone del programa JAWS 5.0.

Entre otros servicios que también proporciona la Biblioteca, se ofrece la posibilidad, desde la página web de:

- Renovar y reservar libros prestados.
- Acceder a la colección electrónica de libros, revistas, tesis, bases de datos...).
- Consultar al Bibliotecario.
- Usar guías y tutoriales de recursos...

Como apoyo a los estudios, también desde la web se puede acceder a información sobre la disponibilidad de la bibliografía de las asignaturas.

Además, la Biblioteca para facilitar la preparación de los exámenes, establece la apertura extraordinaria durante los fines de semana.

Videoteca

Dependiendo de la Biblioteca del Centro. y situada en el mismo edificio principal de la Facultad de Ciencias de la Información, funciona una videoteca con 5000 títulos de películas en formato VHS, y 3.700 títulos en DVD.

Para el visionado de las películas, la videoteca cuenta con dos salas de proyección con una capacidad de 40 plazas cada una, así como 10 puestos individuales de consulta y 9 de visionado en grupo.

Accesibilidad para discapacitados:

La Facultad ha hecho un importante esfuerzo para adaptar todos los espacios al acceso de personas discapacitadas con ascensores, rampas y plataformas elevadoras eléctricas para sillas de ruedas. Existen también baños adaptados de uso exclusivo para discapacitados.

Servicio de reprografía

La Facultad dispone de un servicio de reprografía que cuenta con 6 máquinas de reproducción, con un sistema de impresión desde ordenador, así como varias máquinas para autoservicio del estudiante.

Librería

Para facilitar la adquisición de libros a los estudiantes así como toda la bibliografía recomendada en las distintas asignaturas, la Facultad cuenta en sus propias instalaciones con un servicio de librería y papelería. En ella los alumnos pueden adquirir también diariamente la prensa nacional.

Acceso de los estudiantes a servicios web

Los estudiantes de las titulaciones de la Facultad de Ciencias de la Información, como todos los estudiantes matriculados en la UCM tienen una cuenta de identidad automatizada (cuenta de correo electrónico) así como acceso al sistema Metanet para la consulta de sus calificaciones e información sobre su expediente.

También en ambos edificios, los alumnos tienen acceso a Internet por medio del sistema wi-fi, a través de su cuenta de correo.

Campus Virtual UCM (CV-UCM)

El Campus Virtual UCM (CV-UCM) extiende los servicios y funciones del campus universitario por medio de las tecnologías de la información y la comunicación.

El CV-UCM es un conjunto de espacios y herramientas en Internet que sirven de apoyo al aprendizaje, la enseñanza, la investigación y la gestión docente, y están permanentemente a disposición de todos los miembros de la comunidad universitaria.

En el CV-UCM participan todos los profesores, personal de administración y servicios (PAS) y alumnos de la Complutense que lo soliciten. Es accesible desde cualquier ordenador con conexión a Internet que disponga de un navegador Web y de unos requisitos mínimos. También pueden participar en el CV-UCM, profesores, investigadores y alumnos que no pertenecen a la Complutense pero que colaboren con algún profesor de la UCM.

Para organizar el CV-UCM se utiliza una herramienta informática de gestión de cursos en la Web, (Web Course Tools). Esta herramienta incluye las funciones necesarias para crear y mantener en el citado CV-UCM, asignaturas, seminarios de trabajo o investigación y otros espacios académico administrativo donde se ofrecen los siguientes servicios:

- Gestión de alumnos y grupos de trabajo,
- Comunicación (foros, correo, charla, anuncios, agenda),
- Organización de contenidos
 - Envío, recepción y evaluación de prácticas, trabajos, exámenes

Para acceder al CV-UCM es necesario tener un usuario y una contraseña. El CV-UCM se organiza desde el Vicerrectorado de Innovación y Espacio Europeo de Educación Superior a través de la Unidad de Apoyo Técnico y Docente al Campus Virtual (UATD-CV) y de los Coordinadores de Centros UCM.

7.2. En el caso de que existan entidades colaboradoras que participen mediante convenio en el desarrollo de las actividades investigadoras, ¿los recursos materiales y otros medios disponibles en las mismas permiten garantizar el desarrollo de las actividades investigadoras?

7.3. La universidad dispone de una previsión de recursos externos y bolsas de viaje dedicadas a ayudas para la asistencia a congresos y estancias en el extranjero que sirvan de apoyo a los doctorandos en su formación.

Se calcula que tres de cada diez alumnos matriculados podrá conseguir esa financiación. Las tres variables que se tienen en cuenta para hacer esa valoración numérica son:

1. La oferta pública y privada, y de la propia, existente de becas, bolsas de viaje, etc.,
2. Los estudiantes extranjeros que normalmente tienen más facilidad para financiar sus estancias internacionales porque suelen incluirlas las becas que les posibilitan la realización del doctorado.

Los alumnos de doctorado que son becarios predoctorales de los programas nacionales, autonómicos o propios de la Universidad Complutense, cuyas becas prevén ya estas estancias y su financiación.

La Universidad Complutense de Madrid cuenta con los siguientes contratos de movilidad:

BOLSAS DE VIAJE COMPLUTENSE

<http://www.ucm.es/?a=invest&d=0023613>

Objetivo:

- Modalidad A) Facilitar los contactos de profesores de la UCM con Universidades y Centros de Investigación extranjeros (prioritariamente europeos), para la preparación y/o la formulación de propuesta de proyectos de investigación o para la realización de trabajos concretos de investigación.
- Modalidad B) Presentación de ponencias, comunicaciones orales o pósters en Congresos Internacionales.

Solicitantes:

Profesores a tiempo completo de la Universidad Complutense e investigadores contratados por esta Universidad en el marco de los programas Ramón y Cajal y Juan de la Cierva. En la modalidad B se considerarán también las solicitudes de los ayudantes no doctores que se encuentren finalizando su tesis doctoral y del personal investigador en formación (contratado al amparo del R.D. 63/2006 de 27 de enero) *en su segundo año de contrato para los adscritos al MEC y a la UCM y en el 4º año para los adscritos a la CAM*, que se encuentren realizando su tesis doctoral en la Universidad Complutense.

