

I.3.11. Acuerdo 13/CG de 17-07-25 por el que se aprueba el nuevo Grado en Comunicación e Industrias Culturales por la Universidad Autónoma de Madrid.

Elevada a este Consejo de Gobierno por el Vicerrector de Grado y Calidad de los Estudios propuesta de aprobación de nuevo título de Grado en Comunicación e Industrias Culturales por la Universidad Autónoma de Madrid, previa aprobación de dicha propuesta mediante Acuerdo de la Junta de Facultad de Filosofía y Letras de fecha 28 de mayo de 2025, oído el Consejo de Estudiantes de esta Universidad, y aprobado en Comisión de Estudios de Grado delegada de Consejo de Gobierno el 8 de julio de 2025, así como en Comisión de Títulos del Consejo Social en fecha 8 de julio de 2025, al amparo del artículo 46.2 d) de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario con relación al art. 55.1 Estatutos UAM y 3 y siguientes del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, este Consejo de Gobierno **ACUERDA** aprobar la impartición de nuevo título de Grado en Comunicación e Industrias Culturales por la Universidad Autónoma de Madrid dentro del procedimiento de tramitación para aprobación definitiva, conforme **ANEXO** que a continuación se inserta.

Contra el presente acto de trámite, de conformidad con el artículo 112.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, no cabrá recurso administrativo alguno, sin perjuicio de que la oposición al mismo pueda ser alegada por los interesados para su consideración en la resolución que ponga fin al procedimiento.

En Cantoblanco. La presidenta del Consejo de Gobierno. Amaya Mendikoetxea Pelayo.

ANEXO

SOLICITUD DE APROBACIÓN DE NUEVO TÍTULO

1. INFORMACIÓN GENERAL

Denominación			
Grado en Comunicación e Industrias Culturales por la Universidad Autónoma de Madrid ISCED 1: Artes y Humanidades ISCED 2: Artes/músicas y artes del espectáculo/técnicas audiovisuales y medios de comunicación/lenguas y dialectos españoles/historia y arqueología/filosofía y ética			
Centro/s responsable/s			
Facultad de Filosofía y Letras			
Fecha de aprobación en Junta de Centro		28/05/2025	
Oferta de plazas de nuevo ingreso		35	
Tipo de enseñanza	<input checked="" type="checkbox"/> Presencial	<input type="checkbox"/> Semipresencial / Híbrida	<input type="checkbox"/> A distancia / Virtual

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025	
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General			
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	109/279	

¿Habilita para profesión regulada?	<input type="checkbox"/> Sí	<input checked="" type="checkbox"/> No
Profesión regulada		
En máster, indicar carácter del título		
<input type="checkbox"/> Académico	<input type="checkbox"/> Investigador	<input type="checkbox"/> Profesional
		<input type="checkbox"/> Profesión regulada
Lengua/s en que se imparte el título	Español	

2. JUSTIFICACIÓN

Breve justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo

a) Exposición breve de los objetivos del título

Consideraciones previas

La Gestión Cultural se ha convertido, durante las últimas décadas, en una actividad emergente, cuyos profesionales proceden de las Artes y Humanidades y, también, de las Ciencias Sociales y Jurídicas. Hasta hace algo más de una década, no han existido titulaciones específicas de licenciatura o grado que oferten un plan de estudios que se adapte a un escenario en el que la cultura constituye el motor principal en el desarrollo y progreso de una sociedad. Ante esta situación la creación de nuevos másteres a nivel nacional ha ido dando respuesta a dicha carencia, con la finalidad de que los estudiantes puedan especializarse en este campo al terminar sus estudios de grado y acceder al mercado laboral. Es el caso, por ejemplo, del Máster en Gestión Cultural: Música, Teatro y Danza (Instituto Complutense de Ciencias Musicales), creado en 1992; del Máster de Formación Permanente en Gestión Cultural (Universidad Carlos III de Madrid); del Máster Universitario en Gestión Cultural (Universitat de Barcelona); o del Máster Universitario en Gestión Cultural e Industrias Creativas (Universidad de Alcalá).

Más recientemente, la oferta se ha extendido a los estudios de grado con la creación del Grado de/en Gestión Cultural de las universidades de Santiago de Compostela (2011-2012), Huelva (2013-2014) o Córdoba (2014-2015). Este grado tiene un carácter profesionalizante y su objetivo es formar a los estudiantes en el desarrollo de su futura actividad laboral en instituciones públicas, privadas e, incluso, en el campo empresarial. La proximidad en la creación de estas tres titulaciones y la idéntica denominación elegida para ellas han puesto de relieve el impacto del sector. La experiencia de estos años y las demandas de las sociedades del siglo XXI han hecho patente la necesidad de ofrecer, en estas titulaciones, una formación interdisciplinar en materia de patrimonio cultural —en su sentido más amplio—, economía, legislación, antropología, etc., que son fundamentales en la formulación y conceptualización de proyectos culturales y gestión cultural. Es precisamente en este contexto en el que resulta necesario, una década más tarde, crear nuevos títulos que potencien estas interrelaciones en las industrias culturales y creativas a partir de políticas culturales y sus agentes desde su sector económico.

El consumo cultural de productos y servicios, como se explicará en el siguiente apartado, ha terminado cobrando una importancia cada vez más creciente como elemento de articulación social en los nuevos modelos de vida y desarrollo de las ciudades en los países más desarrollados (Guerrero Panal y Navarro Yáñez 2012, pp. 71-103). Según la UNESCO (2010, p. 17), las industrias culturales y creativas son aquellos “sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. Aunque se pueden utilizar de forma indistinta, existe un complejo debate entre las diferencias de “industria cultural” e “industria creativa” (Lebrún Aspíllaga 2014, pp. 46-51):

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	110/279



- El término “industria cultural” tiene una consolidada aceptación, ya que comenzó a utilizarse en los años 40 del siglo XX por Theodor Adorno como una forma de referirse a la producción masiva de bienes y servicios de carácter cultural (libros, prensa, televisión, cine, videojuegos...).
- El término “industria creativa”, por el contrario, se empieza a asentar en torno a los años 90 en Reino Unido, distinguiendo de forma esencial el valor creativo de los bienes y servicios culturales. De este modo, se incluirán todas las formas de creación artística, así como las referidas a actividades vinculadas al patrimonio y turismo cultural y otras como la arquitectura y el diseño.

