

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

- 6214** *Resolución de 16 de mayo de 2013, de la Universidad Rey Juan Carlos, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Cine, Televisión y Medios Interactivos.*

De conformidad con lo que disponen el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades, la disposición adicional sexta del Real Decreto 1393/2007, de 30 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales y el Acuerdo del Consejo de Ministros de 22 de enero de 2010 por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de máster de la Universidad Rey Juan Carlos, y una vez acordada por el Consejo de Universidades en su sesión del día 3 de marzo de 2009 la verificación positiva de la propuesta de título de Máster Universitario Cine, Televisión y Medios Interactivos por la Universidad Rey Juan Carlos, este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios (5.1 Estructura de las Enseñanzas) del Máster Universitario en Cine, Televisión y Medios Interactivos como anexo a la presente Resolución.

Móstoles, 16 de mayo de 2013.—El Rector, Pedro González-Trevijano Sánchez.

ANEXO

5.1 Estructura de las Enseñanzas

Tabla 1.1 *Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS*

Carácter de materia	Créditos
Obligatorias	36
Optativas	—
Prácticas externas	—
Trabajo Fin de Máster	24
Créditos totales	60

Estructura de la enseñanza por módulos y materias

Materia	Semestre	Carácter	N.º de ECTS
Industrias Creativas	Primero.	OB	3
Influencias y Adaptación en los Modelos de Representación Audiovisuales	Primero.	OB	3
Métodos y Técnicas de Investigación	Primero.	OB	3
La Narración Seriada en Televisión	Primero.	OB	3
Narraciones Fundamentales y Fusión de Géneros en el Cine Contemporáneo	Primero.	OB	6
Estética y Cultura Audiovisual Contemporánea	Segundo.	OB	6
Estrategia y Comercialización Audiovisual	Segundo.	OB	6
Nuevas Tecnologías y Mercado Audiovisual	Segundo.	OB	6
<i>Trabajo de Fin de Máster</i>			
Ficción y Creación	Segundo.	OB	24
Innovación y Mercado	Segundo.	OB	24
Influencias Culturales y Representación	Segundo.	OB	24
Industrial Culturales	Segundo.	OB	24
Marketing Culturales	Segundo.	OB	24
Convergencia	Segundo.	OB	24