Cuando una comunicación o ponencia vaya firmada por varios autores sólo se podrá financiar, en su caso, a uno de ellos. Asimismo, la financiación de varios miembros de un mismo Departamento para asistir al mismo evento estará condicionada a la importancia y magnitud de éste.

Dotación de las ayudas:

El importe de estas bolsas será estimado por la Comisión de Investigación, en función del país y de la duración del desplazamiento. La cuantía máxima será de 1.800,00 € para la modalidad A y de 1.100,00 € para la modalidad B.

Evaluación y resolución:

La Comisión de Investigación de la Universidad Complutense será la encargada de llevar a cabo el proceso selectivo, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Actividades investigadoras realizadas por el interesado, que hayan sido grabadas en ACINCO hasta la fecha de finalización del plazo de solicitud, como realizadas en los tres años anteriores a dicha fecha.

Interés del proyecto de investigación conjunto que se pretende establecer o de la investigación concreta a realizar (modalidad A).

Nivel científico del congreso y tipo de participación (modalidad B).

Las decisiones de carácter científico adoptadas por la Comisión de Investigación serán irrecurribles.

La ocultación de datos, su alteración o cualquier manipulación de la información solicitada, será causa de desestimación de la solicitud.

Obligaciones de los beneficiarios:

Cumplir con el plan de trabajo previsto en la solicitud.

Toda alteración de las condiciones iniciales por las que se otorgó la subvención, deberá ser comunicada al Vicerrectorado de Investigación y podrá dar lugar a la modificación de la resolución de concesión.

El incumplimiento por parte de los perceptores de las obligaciones enunciadas supondrá, hasta que se subsane, la inhabilitación para la percepción de cualquier otra ayuda o subvención del Vicerrectorado de Investigación, sin perjuicio de la obligación de devolución pertinente.

CONTRATOS POSTDOCTORALES MECD - FULBRIGHT.

<http://www.ucm.es/?a=invest&d=0010266>

Ayudas para movilidad posdoctoral en centros extranjeros incluidas las Fulbright, las Cátedras Príncipe de Asturias y las del Instituto Internacional de Ciencias de la Computación:

Convocatoria BOE 11-1-2011 (CT40/11)

Convocatoria BOE 2-11-2009

Convocatoria BOE 13-3-2008 (BE27/08 - CT27/08)

7.4. La universidad dispone de servicios de orientación profesional que favorezcan una adecuada inserción laboral de los egresados del programa

El fin del COIE es favorecer la inserción laboral de los estudiantes y titulados de la UCM. Para ello gestiona los siguientes servicios:

<http://www.ucm.es/info/ucmp/pags.php?tp=Personal%20y%20Empleo&a=&d=pags.php?tp=Centro%20de%20Orientaci%F3n%20e%20Informaci%F3n%20de%20Empleo.%20COIE&a=directorio&d=0004384.php>

-Prácticas en empresas e instituciones:

- Facilitar el conocimiento de la metodología de trabajo adecuada a la realidad profesional en que los estudiantes habrán de operar, contrastando y aplicando los conocimientos adquiridos.
- Favorecer el desarrollo por parte de los estudiantes de competencias: técnicas, metodológicas, personales y participativas.

-Gestión de bolsa de trabajo para titulados.

-Información sobre y para el empleo.

-Además en el COIE se puede encontrar:

Una Sección/Aula de Autoconsulta de libre acceso, donde se puede obtener información a través de pantallas de consulta directa y amplia bibliografía. Asimismo se cuenta con personal especializado para atención individualizada a todas aquellas demandas que requieran asesoramiento y ayuda. Facilita información de interés para el universitario sobre:

- Ofertas de trabajo. Formación en prácticas. Trabajo voluntario.
- Oferta de empleo público, temarios y centros preparadores de oposiciones.
- Bancos de datos y directorios de empresas españolas y extranjeras.
- Bolsas de trabajo, consultoras, empresas de trabajo temporal, empleo en internet.

-Convocatorias de becas, ayudas y premios.

Destinatarios:

- Estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid matriculados en cualquier enseñanza impartida por la Universidad.
- Estudiantes de otras universidades españolas o extranjeras que, en virtud de programas de movilidad académica o de convenios, se encuentran cursando estudios en la Universidad Complutense de Madrid.

-Formación y recursos para la Orientación Profesional

Destinatarios:

Estudiantes matriculados en la UCM.

Objetivos:

Facilitar/mejorar la inserción profesional y la posición en el mercado de trabajo de los estudiantes y titulados universitarios, mediante la realización de acciones individuales y/o grupales de información y orientación profesional que permitan: Evaluar el nivel de adaptación del usuario al mercado laboral. Conocer salidas profesionales. Detectar objetivos profesionales. Inventariar la trayectoria profesional. Localizar necesidades de formación. Informar sobre el mercado de trabajo. Conocer las herramientas y técnicas de búsqueda de empleo: Curriculum vitae, cartas de presentación... Formar/entrenar en procesos de selección realizados por las empresas y en las competencias/habilidades requeridas por éstas, para la incorporación al mercado laboral o para el mantenimiento del puesto de trabajo. Detectar futuros emprendedores. Proporcionar información necesaria para realizar una búsqueda de empleo eficaz.

Acciones:

Los participantes serán atendidos por orientadores/as laborales en las oficinas del COIE de Ciudad Universitaria o Somosaguas, y también en los Centros o Facultades de forma individual y/o grupal.

- TUTORÍAS INDIVIDUALES: Entrevistas individuales de orientación profesional.

- ACCIONES GRUPALES: Búsqueda Activa de Empleo (BAE), Desarrollo de Aspectos Personales para la Ocupación (DAPO), Talleres de Formación en Competencias: Preparar la búsqueda de Empleo. Aterrizar en el Trabajo. Comunicación Eficaz. Saber relacionarse.

-Bolsa de Trabajo

Destinatarios:

Candidatos para los que no hayan transcurrido más de cinco años desde la finalización de los estudios en la UCM de: Licenciatura o Diplomatura, Títulos Propios, Master Oficiales o Doctorados. También podrán inscribirse Titulados de otras Universidades que hayan realizado en este Centro Acciones de Orientación Profesional para el Empleo y el Autoempleo.