No obstante, la UNESCO las unifica como “industrias culturales”, donde la comunicación forma parte intrínseca de esta últimas (Bustamante Ramírez 2024, p. 12) y siendo, en palabras de Martín Barbero (2006, p. 112), “la dimensión constitutiva de la vida cultural, pues una cultura está viva solo mientras es capaz de comunicar, intercambiar e interactuar con otras culturas”. De ahí que, a pesar de ello, sea preciso fortalecer sendos conceptos. Por lo tanto, los sectores de actividad cultural incluyen el patrimonio, presentaciones artísticas y ferias, las artes visuales y la artesanía, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos, el diseño y los servicios creativos. Al margen de esta diferenciación, todos ellos representan una intersección entre la economía, la cultura y las normativas de protección aplicadas al patrimonio; incorporan la creatividad como un componente central de la producción; sus contenidos son de carácter artístico, cultural o patrimonial; son bienes y servicios protegidos por las leyes de propiedad intelectual; y su valor es de doble naturaleza, es decir, económica (generan riqueza y empleo) y cultural (genera valores, sentido e identidades) (UNESCO 2010, pp. 18-19).

Objetivos

A partir del diagnóstico realizado, se proponen los siguientes objetivos que se quieren alcanzar en la propuesta de un nuevo *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* de la Universidad Autónoma de Madrid, cuya necesidad se fundamentará más adelante:

- [O.1]** Desarrollar las capacidades de comunicación y expresión en entornos profesionales.
· A través de diferentes herramientas y técnicas, los alumnos aprenderán a desenvolverse en distintos contextos operativos.
- [O.2]** Adquirir una serie de habilidades y estrategias para gestionar proyectos culturales y liderar equipos de trabajo.
- [O.3]** Conocer los diferentes procesos de las industrias culturales y los actores que participan de ellas.
· Al margen de que los alumnos comprendan los sectores que conforman las industrias culturales, es necesario que se familiaricen con las políticas, agentes y medidas que las regulan.
- [O.4]** Fomentar el emprendimiento, la innovación y la creatividad para generar productos y servicios originales.
· La implementación de las metodologías activas en las asignaturas que estructuran el plan de estudios contribuirá a que los estudiantes desarrollen dichas capacidades para alcanzar el éxito esperado.
- [O.5]** Potenciar la formación interdisciplinar en el ámbito de la creación artística e intelectual.

La participación de diferentes departamentos de la Facultad de Filosofía y Letras en esta nueva titulación, así como la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, le otorga un carácter interdisciplinar que queda reflejado en el propio plan de estudios.

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025	
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General			
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	111/279	

b) Evidencia de la demanda actual o potencial del título y referentes externos que avalen la propuesta

Como se desprende de todo lo anterior, el conocimiento de las industrias culturales es fundamental y necesario en el ámbito profesionalizante de la gestión cultural. Esta realidad apenas se aborda en las titulaciones mencionadas anteriormente de una forma pomenorizada y con una visión transversal, interdisciplinar e integradora de los sectores citados. En el panorama internacional existen varias titulaciones que se ocupan de este particular, como es el caso de los grados en *Gestión de Industrias Creativas* (SRH University – Berlín, Alemania), *Industrias Creativas y Culturales: Dirección de Arte* (Kingston University – Reino Unido), *Artes en Medios Creativos* (SRH Haarlem University Of Applied Sciences (Haarlem – Países Bajos) y *Artes e Industrias Creativas* (Canadian University Dubai – Emiratos Árabes Unidos). Sin embargo, y en lo que concierne al ámbito nacional, la realidad es diferente. A pesar de la existencia de los grados en *Comunicación e Industrias Culturales* en la Universitat de Barcelona (2011-2012) y en *Estudios Culturales* en la Universidad Carlos III de Madrid (2019-2020), sus planes de estudio están enfocados en potenciar las ciencias de la información y en el estudio de los diferentes medios de expresión cultural en las sociedades urbanas, respectivamente.

Por consiguiente, todavía está pendiente la creación de titulaciones cuyos programas cuenten con materias vinculadas a la Historia, Historia del Arte, Literatura, Lengua, Filosofía, Antropología, Música, Administración y Dirección de Empresas..., capaces de fortalecer el conocimiento interdisciplinar de los profesionales del sector y nutrir a las instituciones/entidades culturales (instituciones públicas, fundaciones, empresas, asociaciones...). De ahí la propuesta de un nuevo grado en la rama de Artes y Humanidades que dé respuesta a esta demanda y ofrezca a los estudiantes la posibilidad de hacer prácticas externas semestrales, según se expondrá adelante, cada vez más demandadas por el alumnado. A esto hay que añadir que la Universidad Autónoma de Madrid podría recibir a estudiantes de otras provincias y comunidades, tanto de grado como de doble grado, al igual que sucede con otras titulaciones. Adicionalmente, se espera que la formación en el nuevo grado traiga consigo el incremento del número de estudiantes procedentes de las ramas de Artes y Humanidades a varios estudios de posgrado de la universidad, como el *Máster en Estudios Artísticos, Literarios y de la Cultura* de la Facultad de Filosofía y Letras, y abra nuevas vías de ingreso a la universidad para los *Estudios Superiores de Música*, optando así por una trayectoria investigadora o profesional.

