



CONVENIO ESPECÍFICO ENTRE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED) Y LA FUNDACIÓN ALTERNATIVAS, PARA LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN PERMANENTE.

De una parte D. Juan Antonio Gimeno Ullastres, Rector Magnífico de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, en adelante UNED y de otra D. Carlos Carnero González, Director Gerente de la Fundación Alternativas,

INTERVIENEN

El primero, en nombre y representación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), de conformidad a lo establecido en el artículo 99 de sus Estatutos, (R.D. 1239/2011 de 8 de septiembre (BOE nº 228 de 22 de septiembre), y del R.D. 1054/2009 de nombramiento, de 29 de junio de 2009 (BOE de 30 de junio).

El segundo, en nombre y representación de la Fundación Alternativas, en virtud de escritura de poder nº 141, de tres de febrero de 2012, ante el Notario del Ilustre Colegio de Madrid D. Antonio Crespo Monerri,

En el carácter con que intervienen se reconocen ambos capacidad jurídica para formalizar el presente Convenio.

EXPONEN

PRIMERO: Que la Universidad Nacional de Educación a Distancia, es una institución de derecho público, dotada de personalidad y plena autonomía (art. 1º de los Estatutos). Entre sus funciones generales, la UNED tiene la correspondiente a la preparación para el ejercicio de actividades profesionales que exijan la aplicación de conocimientos y métodos científicos, así como, el apoyo científico y técnico al desarrollo cultural, social y económico, tanto estatal como de las Comunidades Autónomas (art. 1.2 de la Ley Orgánica de Universidades, de 21 de diciembre), finalidad que la UNED recoge y especifica en el artículo 4 b y c de sus Estatutos aprobados por R.D. 1239/2011 de 8 de septiembre (BOE nº 228 de 22 de septiembre), Para el cumplimiento de dicha finalidad, la docencia de la UNED comprende cursos de Formación Permanente que pueden ser objeto de certificación o diploma, para cuya implantación la UNED puede firmar convenios específicos con otras instituciones u organismos interesados en su establecimiento (art. 245 y en relación al art. 99.1.o. de los Estatutos de la UNED), lo que constituye el marco legal de suscripción del presente Convenio



SEGUNDO: Que la Fundación Alternativas es una Institución de derecho privado, creada con el fin de elaborar y desarrollar el pensamiento y la cultura desde posiciones progresistas en España y Europa y comprende los siguientes temas:

1. Ser un ámbito de elaboración de propuestas sobre los problemas que afectan a los ciudadanos.
2. La promoción de encuentros, seminarios o debates públicos sobre cualquier tema de interés social, cultural o político.
3. Contribuir a tomar la iniciativa teórica y cultural progresista en el seno de la sociedad española.
4. Participar en el debate de ideas a nivel europeo en colaboración con entidades similares existentes en dicho ámbito.
5. Establecer puentes de diálogo y colaboración entre diferentes ideas y tendencias progresistas.
6. Elaborar estudios, documentos, libros y alternativas sobre temas generales o sectoriales.

TERCERO: Dentro de la competencia de ambas partes, se formaliza el presente Convenio Específico con base a las siguientes:

ESTIPULACIONES

PRIMERA: Este Convenio tiene por objeto concretar y desarrollar el Convenio Marco suscrito el 30 de abril de 2013.

SEGUNDA: La UNED y la Fundación Alternativas organizarán de forma conjunta el “Programa Modular de Estudios de Industrias Culturales y Creativas” de Formación Permanente de la UNED:

- “Máster en Gestión de Industrias Culturales y Creativas”
60 ECTS – 60 €/crédito
1500 horas.
Dirigido por Javier Callejo Gallego del Departamento de Sociología I, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.
Dirección Adjunta de Enrique Bustamante, desde Fundación Alternativas.
Fecha de inicio: 2 de diciembre de 2013 y fecha de finalización: 30 de septiembre de 2014.
- “Diploma de Especialización en Industrias Culturales y Creativas”
30 ECTS – 60€/crédito
Dirigido por Javier Callejo Gallego del Departamento de Sociología I, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.
Dirección Adjunta de Enrique Bustamante, desde Fundación Alternativas.
Fecha de inicio: 2 de diciembre de 2013 y fecha de finalización: 30 de abril de 2014.