7.5. Porcentaje de doctorandos que consiguen estas ayudas.

El COIE está abierto a cualquier alumno de doctorado que solicite tanto la orientación profesional como la inserción en el mundo laboral a través de los medios que tiene a su disposición. La Comisión Académica de este programa de Doctorado se compromete a establecer vías de colaboración directa con el COIE, así como a informar a los alumnos sobre las posibilidades que pueden encontrar en el mismo.

8. REVISIÓN, MEJORA Y RESULTADOS DEL PROGRAMA DE DOCTORADO.

8.1. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD Y ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS.

SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

Para el sistema de Garantía de Calidad se contempla la normativa de desarrollo del Real Decreto 99/2011, de 28 de enero (BOE 10/02/2011) que regula los estudios de doctorado en la Universidad Complutense de Madrid www.ucm.es/calidad, y existirá una Comisión de Calidad del Centro, aprobada por la Junta del Centro, órgano colegiado específicamente dedicado a garantizar la calidad de los programas de doctorado.

- A) La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información es el órgano colegiado máximo responsable de la calidad de los Programas de Doctorado impartidos en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Dicha Comisión ya existe y ha sido aprobada por la Junta del Centro con la misión específica de garantizar la calidad de todas las titulaciones impartidas, incluidas las de Doctorado.

Esta Comisión funciona con un reglamento específico aprobado por dicha Junta. En ella están representados todos los colectivos de la Comunidad Universitaria: profesorado, estudiantes, personal de administración y servicios y responsables académicos.

Los miembros que forman esta Comisión son:

- El Decano/a de la Facultad preside la Comisión, y es el/la responsable de garantizar la calidad interna de las titulaciones impartidas en ella.
- Dos Vicedecanos
- Los coordinadores responsables de cada una de las titulaciones de la Facultad (Grados, Masteres y Doctorados)
- Dos representantes de alumnos en Junta de Facultad
- Un representante del Personal de Administración y Servicios miembro de la Junta de Facultad.

Asimismo, se contará con agentes externos. Estos últimos pueden ser expertos designados por las Agencias Autonómicas o Estatales de

Evaluación o expertos en evaluación de la calidad de otras universidades. La participación de estos agentes externos en la Comisión de Calidad está regulada en el Reglamento interno de funcionamiento de la Comisión y su actuación se centra en reuniones de toma de decisiones y propuestas de mejora.

La Comisión de Calidad elaborará anualmente una Memoria de sus actuaciones y un plan de mejoras de las titulaciones que deberá ser aprobado por la Junta de Facultad.

La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información, con relación al Programa de Doctorado de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas tendrá como funciones:

- Realizar el seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad.
- Gestionar y coordinar todos los aspectos relativos a dicho sistema.
- Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad del Programa de Doctorado.
- Realizar propuestas de mejora y hacer su seguimiento.
- Proponer y modificar los objetivos de calidad del título.
- Recoger información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de la titulación (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje y otros).
- Gestionar el Sistema de Información de la titulación.
- Establecer y fijar la política de calidad del Programa de acuerdo con la política de calidad de la Facultad de Ciencias de la Información y con la política de calidad de la UCM.

Esta Comisión se reunirá dos veces en el curso (como mínimo) y elaborará anualmente una Memoria de sus actuaciones y un plan de mejoras de la titulación que deberá ser aprobado por la Junta de Facultad y difundido en la página Web.

B) La Comisión Académica del Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, prevista en el Real Decreto 99/2011, es el órgano colegiado al que le corresponde la gestión del doctorado. Asume las funciones académicas y científicas que le atribuyen las normativas de doctorado y las de la Universidad Complutense.

Garantiza los siguientes aspectos principales:

- Que la selección del profesorado y del alumnado se realiza de acuerdo con los estándares establecidos por esta titulación.
- Que durante el periodo de formación y de investigación se cumplen las actividades, objetivos y los plazos establecidos. Le compete evaluar la adecuación y calidad de los proyectos de investigación y de las investigaciones.
- La revisión, la aplicación y evaluación interna del sistema de calidad específico del doctorado; y la aplicación y seguimiento de las normas de calidad establecidas y que se establezcan para los programas de doctorado por la Universidad Complutense.

- Preparar las memorias y documentos destinados a las evaluaciones llevadas a cabo por agencias externas.
- La programación, gestión y evaluación de los programas de movilidad de los profesores y alumnos; así como de los acuerdos, convenios y cooperaciones con organismos, empresas, nacionales e internacionales.

La Comisión Académica estará formada por:

La Comisión Académica del Programa de Doctorado está integrada por el coordinador del programa, por los directores de los Departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad I y II, un secretario y un doctor de cada uno de los equipos de investigación del Programa y elegido por estos equipos, entre los profesores que hayan dirigido, al menos, una tesis doctoral en los últimos cinco años.

El Programa de Doctorado contará con un coordinador designado por el Rector de la Universidad, a propuesta de la Junta de Facultad de Ciencias de la Información, de entre los profesores del programa.

El Coordinador del Programa de Doctorado convocará y presidirá la Comisión y las subcomisiones permanentes que procedan; aplicará las políticas y actuaciones que de ellas dimanen y propondrá las iniciativas y cuestiones que considere necesarias. Coordina, asimismo, las actividades administrativas, académicas, científicas y las relaciones externas e internas.

La Comisión de Coordinación del Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas se constituirá de acuerdo con lo establecido en el RD 99/2011, de 28 de enero y se reunirá dos veces en cada curso (1 por semestre) sin perjuicio de que se convoquen otras reuniones ordinarias o extraordinarias si se considera conveniente.

C) Procedimientos para obtener y analizar información sobre el funcionamiento del programa.

El Programa de Doctorado contará con procedimientos propios para adquirir y evaluar información que permita supervisar el funcionamiento de las actividades formativas y de investigación, que están encomendados a la Comisión del Programa de Doctorado:

- Encuesta anual a los doctorandos/as. Se informará a los profesores de los resultados y se propondrán las mejoras que se consideren convenientes al Coordinador del Programa. También dicha Comisión elaborará los informes destinados a las evaluaciones internas de la Universidad Complutense.
- Distribución de tutores y directores de tesis y supervisión de los avances realizados en la elaboración del Proyecto de Investigación inicial, al que se refieren los puntos 3.4, 5.1 y 5.2 de la presente Memoria, antes de la finalización del primer cuatrimestre de cada curso.
- Supervisión del desarrollo de los proyectos iniciales, antes de la finalización del primer curso del Programa, conforme a lo establecido

en el punto 5.2 de la presente Memoria, en lo relativo al Seguimiento del Doctorando.