De acuerdo con el informe *Repensar las políticas para la creatividad 2022: plantear la cultura como bien público global*, publicado por la UNESCO el 8 de febrero de 2022¹, la cultura y la creatividad constituyen el 3,1 % del Producto Interior Bruto (PIB) mundial y el 6,2 % del total de empleo. Estos datos evidencian la relación que existe entre la economía y las industrias culturales y creativas, subrayada con anterioridad. A este escenario, hay que añadir el rápido ascenso de la tecnología que ha acelerado la transformación digital de las industrias culturales y, en consecuencia, ha creado nuevas formas de consumo. Esta circunstancia abre la puerta a nuevos planteamientos éticos vinculados a la propiedad intelectual y obliga a implementar políticas de inversión en tecnología que garanticen el emprendimiento y la innovación digital de calidad. Por esa razón, se ha contemplado que algunas de las asignaturas ofertadas en el plan de estudios de este nuevo grado centren su atención en las nuevas tecnologías.

La riqueza cultural europea ofrece una oportunidad clara para las titulaciones, centradas en las industrias culturales, pues se estima que contribuyen a la creación de empleo, a la creación de sociedades mejor informadas, al desarrollo de las identidades europeas y su promoción en contextos de tolerancia y respeto.

¹ Véase el informe en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479>

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	112/279



Según los datos de Eurostat², las industrias culturales y creativas emplean a 8,7 millones de personas en la Unión Europea, lo que representa 1,2 millones de empresas. A esto hay que añadir la existencia del programa Europa Creativa 2021-2027, una iniciativa que favorece la creación de redes para la colaboración de todos los sectores culturales y creativos entre los Estados miembros. Dicho programa cuenta, en 2025, con un presupuesto de casi 340 millones de euros para apoyar a los sectores cultural y creativo en el fomento de la transición digital, la sostenibilidad, la inclusión e igualdad de género y las relaciones internacionales con proyectos de cooperación europea; la circulación de obras literarias europeas; la creación de un Laboratorio de Innovación Creativa (*Creative Innovation Lab*); y el soporte a los medios de comunicación (*News Media*).

En el panorama nacional, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, el empleo cultural en el último periodo anual disponible (2024) fue de un 3,6 % del empleo total en España, incrementándose un 6,6 % con respecto de 2023 y superando en un 8,6 % la cifra registrada en 2019, con anterioridad a la COVID-19³. Esto indica un crecimiento importante en este sector y evidencia, al mismo tiempo, la necesidad de formar a estudiantes en este ámbito con la creación de un grado que les permita alcanzar una serie de capacidades que les cualifique para incorporarse en el mercado laboral. Incluso hay que señalar, siguiendo con la información derivada de la EPA, que el empleo cultural se caracteriza por una formación académica superior a la media, con una tasa de educación superior más elevada a la observada en el conjunto nacional, es decir, 71,2 % frente al 46,7 %⁴. En lo que concierne expresamente a la Comunidad de Madrid no existen datos concretos sobre este particular, a pesar de que el sector cultural es una fuente importante de empleo en la región.

c) Perspectivas de empleabilidad de los egresados

En relación con la ya mencionada creación de empleo que genera la cultura, la implantación del *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* supondrá para los egresados una amplia oferta laboral en el contexto nacional e internacional. De igual modo, los profesionales en este campo podrán ejercer de nexo entre las artes y profesiones creativas y la administración, las políticas culturales, la financiación, la cooperación, gracias a su formación interdisciplinar y a su perfil transversal capaz de desenvolverse en cada uno de estos espacios. Las entidades públicas o sin ánimo de lucro (fundaciones y asociaciones) son otra salida profesional destacada para los expertos culturales y los creativos. Existen numerosas ofertas en este sector a las que se pueden acceder desde la Administración. A esto, además, se le suma el crecimiento imparable del público consumidor de contenidos culturales que hace que aumente la demanda de profesionales cualificados que gestionen proyectos de industrias culturales.

Entre los diferentes ámbitos en los que los egresados de esta nueva titulación pueden trabajar se encuentran:

- a) Instituciones museísticas y culturales.
- b) Galerías de arte.
- c) Teatros.
- d) Festivales.
- e) Entidades públicas, fundaciones, asociaciones culturales...
- f) Compañías de artes escénicas.
- g) Industria editorial.
- h) Centros culturales.
- i) Imagen.

² Información obtenida de: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture>

³ Estos datos pueden consultarse en: <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:e460466a-304e-49ba-bee3-d65b435cbba6/empleo-cultural-2024.pdf>

⁴ Idem

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	113/279



- j) Comunicación.
- k) Música.
- l) Mediación cultural.
- m) Gestión turística.

Y respecto de las funciones que puede desarrollar como profesionales de este ámbito hay que destacar, entre otras:

- Gestión cultural.
- Comunicación institucional.
- Organización de eventos culturales.
- Marketing.
- Políticas culturales.
- Financiación y mecenazgo.
- n) Educación.
- o) Producción.
- p) Investigación y estudios.
- q) Editor de libros y revistas.
- r) Periodista cultural.
- s) Elaboración de normativas culturales.
- t) Curaduría.

Esto evidencia que, según el Instituto de Gestión Cultural y Artística, solo en España haya 600.000 trabajadores y 115.000 empresas de ámbito cultural⁵.

d) Relación del título con el plan estratégico de la Universidad/Centro y justificación con respecto al número de titulaciones ofertadas, número de matriculados por titulación, etc.

La Universidad Autónoma de Madrid ofrece más de 50 grados y dobles grados, que abarcan diferentes áreas de conocimiento y cuentan con una matriculación de 20.556 estudiantes en el curso académico 2024-2025. La creación de un grado en *Comunicación e Industrias Culturales* permitirá diversificar y modernizar su oferta académica, así como ajustarla a las nuevas demandas de la sociedad. El Plan Estratégico de la Universidad Autónoma de Madrid promueve una oferta formativa innovadora, interdisciplinar y adaptada a los cambios sociales, además de reforzar los vínculos entre docencia, investigación y transferencia. La relación del nuevo grado con dicho plan se fundamentará en tres ejes principales: la innovación académica, el mercado laboral y la proyección internacional. Esta nueva titulación, transversal y adaptada al nuevo contexto comunicativo-digital responderá a dichos objetivos, integrando así áreas como la gestión cultural, la comunicación o los medios digitales.