TERCERA: Obligaciones de las partes

Por parte de la Fundación Alternativas:

- a) Colaborar en la organización y gestión de los cursos, específicamente en su lanzamiento y difusión.
- b) Realizará la selección de los alumnos, según las indicaciones acordadas con la dirección de cada curso, siempre con pleno cumplimiento de la normativa de Formación Permanente de la UNED.
- c) Suministrar y gestión del pago de los materiales obligatorios a los alumnos del curso.

Por su parte la UNED, además de dirigir a través del Departamento de Sociología I de la UNED la actividad docente y pedagógica, se compromete a:

- a) Poner a disposición del programa conjuntamente desarrollado, la infraestructura y los medios técnicos, materiales y humanos necesarios para el buen funcionamiento de los cursos.
- b) Se encargará de las labores administrativas necesarias para la confección de las actas y la expedición de los Diplomas y Certificados.

CUARTA: Las Partes se obligan al cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal, del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal y demás normativa aplicable en materia de protección de datos obligan al cumplimiento de la ley.

A estos efectos, las entidades firmantes del Convenio tendrán la consideración de responsables de los ficheros propios en los que se incorporen datos de carácter personal respectivamente recabados de los alumnos que se matriculen en las enseñanzas que se diseñen a consecuencia de este convenio. El acceso a los datos por parte de una de las entidades al fichero de la otra parte, se realizará con la condición de encargado de tratamiento, única y exclusivamente con la finalidad derivada de la realización de los cursos correspondientes. Los datos de carácter personal no serán cedidos ni comunicados a terceros, salvo cuando se cedan a encargados de tratamiento legitimados o cuando se cedan a otras Administraciones Públicas conforme a lo previsto legalmente.

En cumplimiento del art. 12.2 párrafo 2, de la LO 15/1999, de Protección de Datos de carácter personal, las entidades firmantes están obligadas a implantar medidas técnicas y organizativas necesarias que garanticen la seguridad e integridad de los datos de carácter personal y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado.



En cumplimiento del art. 12.3 de la Lo 15/1999, de Protección de datos de carácter personal, una vez cumplida la prestación contractual, los datos de carácter personal, deberán ser distribuidos o devueltos al responsable del tratamiento, al igual que cualquier soporte o documento en que conste algún dato de carácter personal objeto de tratamiento.

Las entidades firmantes del Convenio quedan exoneradas de cualquier responsabilidad que se pudiera generar por incumplimiento de las obligaciones anteriores efectuada por cualquiera otra parte. En caso de quebrantamiento de las obligaciones asumidas, la entidad que las hubiera quebrantado responderá de las infracciones en que hubiera incurrido.

Asimismo, todo el personal de la Fundación Alternativas que participe en el desarrollo de este convenio, no tendrá ninguna relación laboral o funcionarial con la UNED, siendo personal exclusivamente de aquélla.

QUINTA: El régimen económico de los Cursos amparados por el presente Convenio se regirá, en todo caso, por la normativa vigente para la Formación Permanente de la UNED en el momento de la convocatoria de cada Curso.

SEXTA: La Fundación Alternativas mantendrá una colaboración exclusiva con la UNED en los Cursos que, con la metodología propia de la enseñanza a distancia, se desarrollen al amparo de este Convenio.

SÉPTIMA: Se creará una Comisión Mixta de seguimiento con cuatro miembros, dos representantes la UNED y dos de la Fundación Alternativas.

La Comisión Mixta estará presidida por el Rector de la UNED, o persona en quien delegue y elegirá de entre sus miembros al Secretario de la misma, que actuará con voz y voto.

Será requisito para su constitución la presencia del Presidente y Secretario de la misma.

Los acuerdos de la Comisión deberán adoptarse por mayoría, en caso de empate el Presidente de la Comisión actuará con voto dirimente.

Esta Comisión tendrá como misión velar por el cumplimiento y buen funcionamiento de todos los extremos recogidos en el presente Convenio.