· Los resultados serán susceptibles de publicación en la página Web del Programa de Doctorado.

D) Procedimientos de desarrollo de los programas de movilidad

Cada estudiante establecerá, de acuerdo con su tutor y/o director, un plan y calendario de movilidad para actividades formativas realizadas en otros centros nacionales e internacionales. Lo harán tanto los estudiantes a tiempo completo como parcial.

A efectos, tanto de las estancias de formación temporal en otros centros internacionales, como para la invitación a profesores extranjeros para impartir actividades formativas y para la concertación de codirecciones de tesis y asesoramiento para la obtención del doctorado de Mención Internacional, la Facultad de Ciencias de la Información, de la que depende este Programa, cuenta con convenios de intercambio con un total de 85 Universidades europeas (véase ww.ucm.es/centros/cont/descargas/documento37846.pdf), además de los centros con los que el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense mantiene convenios para becas de movilidad en universidades europeas, asiáticas, africanas, americanas y de Oceanía.

Dicha relación actualizada para el último año puede consultarse en <https://movilidadinternacionalucm.ucm.es/moveonline/cooperations/search.php>. Desde esta base el Programa de Doctorado ofertará al menos cinco intervenciones de profesores extranjeros invitados a intervenir en actividades formativas complementarias. Se acudirá para ello a las convocatorias públicas de financiación de la movilidad internacional y a las propias de la Universidad Complutense. Dichas visitas serán aprovechadas, además, para la concertación de co-direcciones y asesoramiento de tesis de los doctorandos.

Se seguirá el siguiente procedimiento para la ejecución de los planes de movilidad de los estudiantes del programa de doctorado: cada uno, supervisado por su tutor y/o director, presentará un plan específico de estancia y actividad en los centros correspondientes que indiquen duración y calendario para el curso académico siguiente. El plan lo confirmará o modificará la Comisión Académica. El Programa informará de las convocatorias de becas y bolsas para financiar estas actividades de movilidad, así como de los convenios de colaboración institucional que faciliten posibles intercambios para la formación de estudiantes de doctorado en centros externos nacionales e internacionales. La web del programa hará referencia expresa de la sección de la web de la Universidad Complutense en la que se actualiza esta información (<http://www.ucm.es/?a=servicios/becas&d=men00056>). La coordinación del programa garantizará el asesoramiento para aprovechar esa información.

E) Quejas y reclamaciones

Tribunal de Reclamaciones.

En la primera reunión de cada curso académico, la Comisión de Coordinación del Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas nombrará un tribunal de reclamaciones formado por tres profesores del Programa y sus suplentes.

Reclamaciones de los estudiantes.

1. Procedimiento

Los estudiantes tienen el derecho de formular reclamaciones en disconformidad con el desarrollo de su formación o por incumplimientos de la responsabilidad académica e investigadora contraída con ellos por el Programa o por problemas derivados de la gestión administrativa. Las reclamaciones motivadas por una decisión institucional de la Comisión Académica habrán de presentarse en el plazo de los cuatro días hábiles desde la notificación oficial de la misma [art. 47 del Estatuto del Estudiante de la UCM]).

Las reclamaciones que se presenten deben tener en cuenta los siguientes puntos:

1. Las reclamaciones serán formuladas por el interesado mediante la presentación de un escrito dirigido al Coordinador/a del Programa de Doctorado en el que figuren sus datos personales, y su domicilio a efectos de notificación, y en el que se concretarán con suficiente claridad los hechos que originan la queja, el motivo y alcance de la pretensión que se plantea y la petición. El escrito se presentará con libertad de forma.
2. La Comisión de Doctorado no admitirá las reclamaciones y observaciones anónimas, las formuladas con insuficiente fundamento o inexistencia de pretensión y todas aquellas cuya tramitación cause un perjuicio al derecho legítimo de terceras personas. En todo caso, se comunicará por escrito a la persona interesada los motivos de la no admisión.
3. La Comisión de Doctorado no considerará aquellas reclamaciones sobre las que esté pendiente resolución judicial o expediente administrativo y suspenderá cualquier actuación si, en el transcurso de su tramitación, se iniciara un procedimiento administrativo o se interpusiera demanda o recurso ante los tribunales ordinarios. Ello no impedirá, no obstante, la investigación de los problemas generales planteados en las reclamaciones presentadas.
4. Admitida la reclamación, la Comisión de Doctorado y el Coordinador/a convocará al Tribunal de Reclamaciones para promover la oportuna investigación y dará conocimiento a todas las personas que puedan verse afectadas por su contenido.
5. En la fase de investigación del procedimiento, el Tribunal de Reclamaciones de la Comisión de Doctorado emprenderá las actuaciones pertinentes para comprobar cuantos datos fueran necesarios según el contenido de la documentación aportada, incluso, si fuera pertinente, con

entrevistas personales, y podrá recabar los informes externos que sean convenientes. Los casos de reclamación sobre calificación no son de aplicación en el Programa de Doctorado por cuanto la competencia de la misma corresponde de manera soberana e inapelable al Tribunal o Comisión de Evaluación de la Tesis Doctoral.

6. Si el profesor o profesores afectados por la reclamación formaran parte del Tribunal de Reclamaciones serán sustituidos por los correspondientes suplentes (se aplica a los miembros del Tribunal los artículos 28 y 29 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común).

7. Una vez concluidas sus actuaciones, el Tribunal de Reclamaciones de la Comisión de Doctorado notificará su resolución a los interesados, con las sugerencias o recomendaciones que considere convenientes para la subsanación, en su caso, de las deficiencias observadas.

8. Contra la resolución del Tribunal de Reclamaciones cabe elevar nueva instancia, en el plazo de diez días hábiles desde la notificación, ante la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información. Las decisiones de dicha Comisión del Centro sólo podrán recurrirse ante el Rector de la Universidad, mediante recurso ordinario en el plazo de un mes.

Plazos de resolución del Tribunal de Reclamaciones.

El plazo máximo para la resolución del Tribunal de Reclamaciones de una reclamación será de tres meses. Este plazo se contará desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro de la Facultad de Ciencias de la Información (órgano competente para su tramitación). No obstante, el Tribunal de Reclamaciones siempre tratará de agilizar los recursos y no agotar el plazo previsto por la citada ley.