Además, el compromiso de la Universidad Autónoma de Madrid con la cultura como eje del desarrollo sostenible contribuye a fomentar la comprensión crítica de las industrias culturales en la construcción de la ciudadanía, la diversidad y el desarrollo cultural, según se ha explicado con anterioridad. No hay que olvidar que el *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* pretende formar a profesionales capaces de gestionar, analizar y producir cultura, realidad que está estrechamente ligada al papel social de la universidad. Esto

⁵ Véase <https://igeca.net/el-instituto/que-es-la-gestion-cultural>

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025	
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General			
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	114/279	

supone, por consiguiente, una apuesta diferenciadora con respecto de otras titulaciones ofertadas en la Comunidad de Madrid, contribuyendo a su posicionamiento como universidad pública de referencia en el ámbito de las Artes y Humanidades y las Ciencias Sociales.

La Facultad de Filosofía y Letras de la UAM ofrece, por su parte, un total de 14 grados y 7 dobles grados en las ramas de Artes y Humanidades y Ciencias Sociales, oferta a la que se podrá sumar la nueva titulación. A pesar de que la oferta formativa ofrecida por la facultad incluye contenidos comunicativos, no cuenta con una titulación que aborde de manera integral las industrias culturales. Por este motivo, el plan de estudios del *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* está conformado por asignaturas de diferentes titulaciones que cuentan con docentes ya integrados en los departamentos, lo que supondrá no solo la formación interdisciplinar que demanda el mercado laboral, sino también un aumento de la matrícula en algunas materias de los siguientes grados (se añade entre paréntesis el número total de alumnos matriculados en el curso académico 2024-2025)⁶:

Facultad de Filosofía y Letras (3.223)

- u) Grado en Historia y Ciencias de la Música y Tecnología Musical (116) – Departamento de Música.
- v) Grado en Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación (261) – Departamento de Lingüística General, Lógica y Filosofía de la Ciencia, Lenguas Modernas, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada y Estudios de Asia Oriental.
- w) Grado en Historia del Arte (219) – Departamento de Historia y Teoría del Arte.
- x) Grado en Antropología Social y Cultural (134) – Departamento de Antropología Social y Pensamiento Filosófico Español.
- y) Grado en Historia (315) – Departamento de Historia Contemporánea.
- z) Grado en Filosofía (221) – Departamento de Filosofía.
- aa) Grado en Estudios Ingleses (390) – Departamento de Filología Inglesa.
- bb) Grado en Estudios Hispánicos: lengua española y sus literaturas (194) – Filología Española.
- cc) Grado en Estudios Internacionales (269) – Facultad de Filosofía y Letras.
- dd) Graduado en Estudios Clásicos y de la Antigüedad (37) – Filología Clásica.
- ee) Grado en Arqueología (85) – Departamento de Prehistoria y Arqueología.

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (3.131)

▮ Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo.

Por lo tanto, un *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* tendría para la Facultad de Filosofía y Letras ciertas implicaciones estratégicas, académicas y culturales de gran relevancia ligadas al Plan Estratégico de la Universidad Autónoma de Madrid y del mercado laboral cultural. Con él se pretende fortalecer la rama de Artes y Humanidades de la Facultad y enriquecer la oferta académica más allá de los estudios tradicionales con un enfoque diferenciador del periodismo, la comunicación o la gestión cultural, atrayendo a estudiantes interesados en áreas más aplicadas y con salidas laborales en las industrias culturales. Además, su implantación potenciaría la colaboración entre los diferentes departamentos de las facultades mencionadas y la propuesta de proyectos interdisciplinarios de innovación docente, investigación y transferencia.

⁶ Información obtenida de: <https://www.uam.es/uam/oficina-analisis-planificacion/cifras>

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025	
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General			
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	115/279	

e) Internacionalización

En este sentido la Facultad de Filosofía y Letras destaca por su compromiso, con un total de 310 alumnos extranjeros, en el curso académico 2023-2024, procedentes de África, América, Asia y Europa –la cifra más alta con relación a otras Facultades– que se matricularon en la Universidad Autónoma de Madrid para cursar sus estudios. De igual forma, los estudiantes propios participan activamente en los programas de movilidad, nacionales e internacionales, ofertados por la universidad, con un número también superior (273) al del resto de facultades: Erasmus Estudios (146), Erasmus BIP's (32), Erasmus Placement (12), Prácticas Internacionales (4), Convenios Internacionales (53), CEAL (14), SEMP (3), ERASMUS+ K171 (2) y SICUE (7)⁷. A esto hay que añadir que la Universidad Autónoma de Madrid forma parte del programa CIVIS junto a otras 11 universidades europeas, ofreciendo así la posibilidad de que los estudiantes se formen e investiguen en alguna de estas instituciones. El *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* contribuiría a dar continuidad a esta internacionalización y la incrementaría con la formalización de nuevos convenios de colaboración con otras universidades con programas afines e instituciones/entidades para, en este último caso, la realización de prácticas profesionales en el ámbito cultural y comunicativo.

Además, dado el carácter global de las industrias culturales, esta realidad podría convertirse en una de sus mayores fortalezas, siendo no solo un referente en educación cultural internacional, sino también mejorando los indicadores de internacionalización y empleabilidad en los rankings universitarios y estableciendo vínculos con centros como la UNESCO, el Instituto Cervantes, el British Council o el Goethe-Institut, entre otros. Asimismo, la puesta en marcha de otros mecanismos, como la participación de profesores o profesionales extranjeros para la impartición de cursos, seminarios, talleres..., o la realización de cursos y actividades extracurriculares, contribuiría a potenciar aún más dicha internacionalización. La integración de estudiantes en proyectos europeos, laboratorios culturales colaborativos con estudiantes de otras universidades y la participación en eventos culturales de carácter internacional, como la Bienal de Venecia, son también vías de internacionalización para los estudiantes del grado. Y, de igual modo, se recurrirá a las redes académicas internacionales, como la *European network on cultural management and policy* (ENCATC), fundada en 1992 y dependiente de la UNESCO, o la *European Communication Research and Education Association* (ECREA), con un enfoque dirigido hacia las ciencias humanas y sociales.