OCTAVA: Este Convenio posee naturaleza administrativa y está expresamente excluido del ámbito de aplicación del texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, RDL 3/2011, de 14 de noviembre, (BOE de 16 de noviembre de 2011), según lo señalado en su art. 4.1.d. Asimismo, serán de aplicación los principios de esta Ley para resolver las dudas y lagunas que pudieran presentarse (art. 4.2 LCSP).

En caso de litigio sobre su interpretación y aplicación, serán los Juzgados y Tribunales del orden jurisdiccional de lo Contencioso Administrativo, de conformidad con el art. 8.3 de la LRJ-PAC, los únicos competentes.

NOVENA: El presente Convenio tendrá una vigencia de un año desde el momento de su firma, prorrogable tácitamente por ambas partes por el mismo período, salvo denuncia expresa de alguna de las partes, efectuada, en todo caso, con una antelación mínima de dos meses a la fecha de finalización del mismo. En tal caso, se mantendrán hasta su finalización con los Cursos iniciados en el momento de la denuncia.

En prueba de conformidad, firman ambas partes el presente Convenio, por duplicado y a un solo efecto, en Madrid, a **xx** de **xxxxx** de **xxxx**.

Por la UNED

Por la Fundación Alternativas

Fdo.: Juan A. Gimeno Ullastres

Fdo.: Carlos Carnero González



MEMORIA ACADÉMICA

Nombre de la titulación:

Programa Modular en Estudios de Industrias Culturales y Creativas, que componen las siguientes titulaciones:

Máster en gestión de Industrias Culturales y Creativas.

Diploma de Especialista Universitario en Industrias Culturales y Creativas

Curso: 2013/2014

Departamento: Sociología I

Facultad: Ciencias Políticas y Sociología

1. Destinatarios:

El ascenso de las Industrias Culturales y Creativas en la economía y el empleo de las sociedades desarrolladas ha puesto de relieve la importancia de una profesionalización de su gestión, basada en el conocimiento profundo de sus especificidades. La demanda de gestores culturales, especialmente en las Industrias Culturales y Creativas ha revelado la necesidad de una formación multidisciplinar, encrucijada de saberes económicos, jurídicos y comunicativos, pero también artísticos, sociológicos y hasta antropológicos.

Este Master está destinado, en consecuencia, a los universitarios y profesionales de orígenes muy diversos en las humanidades y las ciencias sociales que deseen adquirir un saber hacer básico y aplicado a la realidad de la gestión de las Industrias Culturales y Creativas en todas sus manifestaciones: a licenciados y graduados en historia del arte, comunicación, economía, empresariales, sociología, marketing, educación, y otras carreras afines. Y a los profesionales de alguna de las ramas de la cultura que quieran adquirir una visión integral de la gestión y el lanzamiento de proyectos culturales, y global de la promoción y la proyección de productos y servicios culturales en el exterior.

Requerimientos de acceso: Ser graduado o licenciado, o equivalente, en cualquier Universidad española, europea o americana; Excepcionalmente, y previa acreditación del curriculum, profesional con cinco años de experiencia en la gestión cultural, especialmente diplomado.

2. Presentación y Objetivos

La Cultura y las Industrias Culturales se han convertido en las últimas décadas, sin dejar nunca de jugar un papel clave en la formación y la participación democrática de los ciudadanos, en un sector de enorme importancia en su facturación y su creación de empleo. En España, las cuentas satélite del Ministerio de Cultura estimaban en, 3.2% del PIB. En la Unión Europea de los 27, un estudio de 2006, valoraba la economía cultural en un 4% del PIB

En el Siglo XXI, se ha abierto paso además una perspectiva de la cultura expandida a las Industrias Creativas que, según documentos de relevantes organismos internacionales (ONU-UNCTAD, Comisión Europea) adquiere un papel de locomotora de los restantes sectores económicos: el diseño en todas sus formas, la



creatividad publicitaria, la arquitectura, el multimedia... que en la Era Digital adquieren un protagonismo capital en la sociedad del conocimiento.