8.2. SEGUIMIENTO DE LOS DOCTORES EGRESADOS.

A) Satisfacción de los doctorandos

La información sobre la valoración global y sobre aspectos específicos de la titulación y de los actores implicados en ella (alumnado, profesorado y personal de apoyo) se obtendrá mediante encuestas. Para la realización de estas encuestas se cuenta con la ayuda técnica de la Oficina para la Calidad de la UCM que elaborará los cuestionarios y llevará a cabo el tratamiento analítico de la información facilitada en ellos.

B) Información sobre Inserción Laboral

Se prevé que transcurridos dos años después de los/as primeros/as egresados/as del Programa de Doctorado de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas se realizarán encuestas a entidades y organizaciones profesionales promovidas por el Rectorado de la

Universidad, con la participación de la Oficina para la Calidad, para conocer el nivel de inserción laboral de los doctores y, también, la adecuación de la formación recibida en la titulación para dicha inserción laboral. Para poder recopilar esta información, en cada curso académico la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información enviará a estas entidades y organizaciones cuestionarios y, en caso de existencia de informes sobre la inserción laboral y la adecuación de la formación recibida, se les solicitará su remisión. La Comisión de Calidad valorará y analizará toda esta información periódicamente y emitirá propuestas de revisión y de mejora de la titulación, que remitirá a la Junta de Facultad que adoptará las medidas necesarias para su ejecución, con el objetivo de lograr una mejora continua en la formación e inserción laboral de los alumnos.

8.3. RESULTADOS Y PREVISIÓN.

A) Tasas:

Tasa de graduación: 60%

Tasa de abandono: 40%

Tasa de eficiencia: No aplica a este programa

CURSO	TASA DE ÉXITO SEGÚN DEDICACIÓN	
	DEDICACIÓN EXCLUSIVA (%)	DEDICACIÓN PARCIAL (%)
X+3	10	-
X+4	45	10
X+5	35	45
X+6	10	35
X+7	-	10

Este programa es de nueva creación y carece, por tanto, de resultados anteriores.

Durante los últimos cinco años, se han leído en la Facultad de Ciencias de la Información, 298 tesis; esto supone, una media aproximada de 60 tesis doctorales anuales. Teniendo en cuenta que serán dos los programas de doctorado que estarán vigentes en la Facultad a partir del próximo curso, parece lógico situar en 30 el número de tesis anuales de referencia leídas en cada uno de ellos. Si se consiguiera nuestro indicador de un 60% de tasa de éxito sobre 60 alumnos admitidos cada año se leerían 36 tesis a partir del cuarto año de vigencia del programa. Ese número previsto se desglosa en los datos que ofrecemos en porcentajes anuales para los seis primeros años, que atienden a la diferente dedicación (completa o parcial) de nuestros estudiantes. Sin embargo, a partir del sexto año de implantación las cifras deberían ser constantes en su resultado total. Se ha tenido en cuenta que con 61 profesores en el programa, la media de tesis que dirigiría cada uno (a partir de los seis primeros años) sería de cuatro. Por término medio se defenderían, a partir del sexto año, una tesis cada dos años por profesor. Estas previsiones se ajustan también a las tareas que implica el

programa de doctorado en relación con la dedicación que el profesorado puede prestar.

El Programa de Doctorado se ajusta a la normativa de desarrollo del Real Decreto 99/2011, de 28 de enero (BOE 10/02/2011) que regula los estudios de doctorado en la Universidad Complutense de Madrid www.ucm.es/calidad para la previsión de resultados y asegura mediante su Comisión Académica el permanente seguimiento de sus doctorados, mediante un sistema programado de revisiones de los proyectos que permita su revisión y mejora continua

La web del programa hará públicos anualmente esos datos e informes acerca del programa. Se dedicará una pestaña específica al epígrafe resultados. Se informará sobre las solicitudes y admisión (datos numéricos); sobre las actividades y acciones especiales que cada curso se oferten (seminarios, jornadas, sesiones con profesores invitados, etc.) y sobre las tesis leídas y las publicaciones y premios que generen las propias tesis o trabajos asociados a las actividades formativas. El secretario del programa será el responsable de estas acciones, de las que informará al menos anualmente a la Comisión del Programa.

Previsión del porcentaje de doctorandos que pueden conseguir ayudas para contratos post-doctorales.

Teniendo en cuenta los datos sobre origen geográfico de los doctorandos y el número medio de becarios predoctorales de programas nacionales, de la Comunidad de Madrid y de la propia Universidad Complutense, que marcan unas cotas selectas con previsibles buenos resultados, lo lógico sería situar el porcentaje de doctores que anualmente conseguirían esas ayudas y contratos en España y en el ámbito internacional en la banda del 30% de cada promoción. Desde luego la prolongación de la actual crisis por mucho tiempo tiraría por tierra estas previsiones que se fundan en datos inmediatamente anteriores.

Previsión sobre empleabilidad de los doctorandos en los tres años posteriores a la lectura de su tesis.

También en este caso las previsiones se fundan en experiencias anteriores a la actual crisis cuyo desarrollo es imprevisible en estos momentos (mayo de 2013).

Damos por sentado que la expansión de titulaciones universitarias vinculadas a la comunicación han tocado techo en nuestro país y que solo cabe esperar en el ámbito universitario una tasa de sustitución correspondiente a jubilaciones. Pensamos también, por la experiencia de los tres últimos años, que la demanda en Iberoamérica de doctores aumentará especialmente en Chile, Perú, Colombia y Ecuador. Probablemente también en México. La situación en Brasil no parece tan favorable para doctores españoles, aunque sí para algunos doctorandos de este país.

Por otra parte las actuales y futuras industrias culturales y creativas españolas e iberoamericanas requerirán igualmente de especialistas capaces de investigar tendencias en el ámbito de los mercados, los contenidos, la difusión, la publicidad y la comunicación institucional. También en la elaboración de índices de calidad en estas mismas industrias.

Por otra parte Europa y estados Unidos aparecen también como posibilidades para unas profesiones que son por definición de ámbito internacional. En el caso concreto de la universidad Complutense hay que considerar el gran número d estudiantes chinos que está realizando estudios de máster en nuestra facultad. Probablemente un número de ellos opten igualmente por realizar la tesis doctoral. Sus posibilidades de trabajo en su país de origen serán enormes.