El apoyo del Personal Docente e Investigador de la Facultad de Filosofía y Letras de origen extranjero que, en el curso académico 2024-2025, estaba constituido por 29 profesores de diferentes nacionalidades⁸, contribuirá igualmente a aportar una visión más internacional al alumnado matriculado en la nueva titulación. Esto supone un valioso enriquecimiento intercultural tanto para los docentes como para los estudiantes, lo cual aportará nuevos enfoques en la docencia e investigación y un aumento del prestigio institucional y redes internacionales. En el caso del *Grado en Comunicación e Industrias Culturales*, ayudará a internacionalizar esta titulación y preparar a los alumnos para contextos más globales según se ha comentado en los apartados anteriores. Por lo tanto, dicho escenario es coherente con la política institucional de la Universidad Autónoma de Madrid, apostando al mismo tiempo por la inclusión académica⁹.

⁷ Ídem

⁸ Ídem

⁹ Ídem

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	116/279



f) Calidad de las prácticas externas, si procede

La Oficina de Prácticas Externas y Empleabilidad de la Universidad Autónoma de Madrid ofrece un programa formativo en instituciones y empresas cuyo objetivo principal es proporcionar a los estudiantes la posibilidad de implementar los conocimientos adquiridos durante el periodo académico y alcanzar, de esta forma, una serie de habilidades y destrezas para su futura actividad laboral. Para ello, la universidad cuenta con casi 5.000 convenios de colaboración con diferentes instituciones, entidades y organismos¹⁰, cifra que asciende progresivamente con la firma de convenios ya existentes y con la formalización de otros nuevos.

En cuanto a la Facultad de Filosofía y Letras, las prácticas externas, ya sean obligatorias u optativas, tienen muy buena acogida por parte de los estudiantes, como se puede comprobar en los indicadores del curso académico 2023-2024¹¹. Los tutores profesionales también suelen valorar positivamente las funciones desempeñadas por los alumnos, y no es raro que de estas prácticas surjan contratos laborales posteriores. En los dos últimos años, los premios que la universidad otorga a los tutores profesionales por la labor que realizan con los estudiantes han recaído en instituciones/entidades que colaboran con la Facultad de Filosofía y Letras. Esta facultad cuenta con su propio/a coordinador/a de prácticas para cada titulación, lo que permite ofrecer una mejor atención a estudiantes y empresas. Este trabajo de coordinación implica una colaboración estrecha con el PTGAS de la Oficina de Prácticas de la facultad para su gestión y, en algunos casos, con el Vicedecanato de Prácticas, Cultura y Empleabilidad, cuyo personal atiende de forma eficiente todas aquellas situaciones que los coordinadores de prácticas no pueden solventar por sí solos.

Una de las particularidades del *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* es la posibilidad de realizar prácticas a través de un sistema flexible que contempla dos opciones. Como primera opción, los estudiantes pueden decidir realizar prácticas, bien sean 120 horas (6 créditos ECTS) o 240 horas (12 créditos ECTS), dentro de las asignaturas optativas que matriculan en cuarto curso (54 créditos ECTS), junto con el Trabajo Fin de Grado (6 créditos ECTS)¹². En la segunda de ellas, dirigida exclusivamente a los alumnos de cuarto curso a través de la mención "Formación dual en empresa o institución", los estudiantes, de acuerdo con el número de créditos superados y de su expediente como criterios de selección, podrán cursar 54 créditos ECTS de optativas en forma de prácticas en instituciones, entidades o empresas con las que la Facultad de Filosofía y Letras mantiene una vinculación más estrecha y continua durante el curso académico. Es el caso, por citar algunos ejemplos, de SOLO Contemporary o el Círculo de Bellas Artes de Madrid. Asimismo, a los 54 créditos de prácticas se unirá el Trabajo Fin de Grado (6 créditos ECTS).

Con relación a la internacionalización antes comentada, los alumnos que finalizan el grado tienen la opción de realizar prácticas ERASMUS+ Prácticas en algún país extranjero hasta un máximo de un año después de haber

¹⁰ En la página web de la Oficina de Prácticas Externas de la Universidad Autónoma de Madrid, se puede consultar una tabla con los datos de los convenios de colaboración firmados con otras instituciones/entidades a nivel nacional e internacional: <https://www.uam.es/uam/oficina-practicas-externas/practicas>

¹¹ Para una información más precisa sobre las prácticas externas, así como de otros indicadores, puede consultarse cada una de las titulaciones en la siguiente página web: <https://datapublic.uam.es/open/dashboard/Dashboard.action?selectedScope=ACA01&selectedUnit=TIT.2500657&selectedTemporal=30%2F06%2F2024&selectedIndicator=NULL>

¹² Según la normativa, los estudiantes que hayan superado la mitad de los créditos de su titulación pueden comenzar sus prácticas si así lo desean, aplicándose también a aquellos que estén cursado tercero con todo superado. La norma puede consultarse a través de: <https://www.uam.es/uam/oficina-practicas-externas/practicas/normativa>

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General	Página	117/279
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765		



conseguido la titulación, las cuales se deben gestionar a través del Servicio de Relaciones Internacionales y Movilidad (SERIM) de la Universidad Autónoma de Madrid. Esto reforzará la formación de los estudiantes del *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* dado el carácter globalizador de estas últimas, como se ha adelantado.