La crisis económica ha dañado ciertamente a estos sectores de actividad. Pero al mismo tiempo, han acrecentado su valor como refugio y motor de salida de la crisis. En palabras del Comisario europeo de Educación y Cultura, Europa sólo saldrá de la crisis gracias a su cultura. El Programa "Europa Creativa", lanzado por la U.E. para el período 2014-2020 sintetiza la importancia estratégica atribuida a estos procesos creativos de la mente humana.

Pero cuarenta años de estudio sobre la Cultura, las Industrias Culturales y Creativas demuestran su singularidad, irreductible a los principios de la economía y la gestión general de empresas e instituciones. Y no sólo por su inexcusable cara democrática, sino también por las especificidades de la creación, de su gestión y distribución, de su consumo y valores, que hacen fracasar con frecuencia a los gestores más veteranos pero sin experiencia en ellas. Y la transformación generada en la oferta y el consumo por las redes y los soportes digitales obliga a una mayor profesionalización todavía, basada en los nuevos modelos de negocio digitales sobre los que se asienta inevitablemente el futuro de la cultura futura.

Este curso tiene pues como objetivo:

- Aplicar el análisis, la gestión y la innovación a los estudios de las Industrias Culturales y Creativas desde una perspectiva interdisciplinar que aúna la economía con el derecho, la sociología con la teoría de la comunicación, el arte con el marketing moderno.
- Y garantizar a los alumnos competencias centrales y aplicadas en este campo:
 - o La capacidad de análisis de la realidad de las IC e ICR, de sus transformaciones y tendencias, especialmente en las redes digitales (Internet, móviles, redes sociales...).
 - o La capacidad de creación y gestión integral de empresas culturales, de diseño y lanzamiento de sus proyectos y productos, con atención especial a las empresas culturales 2.0.
 - o La capacidad de conocer y aprovechar todos los programas de apoyo a la cultura y la cultura digital (estado español, Comunidades Autónomas, Unión Europea, Iberoamérica...).
 - o La capacidad de una visión completa y profundizada de los principales sectores de la cultura industrializada, de sus estructuras y agentes principales.
 - o El saber hacer de consultoría y estudio de casos, de análisis de buenas prácticas en la creación cultural y en sus modelos de negocio.
 - o La capacidad de modelización y prospección de los cambios suscitados por las redes digitales, y de la gestión de tales desafíos en empresas y servicios culturales.

3. Contenido

Los contenidos del Master están planificados de forma modular, atendiendo, primero, a las perspectivas transversales y multidisciplinares imprescindibles para toda empresa y proyecto cultural; para posteriormente, profundizar en cada uno de los grandes sectores de actividad de las IC e ICR y sus singularidades. Esta aproximación privilegia siempre el estudio de la realidad económica y social, española e internacional, y se fija en estudios de caso que permitan una aplicación práctica de aprendizaje profesional efectivo. Su valoración en créditos está regida



por el peso relativo de cada temática en el aprendizaje. Los cinco primeros módulos otorgan el título de especialista. Los 11 módulos otorgan el título de Master.

PROGRAMA

1.- Las Industrias Culturales y Creativas: Motor de una nueva economía del conocimiento (5 ECTS)

Definiciones, historia, sectores y ramas. Diversidad y economía. Evaluación económica y del empleo. Bibliografía internacional y fuentes.

2.- La demanda cultural: Entre la sociedad y el mercado. (4 ECTS)

Concepto, demanda y consumo. Audiencia y recepción. Mediciones y fuentes. Modelos de consumo cultural: ventajas y limitaciones.

3.-La gestión específica de la empresa cultural: De la creación de empresas y proyectos a la nueva financiación (4 ECTS)

Creación y gestión de empresas culturales. Gestión de proyectos. Contabilidad. Fiscalidad. Modelos y fuentes de financiación. Las empresas culturales 2.0

4.-Derecho de la Cultura: Regulación y programas de apoyo a la Cultura (4 ECTS)

Regulación jurídica: Especificidad de la Cultura. Políticas públicas nacionales, regionales, europeas. Ayudas nacionales e internacionales.

5.-Marketing, Publicidad y promoción: (4 ECTS)

Creación, gestión, planificación de campañas. Lanzamiento de productos. Promoción en las redes digitales. Estudios de caso. La publicidad interactiva y viral en Internet y las redes sociales.