Todo este conjunto de consideraciones permiten hacer un previsión optimista. Calculamos en un amplio 90% el índice de empleabilidad de nuestros doctores tres años después de su graduación.

ANEXO 1

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS (CBP) DE LOS ESTUDIOS DE DOCTORADO EN LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Introducción

La Universidad Complutense de Madrid (UCM) se encuentra en proceso de reorganización de sus Estudios de Doctorado, en aplicación del Real Decreto 99/2011 por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado y la normativa específica de desarrollo de la UCM, aprobada el 6 de noviembre de 2012 (BOUC de 21 de diciembre de 2012). El RD 99/2011 recoge en su Artículo 9.8 que "todas las personas integrantes de una Escuela de Doctorado deberán suscribir su compromiso con el cumplimiento del código de buenas prácticas adoptado por dicha Escuela". Por su parte, la normativa de desarrollo de la UCM, en su Artículo 4.10, señala que "la UCM, a través de sus órganos de gobierno, establecerá un código de buenas prácticas para la organización y funcionamiento de sus Escuelas de Doctorado", y que "todos los componentes de cada Escuela deberán suscribir su compromiso con el cumplimiento de dichas normas". Además, la UCM, integrada en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), quiere ser activa participante en la construcción del Espacio Europeo de Investigación (EEI). Por ello, la UCM establece un Código de Buenas Prácticas para la elaboración y dirección de tesis doctorales en el marco de sus programas de doctorado y, en su caso, de las escuelas de doctorado.

El Código de Buenas Prácticas (CBP) de la UCM para la elaboración y dirección de tesis doctorales constituye un conjunto de recomendaciones y compromisos que garanticen el óptimo desarrollo de las tesis doctorales y establezca los mecanismos para la resolución de los posibles conflictos. El CBP de la UCM no sustituye a las normas legales establecidas en el RD 99/2011 y la normativa específica de la UCM (BOUC 21 de diciembre de 2012) sino que complementa y extiende los mecanismos de regulación de los estudios de doctorado. En este sentido, la UCM se adhiere, además de a los principios emanados de los Estatutos de la universidad y los propios de este documento, a los contenidos en la *Commission Recommendation of 11 March 2005 on the European Charter for Researchers and on a Code of Conduct for the Recruitment of Researchers* (2005). Asimismo, la UCM entiende que su responsabilidad se extiende más allá de haber logrado el título de doctor por lo que se establecerá un sistema de seguimiento y apoyo a los doctores formados a través de sus programas de doctorado.

1. Recomendaciones de carácter general:

Para el desarrollo de los estudios de doctorado en la UCM se establecen las siguientes recomendaciones para todos los actores del proceso incluyendo a los estudiantes de doctorado, directores, tutores, coordinadores de programas de doctorado y órganos colegiados contemplados en la normativa de doctorado vigente. Asimismo, estas directrices son aplicables a otros miembros u órganos implicados en los estudios de tercer ciclo de la

UCM. La Universidad velará por el cumplimiento de las recomendaciones contempladas. En particular,

- 1.1.** Se velará por el cumplimiento de la normativa vigente en materia de doctorado, de carácter estatal, en su caso autonómico, y de la propia universidad.
- 1.2.** Se primarán los principios de igualdad, mérito y capacidad en la incorporación de los doctorandos, de los directores y tutores.
- 1.3.** Se garantizará la no discriminación por género, edad, raza, origen nacional o social, religión o creencia, discapacidad, orientación sexual, lengua, opinión política o condición socioeconómica.
- 1.4.** Se procurará la existencia de un ambiente estimulante para la investigación doctoral, incluyendo el material necesario, instalaciones adecuadas, oportunidades de colaboración y condiciones de seguridad.
- 1.5.** Se propiciará el establecimiento de una relación cordial entre todos los agentes implicados en el desarrollo de las tesis doctorales, incluyendo al doctorando, director, tutor y órganos colegiados.
- 1.6.** Se facilitarán las condiciones de trabajo, en particular de directores y doctorandos, permitiendo la flexibilidad de horarios, conciliación de la vida familiar y laboral y la compatibilidad de las tareas de la tesis doctoral con actividades que propicien el desarrollo integral de los doctorandos.
- 1.7.** Se garantizará la adecuada atención de los estudiantes de doctorado, procurando que el número de estudiantes a cargo de un director/tutor sea apropiado y compatible con el alcance de sus obligaciones y compromisos.
- 1.8.** Se promoverá y valorará la movilidad, intersectorial, geográfica, interdisciplinar o virtual, así como la movilidad entre el sector público y privado, a lo largo del desarrollo de los estudios de doctorado como un valor científico y social.
- 1.9.** Se facilitará el acceso a la formación, de carácter científico o instrumental, así como para la adquisición de competencias lingüísticas y otras capacidades transversales, entre ellas la capacidad expositiva de los doctorandos.
- 1.10.** Se garantizará que las tareas prioritarias del doctorando estén relacionadas con la elaboración de su tesis doctoral.
- 1.11.** Se contemplará la representatividad de todos los agentes intervinientes en la elaboración de las tesis doctorales en los órganos representativos de la universidad de acuerdo con la normativa vigente de doctorado y los Estatutos de la UCM.
- 1.12.** Se establecerán los mecanismos para la resolución de los posibles conflictos que surjan en el desarrollo y defensa de las tesis doctorales.