BIBLIOGRAFÍA

- ff) Bustamante Ramírez, Enrique. 2024. Las industrias culturales y creativas. En *Manual Atalaya. Apoyo a la Gestión Cultural*. Editado por Salvador Catalán Romero, Antonio Javier González Rueda y Luis Ben Andrés. Cádiz: Junta de Andalucía.
- gg) Guerrero Panal, Gerardo, y Clemente Navarro Yáñez. 2012. Industrias culturales en ciudades españolas. Un primer acercamiento. *Revista de Estudios Regionales* 94: 71-103.
- hh) Lebrún Aspíllaga, Ana María. 2014. Industrias culturales, creativas y de contenidos. *Consensus* 19 (2): 45-57.
- ii) Martín Barbero, Jesús. 2010. Políticas de interculturalidad. *Oficios Terrestres* 18: 102-114.
- jj) UNESCO. 2010. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

3. PERFIL DE INGRESO

Perfil de ingreso recomendado, que debe hacerse público antes del inicio de cada curso

Breve descripción de las capacidades, conocimientos previos, lenguas a utilizar en el proceso formativo y el nivel exigido en las mismas, etc. que en general se consideran adecuadas para quienes vayan a comenzar estos estudios. Si el Máster contempla perfiles de ingreso adicionales, distintos del recomendado, se deben especificar los complementos de formación que deben cursar los estudiantes de cada uno de estos otros perfiles. Los complementos de formación deben ser coherentes con los criterios de admisión.

Los estudiantes que quieran acceder al *Grado en Comunicación e Industrias Culturales* deberán haber cursado, con la PAU aprobada, los siguientes bachilleratos según La Ley Orgánica de Modificación de la Ley Orgánica de Educación (LOMLOE), cuyos perfiles se adaptan perfectamente a los objetivos formulados y a las futuras perspectivas de empleabilidad:

- kk) Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales. Orientado a aquellos interesados en historia, lengua, literatura, geografía, filosofía, economía o sociología.
- ll) Bachillerato de Artes. Ofrece dos vías, una en Música y Artes Escénicas y otra en Artes Plásticas, Imagen y Diseño. Está enfocado a alumnos con aptitudes artísticas que puedan optar por materias como Historia, Lengua y Literatura, Historia del Arte, Música, Filosofía, Cultura Audiovisual, Fotografía o Teatro. De esta forma, y dado el carácter formativo del grado ofertado, este último podría dar una mayor respuesta a la demanda de estos estudiantes y ampliar, por consiguiente, sus perspectivas laborales.
- mm) Bachillerato General. Se trata de una opción más flexible y permite a los alumnos cursar materias de diferentes modalidades y adquirir conocimientos de distintas áreas. Entre dichas asignaturas, que avalarían estos últimos para ingresar a esta nueva titulación, se encuentran Lengua y Literatura, Matemáticas, Historia, Historia del Arte, Música, Filosofía, Fotografía o Teatro.
- nn) Bachillerato Internacional. Con una formación integral y rigurosa, el perfil de los estudiantes que hayan realizado este bachillerato les permite también ingresar a este nuevo grado, ya que muchas de las asignaturas cursadas son comunes a los bachilleratos anteriores.

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	118/279



Otras vías de acceso serían los Ciclos Formativos de Grado Superior vinculados con la producción de audiovisuales y espectáculos, marketing y publicidad, animación sociocultural... Además, los estudiantes deben mostrar un interés por los medios de comunicación, la cultura en sus diferentes manifestaciones y los procesos creativos, narrativos o mediáticos. En cuanto a sus habilidades, es recomendable tener una buena capacidad de expresión oral y escrita en su propia lengua y en otras, especialmente inglés, así como para trabajar en equipo, comunicarse con otras personas, estar familiarizado con las nuevas tecnologías y redes sociales y poseer un pensamiento crítico y analítico. Al mismo tiempo, deben de tener una cierta sensibilidad hacia los procesos sociales, históricos y culturales que configuran las señas de identidad de una sociedad.

4. PLAN DE ESTUDIOS

Ámbito de conocimiento	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
-------------------------------	---

Distribución de créditos:

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica	60
Obligatorias	120
Optativas	54
Trabajo Fin de Grado	6
Total	240

Estructura del plan: incluir una tabla por curso indicando: módulo, materia, asignatura, carácter, créditos y semestre, así como la optatividad y, si existen, menciones/itinerarios/intensificaciones curriculares (indicando nº de créditos obligatorios por mención/itinerario) o especialidad, en el caso de Máster

*Asignatura de nueva creación

PRIMER CURSO (indicar el grado de detalle que sea posible)					
Módulo	Materia	Asignatura	Carácter	Créditos	Semestre
Disciplinas Afines	Antropología y Mundo Empresarial	*Antropología de los Mundos Contemporáneos	OB	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Comunicación	*Comunicación Escrita en Lengua Española en Contextos Culturales I	FB	6	1

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	119/279



Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Comunicación	Teoría de la Comunicación y de la Información (17351)	FB	6	1
Disciplinas Afines	Historia e Historia del Arte	Arte y Sociedad (16869)	FB	6	1
Disciplinas Afines	Literatura y Edición	*Literatura y Cultura. Estudios Culturales Comparados	FB	6	1
Disciplinas Afines	Historia e Historia del Arte	*Historia de los Medios de Comunicación	FB	6	2
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Comunicación	*Comunicación Escrita en Lengua Española en Contextos Culturales II	FB	6	2
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Cultura y Estudios Filosóficos	Teoría de la Cultura (18371)	OB	6	2
Disciplinas Afines	la Información y la Comunicación	Lenguajes Audiovisuales (17476)	FB	6	2
Disciplinas Afines	Musicología	Música y Fenómenos Culturales Contemporáneos (19308)	OB	6	2

SEGUNDO CURSO (indicar el grado de detalle que sea posible)

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter	Créditos	Semestre
Entidades Culturales	Comunicación y Difusión Cultural	*Comunicación Especializada para las Industrias Culturales	FB	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Comunicación	*Comunicación Oral en Lengua Española	FB	6	1
Disciplinas Afines	Literatura y Edición	Literaturas Europeas (17236)	OB	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Cultura y Estudios Filosóficos	Creación, Industria y Cultura de Masas (19227)	OB	6	1