- 1.13.** Se velará por el cumplimiento de los principios éticos de carácter general recogidos en los códigos deontológicos europeos, nacionales y autonómicos así como los de aplicación en el campo concreto de investigación del doctorando.
- 1.14.** Se promoverá la difusión, en los canales científicos habituales, en los de la propia universidad, y en los medios de comunicación, de los resultados obtenidos en las tesis doctorales y no sujetos a posible protección.
- 1.15.** Se velará por el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual y resultados obtenidos de posible protección según lo establecido en la legislación comunitaria, española, autonómica y de la propia UCM. A tal fin la UCM fomentará la formación de los doctorandos, directores, tutores y otros agentes y órganos responsables de los programas de doctorado, en los aspectos relacionados con la gestión de la propiedad intelectual de los resultados de la investigación, en particular su evaluación, protección, valoración y comercialización.
- 1.16.** Se fomentarán los valores inherentes a la buena investigación, que incluye el conocimiento adecuado del campo de estudio y la metodología más adecuada en cada caso, el rigor científico de la investigación realizada, la honestidad y responsabilidad profesional, la no discriminación de todos los agentes implicados en la obtención de resultados, la transparencia de la investigación y los principios de rendición de cuentas a la sociedad incluyendo a las entidades que financian la investigación, el mantenimiento adecuado del registro de las investigaciones y observaciones realizadas, el compromiso con la sociedad de la investigación, la libertad de planteamientos intelectuales, la necesidad de formación continua, el entrenamiento en la publicación de los resultados obtenidos, los principios que rigen la autoría y co-autoría de las publicaciones y la propiedad de los derechos de explotación en su caso.
- 1.17.** Se llevará a cabo una firme política de protección de la salud y del medio velando por el cumplimiento de la normativa vigente en materia de prevención de riesgos laborales y protección del medio, en particular la gestión adecuada de residuos químicos, biológicos y radiactivos. En el caso de investigaciones que incluyan agentes biológicos se garantizará que se cumplan las condiciones de bioseguridad para los investigadores y para el medio.
- 1.18.** Se garantizará que la investigación con animales de experimentación se lleva a cabo con la normativa vigente comunitaria, estatal y autonómica según lo establecido por el Comité de Experimentación Animal (CEA) de la UCM (Resolución Rectoral de 15 de marzo de 2004). El informe favorable de dicho comité es preceptivo para llevar a cabo experimentación animal. La UCM establecerá los procedimientos para el cumplimiento de las normas

RRR (*Reduce, Refine and Replace*) en el uso de animales de experimentación.

1.19. Se garantizará el derecho a la experimentación científica y biomédica sobre el ser humano velando por el estricto cumplimiento de la legislación internacional [ONU, UNESCO, Comisión Europea (Directiva 2001/20/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea de 4 de abril de 2001; Declaración de Nuremberg, 1967, Artículo 57-3 del Tratado de Roma; Convenio para la protección de los derechos humanos y la dignidad del ser humano con respecto a las aplicaciones de la biología y la medicina. Convenio relativo a los derechos humanos y la biomedicina de los estados de la Comunidad Europea, Oviedo, 1997) y nacional (BOE 251 de 20 de octubre de 1999; Real Decreto 561/1993; Ley Orgánica 5/1992)]. Asimismo se tendrán en cuenta los principios emanados de los colectivos médicos y otras profesiones sanitarias humanas. En todo caso la UCM garantizará la primacía del ser humano, la limitación de la investigación a los casos en los que no existan procedimientos alternativos, el requerimiento de la autorización expresa de la participación humana libre, voluntaria e informada, la garantía del derecho a la intimidad y el tratamiento de datos confidenciales, la prohibición del lucro y utilización de partes del cuerpo humano, la especial protección para las personas más vulnerables por su estado, nivel formativo o edad, la protección del genoma humano, y la responsabilidad y competencia del investigador.

2. Recomendaciones para el director/es de la tesis:

El director de la tesis doctoral es el máximo responsable de la supervisión de las tareas de investigación del doctorando. Como tal, el director debe asesorar al doctorando a lo largo de su trabajo hasta la presentación para su defensa de la tesis doctoral. En este sentido, el director

- 2.1.** Debe limitar el número de tesis doctorales bajo su dirección a su capacidad de supervisión y disponibilidad temporal.
- 2.2.** Debe orientar y diseñar el proyecto de tesis doctoral y, en el caso de los estudios de doctorado regulados por el RD 99/2011, además de orientar debe avalar el plan de investigación.
- 2.3.** Debe asistir en la definición y delimitación del objeto de la tesis doctoral en dependencia del grado formativo del doctorando y sus conocimientos previos, oportunidad de la investigación, régimen de dedicación del doctorando y posibilidad de desarrollo en los plazos contemplados para la presentación de la tesis doctoral.
- 2.4.** Debe guiar al doctorando, determinando los plazos de realización de las tareas con el fin de cumplir los objetivos previstos.
- 2.5.** Debe realizar una supervisión regular del trabajo del doctorando, teniendo en cuenta las diferencias entre los campos del conocimiento. En cualquier caso los contactos entre el doctorado y el

director deberían tener lugar al menos cada dos semanas, en particular en las fases más críticas del desarrollo de la tesis doctoral.

- 2.6.** Debe garantizar que el doctorando centre su actividad esencial en la elaboración de la tesis doctoral y de la formación complementaria necesaria según el plan previsto.
- 2.7.** Deben revisar el documento de actividades del doctorando de forma regular y al menos cuatro veces al año.
- 2.8.** Debe cumplimentar, al menos con 15 días de antelación, la documentación administrativa que el doctorando requiera para sus trámites.
- 2.9.** Debe emitir el informe para la evaluación anual del Plan de Investigación y el documento de actividades del doctorando con la máxima diligencia, en particular cuando el informe no sea favorable, con el fin de realizar las modificaciones y correcciones necesarias sin crear indefensión en el doctorando.
- 2.10.** Debe mantener una estrecha colaboración con el tutor, en el caso de ser diferente del director, para garantizar el desarrollo de la tesis doctoral.
- 2.11.** Debe procurar inculcar en el doctorando los principios inherentes a la investigación científica de calidad, en particular el rigor científico, la honestidad, transparencia de la investigación, necesidad de registros revisables de su actividad, necesidad de la formación continua en la investigación, la necesidad de publicar los resultados de la investigación, el carácter internacional del conocimiento y la libertad de planteamientos intelectuales.
- 2.12.** Debe garantizar la autoría o co-autoría del doctorando en las publicaciones derivadas de las actividades de la tesis doctoral, atendiendo a las normas consuetudinarias de cada área de conocimiento y el respeto a la propiedad intelectual del doctorando.
- 2.13.** Debe garantizar la participación del doctorando en los posibles beneficios y reconocimientos derivados de la protección y en su caso explotación de los resultados de la investigación de la tesis doctoral.

3. Recomendaciones para el tutor/es de la tesis:

El tutor, según se señala en el RD 99/2011 y en la normativa de desarrollo de la UCM, es el responsable de la adecuación de la formación y de la actividad investigadora del doctorando a los principios de los programas y, en su caso, de las escuelas de doctorado. En este sentido, además de las obligaciones contempladas de forma expresa en el RD y normativa de la UCM, se hacen las siguientes recomendaciones:

- 3.1.** Velar por el proceso formativo del doctorando, tanto en el desarrollo de las tareas propias del proyecto de tesis doctoral como de las actividades complementarias.
- 3.2.** Velar por la existencia de condiciones adecuadas, incluyendo las instalaciones, medios y procedimientos, para el desarrollo de la tesis doctoral.

- 3.3.** Revisar de forma regular el documento de actividades del doctorando, al menos con carácter trimestral, para garantizar el buen desarrollo de las tareas de investigación y complementarias, si existieran.
- 3.4.** Emitir con diligencia los informes correspondientes a la evaluación anual del Plan de Investigación y documento de actividades y en el caso de emisión de informes desfavorables, informar con suficiente antelación para el establecimiento de medidas correctoras.
- 3.5.** Complimentar, al menos con 15 días de antelación, la documentación administrativa que el doctorando requiera para sus trámites.
- 3.6.** Facilitar la relación del doctorando con el director, caso de ser diferente del tutor, con objeto de garantizar un desarrollo adecuado de la tesis doctoral y evitar los posibles conflictos.
- 3.7.** Fomentar los valores inherentes a la buena investigación, en particular los principios éticos, honestidad, responsabilidad social, formación permanente, profesionalidad, rendición de cuentas, transparencia de la investigación e importancia de la publicación de los resultados.
- 3.8.** Promover la participación del doctorando en los órganos representativos de la UCM en los términos fijados por los Estatutos y el Reglamento de Departamentos y Centros.
- 3.9.** Facilitar, en la medida de las posibilidades, el desarrollo integral del doctorando garantizando en todo caso que sus tareas esenciales corresponden a la realización de la tesis doctoral.

4. Recomendaciones para el estudiante de doctorado:

El doctorando, como estudiante en formación en los estudios conducentes a la consecución del título de doctor, además de cumplir los requerimientos contemplados en el RD 99/2011 y la normativa de desarrollo de la UCM, debe:

- 4.1.** Cumplir con diligencia los plazos establecidos por su director, tutor y órganos responsables del programa de doctorado, así como los plazos para la tramitación administrativa de la documentación requerida.
- 4.2.** Asumir, con responsabilidad, la temática y metodología de la tesis doctoral.
- 4.3.** Facilitar la estrecha comunicación y colaboración entre el director, tutor y doctorando con el objetivo de lograr el desarrollo de la tesis doctoral.
- 4.4.** Valorar la responsabilidad del propio aprendizaje dentro de la libertad de estudio.

- 4.5. Participar de forma activa en reuniones, seminarios, talleres, congresos y otras tareas formativas diseñadas en su formación doctoral.
- 4.6. Integrar los valores que rigen la buena investigación, tales como la honestidad, respeto, principios éticos, transparencia, rendición de cuentas, originalidad, valor y compromiso social del conocimiento, responsabilidad y actitud profesional, buenas prácticas de la investigación, relaciones fluidas con el director y tutor, valor de la formación permanente.
- 4.7. Participar de forma activa en los órganos de representación contemplados en la universidad, el programa de doctorado o, en su caso, la escuela de doctorado.

5. Recomendaciones para otros agentes:

Además del director y tutor, en la formación doctoral se encuentran implicados otros agentes, tales como los órganos responsables de los programas de doctorado, de la escuela doctoral en su caso, los servicios administrativos o los servicios de apoyo a la investigación. Por ello se realizan las siguientes recomendaciones a estos agentes:

- 5.1. Colaborar, con medios y agilidad, en el desarrollo de la tesis doctoral
- 5.2. Facilitar la integración del doctorando en el contexto universitario y en el programa de doctorado.
- 5.3. Asesorar al doctorando en las tareas administrativas necesarias en el desarrollo del programa formativo del doctorando.
- 5.4. Facilitar el establecimiento de relaciones fluidas entre los agentes implicados en la tesis doctoral.

6. Otros

6.1. Resolución de conflictos:

La UCM considera que la resolución de los posibles conflictos que surjan a lo largo del desarrollo y defensa de la tesis doctoral debería producirse de forma amistosa siempre que fuese posible, en el seno de la cordialidad entre los agentes implicados y en el marco de los propios programas de doctorado o, en su caso, en la escuela de doctorado.

Si existiese imposibilidad de resolución amistosa, y en ausencia de normativa específica disponible, las posibles reclamaciones deberían presentarse a la Comisión de Doctorado de la UCM con objeto de realizar su estudio, requerir documentación de las partes implicadas y ofrecer una solución, informando a todas las partes implicadas. Estas resoluciones deben tomarse con diligencia con objeto de no perjudicar a ninguna de las partes implicadas en el conflicto. En cualquier caso, la UCM promueve el valor de la mediación, la conciliación y, en su caso, arbitraje como herramientas adecuadas.

De no alcanzarse acuerdo entre las partes, las posibles reclamaciones podrían tramitarse a través de la Oficina para la Defensa del Universitario y la Inspección de Servicios de la UCM.

6.2. Régimen de propiedad intelectual o industrial:

Todos los agentes implicados, y en particular el director, tutor y doctorando, deben conocer la política y normativa de la UCM en materia de protección de la propiedad intelectual y la promoción del valor de los resultados de la investigación. A tal fin, los programas de doctorado y las escuelas de doctorado promoverán la formación adecuada de los directores y tutores respecto a la gestión de los resultados, incluyendo la protección y comercialización en los términos previstos en la normativa de la universidad.

Los doctorandos tienen derecho a ser reconocidos como titulares de los derechos de propiedad intelectual o industrial de acuerdo con la legislación vigente. Asimismo tienen derecho a figurar como autores o coautores en todos los documentos publicados como consecuencia de su tesis doctoral, ya sean comunicaciones, ponencias, artículos de investigación o revisión, libros y monografías en cualquier soporte.

Cuando la investigación dé lugar a derechos de propiedad industrial, los doctorandos y directores tienen derecho a figurar como coautores en los términos previstos en la legislación vigente.

ANEXO I

ANEXO II