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	120/279



Disciplinas Afines	Tecnologías de la Información y la Comunicación	*Herramientas para la Creación de Narrativas Digitales, Audiovisuales y Transmedia	OB	6	1
Entidades Culturales	Comunicación y Difusión Cultural	*Divulgación Cultural en Lengua Española	OB	6	2
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	Historia y Teoría del Museo (19237)	OB	6	2
Entidades Culturales	Producción, Desarrollo y Gestión de Proyectos Culturales	*Literaturas Hispánicas y Mercado Editorial	OB	6	2
Disciplinas Afines	Musicología	Música y Medios de Comunicación (19310)	FB	6	2
Disciplinas Afines	Antropología y Mundo Empresarial	*Economía de las Industrias Culturales	OB	6	2

TERCER CURSO (indicar el grado de detalle que sea posible)					
Módulo	Materia	Asignatura	Carácter	Créditos	Semestre
Entidades Culturales	Diseño y Planificación de Actividades y Proyectos Culturales	Crítica Artística y Gestión Cultural (18360)	OB	6	1
Disciplinas Afines	Literatura y Edición	Formas y Géneros Teatrales (19307)	OB	6	1
Entidades Culturales	Producción, Desarrollo y Gestión del Proyecto Cultural	Gestión y Producción Musical (17603)	OB	6	1
Disciplinas Afines	Tecnologías de la Información y la Comunicación	*Industrias Culturales y Tecnologías Lingüísticas	OB	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión	Comunicación	El Español en el Mundo (19184)	OB	6	1

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	121/279



Cultural					
Entidades Culturales	Comunicación y Difusión Cultural	*Consultoría de Comunicación en Lengua Española	OB	6	2
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	Conservación de Bienes Culturales (17188)	OB	6	2
Disciplinas Afines	Literatura y Edición	Edición Literaria y Nuevas Tecnologías (17579)	OB	6	2
Entidades Culturales	Producción, Desarrollo y Gestión de Proyectos Culturales	*Administración y Gestión Cultural	OB	6	2
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Comunicación	*Retórica y Oratoria Clásicas para la Comunicación	OB	6	2

CUARTO CURSO (indicar el grado de detalle que sea posible)					
Módulo	Materia	Asignatura	Carácter	Créditos	Semestre
Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	TFG	6	Anual
Disciplinas Afines	Antropología y Mundo Empresarial	Antropología Social y Cultural (18324)	OP	6	1
Disciplinas Afines	Antropología y Mundo Empresarial	Antropología del Arte (19883)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Cultura y Estudios Filosóficos	Teoría de la Sociedad (18991)	OP	6	1
Entidades Culturales	Comunicación y Difusión Cultural	Comunicación Intercultural (17352)	OP	6	1

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	122/279



Disciplinas Afines	Musicología	Música y Sociedad (17705)	OP	6	1
Disciplinas Afines	Musicología	Historia de la Danza y el Ballet (17605)	OP	6	1
Disciplinas Afines	Historia e Historia del Arte	Historia y Teoría de la Fotografía (19234)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	Ciudades, Urbanismo y Patrimonio en la Edad Moderna (17197)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	Mercado del Arte, Catalogación y Coleccionismo (19244)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	Gestión Cultural y del Patrimonio Artístico (19246)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	Museología y Patrimonio (20044)	OP	6	1
Disciplinas Afines	Historia e Historia del Arte	Historia y Género (20175)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	la Comunicación	Discursos e Imágenes de la Alteridad (19250)	OP	6	1
Entidades Culturales	Producción, Desarrollo y Gestión de Proyectos Culturales	Prácticas Artísticas y Audiovisuales de la Actualidad (19252)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	la Cultura y Estudios Filosóficos	Poder y Representación (19254)	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación	la Comunicación		OP	6	1

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	123/279



Comunicación y la Gestión Cultural		*Análisis del Discurso en la Comunicación Cultural			
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	*El patrimonio textual y discursivo como fundamentación cultural de las sociedades	OP	6	1
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Cultura y Estudios Filosóficos	Filosofía Política Contemporánea (18352)	OP	6	2
Disciplinas Afines	Musicología	Iconografía Musical (19048)	OP	6	2
Disciplinas Afines	Musicología	Dramaturgia del Teatro Musical (19314)	OP	6	2
Entidades Culturales	Diseño y Planificación de Actividades y Proyectos Culturales	Literatura, Cine y Medios de Comunicación (17448)	OP	6	2
Disciplinas Afines	Historia e Historia del Arte	Historia y Teoría del Cine (19240)	OP	6	2
Entidades Culturales	Diseño y Planificación de Actividades y Proyectos Culturales	Musealización y Restauración de Sitios y Monumentos (19245)	OP	6	2
Entidades Culturales	Diseño y Planificación de Actividades y Proyectos Culturales	Museografía y Comisariado de Exposiciones (19247)	OP	6	2
Disciplinas Afines	Historia e Historia del Arte	Arte y Género (19249)	OP	6	2
Fundamentos de la Comunicación y la Gestión Cultural	Cultura y Estudios Filosóficos	Conceptos y Problemas de la Cultura Visual (19251)	OP	6	2
Disciplinas Afines	Historia e Historia del Arte	Arte, Ciencia y Cultura Visual (19255)	OP	6	2
Entidades Culturales	Comunicación y Difusión Cultural	*Comunicación Multimodal y Aplicaciones de Ciencia Ciudadana	OP	6	2

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	124/279



Disciplinas Afines	Literatura y Edición	*Literatura, Música y Sociedad en el Contexto Español y Latinoamericano	OP	6	2
Fundamentos de Comunicación y la Gestión Cultural	Patrimonio	*Gestión del Patrimonio Bibliográfico: Teoría y Práctica	OP	6	2
Disciplinas Afines	Literatura y Edición	*Teatro y Artes Escénicas en la Cultura Hispánica	OP	6	2
Fundamentos de Comunicación y la Gestión Cultural	Prácticas Externas	*Prácticas Externas	OP	12	1 o 2
Fundamentos de Comunicación y la Gestión Cultural	Prácticas Externas	*Prácticas Externas	OP	6	1 o 2
Fundamentos de Comunicación y la Gestión Cultural	Prácticas Externas	*Prácticas Externas en mención dual	OP	54	Anual

OBSERVACIONES

El plan consta de 240 créditos: 60 créditos de formación básica y 120 créditos obligatorios. En cuarto curso los estudiantes podrán elegir una de las siguientes opciones:

OPCIÓN 1: los estudiantes deberán elegir 5 asignaturas optativas del primer semestre y 4 asignaturas optativas del segundo semestre, haciendo así un total de 54 créditos ECTS, y el Trabajo Fin de Grado, de 6 créditos ECTS. Entre estas asignaturas optativas se encuentran la Prácticas Externas que pueden realizarse en cualquier semestre de 4º curso hasta un máximo de 12 créditos ECTS (Prácticas Curriculares de 6 o 12 créditos ECTS), equivalentes a 1 o 2 asignaturas optativas.

OPCIÓN 2: en función del número de créditos superados y del expediente académico, los alumnos de 4º curso también podrán optar por matricularse en la mención "Formación dual en empresa o institución", en la que realizarán, durante todo el año académico, 54 créditos ECTS de carácter optativo en forma de prácticas curriculares, así como el Trabajo Fin de Grado de 6 créditos ECTS.

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	125/279



OBSERVACIONES SOBRE CRÉDITOS OPTATIVOS:

Es posible una elección de optativas totalmente abierta, pero respetando el número de asignaturas por semestre.

OFERTA COMPLEMENTARIA PARA OBTENER CRÉDITOS OPTATIVOS ↗	MÁXIMO CRÉDITOS
Asignaturas de otros grados de la rama de Artes y Humanidades y de Ciencias Sociales y Jurídicas	12
Asignaturas transversales	6
Actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación	15
Máximo por todas las vías anteriores	18

REQUISITOS DE ASIGNATURAS:

El TFG se cursará en 4º curso y, para matricularse, los/las estudiantes deberán tener superados 168 créditos. Para poder acceder a las prácticas externas, es necesario contar previamente con 120 créditos.

5. PERSONAL ACADÉMICO

- Número total de personal académico a tiempo completo y porcentaje de dedicación al Título.*
- Número total de personal académico a tiempo parcial y horas/semanas de dedicación al Título.*

La implantación de este nuevo grado no supone un incremento de las necesidades de profesorado para ninguno de los departamentos implicados en su docencia. Cabe reiterar, como ya se ha hecho alusión en otros apartados de este mismo documento, que la estructura central del grado se conforma con asignaturas ya existentes y que se ofertan actualmente en los Grados en Historia del Arte, Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación, Historia y Ciencias de la Música y Tecnología Musical, Filosofía, Antropología Social y Cultural, Estudios Ingleses o Estudios Internacionales. Para completar la oferta académica y otorgarle la coherencia deseada al plan de estudios, está prevista la creación de un total de 15 asignaturas nuevas de formación básica u obligatorias. A su vez, también se incorporan al catálogo varias asignaturas optativas de nueva creación, pero estas solo se activarán si hay suficiente capacidad docente. Por ello, lo que se garantiza plenamente es que las 15 nuevas asignaturas que tienen carácter de obligatorias y formación básica pueden ser asumidas por los departamentos concernidos.

En este sentido, el departamento de Filología Española ha perdido recientemente dos grupos de docencia a raíz de una modificación de otra titulación de la Facultad, circunstancia análoga a la del departamento de Historia Contemporánea, en su caso por la modificación del Grado en Turismo. Esta mengua permite, por consiguiente, asumir nueva carga a estos dos departamentos, mientras que tampoco presenta problema la nueva docencia que se asigne al Departamento de Filología Clásica, al Departamento de Antropología Social y Pensamiento Filosófico Español o al área de lingüística del Departamento de Lingüística General, Lógica y Filosofía de la Ciencia, Lenguas Modernas, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada y Estudios de Asia Oriental. Los departamentos antedichos se ocuparán de 14 de las 15 nuevas asignaturas. Una de estas últimas será impartida por el Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	126/279



Por tanto, se trata de una planificación realista, pudiendo asumirse la docencia desde el curso de inicio y el consiguiente despliegue año a año, sin efectos negativos para el resto de las titulaciones de la Facultad de Filosofía y Letras. La estimación de la distribución del personal académico, en función de los apartados a y b de este punto, es la que se puede observar en la tabla que se presenta a continuación:

Departamento	Área(s)	Personal TC	% dedicación TC al Grado en Comunicación e industrias culturales	Personal TP	Horas/sema / semestre dedicación T al Grado en Comunicación e industrias culturales
Filología Española	todas	38	7,2%	2	-
Música	Música	8	15.6%	8	8
Lingüística General, Lógica y Filosofía de la Ciencia, Lenguas Modernas, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada y Estudios de Asia Oriental.	Lingüística general, Comunicación audiovisual y publicidad y Teoría de la literatura comparada	16	14%	1	-
Historia y Teoría del Arte	-	32	11,7%	5	3
Antropología Social y Pensamiento Filosófico Español	Antropología Social	11	4,5%	2	4
Filología clásica	todas	22	1,2%	-	-
Historia Contemporánea	Historia Contemporánea	22	2,2%	-	-
Prehistoria y Arqueología	Arqueología	13	1,9%	-	-

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General	Página	127/279
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765		



Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo	-	20	1,3%	14	-
--	---	----	------	----	---

6. IMPLANTACIÓN

Cronograma de implantación del título						
Curso de inicio:	2026-2027					
Cronograma (si procede):	2º curso	2027-2028	3º curso	2028-2029	4º curso	2029-2030

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	586B-756E-6B4CP4655-6765	Fecha	22/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=586B-756E-6B4CP4655-6765	Página	128/279