6.-Exportación y cooperación cultural. (4 ECTS)

Proyección internacional. Promoción, distribución y comercialización exterior de la cultura. Programas y ayudas a la cooperación cultural.

7.-Las artes escénicas: (3 ECTS)

Teatro, danza, ópera. Evaluación económica. Estructura, agentes, La transformación digital.

8.-Las artes visuales: (3 ECTS)

Galerías, exposiciones, ferias, museos. Evaluación económica. Estructura. Posibilidades digitales y de las redes sociales.

9.-Las Industrias Musicales (3 ECTS)

Del concierto a la industria fonográfica. Estructura y agentes internacionales y en España. Modelos y estrategias de la música digital.

10.-Las Industrias Editoriales: (4 ECTS)

Edición de libros y revistas. Las revistas culturales. Estructura y agentes. Modelos y estrategias para la edición digital.

11.-Las Industrias Audiovisuales (4 ECTS).

Del cine a la producción audiovisual y el Video On demand. Estructura y agentes. Estrategias y mercados para el audiovisual digital.

12.-Las Industrias Creativas y el entorno digital (3 ECTS)



Del diseño y la creatividad publicitaria al videojuego y el multimedia. Redes sociales y cultura. La creatividad y el diseño en red. Educación en comunidad.

4. Metodología y Actividades

La metodología del curso está pensada para maximizar las ventajas de la enseñanza on line, a partir de la plataforma virtual que la UNED ha puesto en práctica después de años de experiencia de enseñanza a distancia.

La flexibilidad del trabajo del alumno se combina así con los recursos multimedia para potenciar la interacción entre alumnos y profesores y motivar al máximo su participación personal y su trabajo en equipo.

Se utilizan materiales audiovisuales (videoconferencias, foros simultáneos, webinars, vídeos) con textos en papel y en formato digital (apuntes por módulo, libros, informes, anuarios), con herramientas digitales como la tutoría on line o el chat, recursos Web y el uso de las redes sociales.

Se insertan conferencias de expertos profesionales de cada actividad o sector estudiado en cada módulo, con visiones aplicadas a la industria.

Se programan además actividades presenciales opcionales (transmitidas en streaming para quienes no puedan asistir) en forma de 4-5 Workshop, con expertos renombrados y directivos empresariales y públicos destacados del sector).

Las prácticas tuteladas en empresas de IC e ICR, complementan esa aproximación práctica de los alumnos al sector cultural.

Las autoevaluaciones por módulo sirven para ir midiendo, para los profesores y los alumnos, la progresión efectiva de su aprendizaje.

Los trabajos de estudio de caso permiten desarrollar la observación práctica en proyectos y lanzamientos de productos y servicios culturales.

5. Material Didáctico Obligatorio

Apuntes básicos de cada módulo proporcionados on line por períodos de estudio (cada tres semanas). Incluyen presentación del tema, objetivos, desarrollo, bibliografía, enlaces a documentos novedosos en la Web, glosario), con una extensión de entre 25-30 folios

Libros recientes básicos para la cobertura de cada módulo.

CD de recursos especializados: Documentos de Fundación Alternativas, Informe sobre la Cultura Española, documentos básicos de cultura: Planes estratégicos españoles, documentos y programas de la U.E. y del Consejo de Europa.

Web de la Fundación Alternativas: Noticias y documentos culturales.

El trabajo de fin de Master, tutelado, permite sintetizar todos los conocimientos adquiridos en el estudio de creación de una empresa o del lanzamiento de un producto cultural.



6. Atención al Alumno

Tutorías personalizadas on line: Coordinadores de Módulo, Directores y Coordinadores generales.
Foros simultáneos (Videoconferencias), chats y webinar por módulo.
Perfiles de redes sociales
Tutorías sobre proyectos y desarrollo de estudios de caso.
Tutorías personalizadas sobre proyecto fin de Master.
Encuestas de satisfacción y calidad por módulo y final (especialista/ Master)

7. Criterios de Evaluación y Calificación

Grado de participación on line (foros, debates, chats)
Autoevaluaciones por módulo
Corrección y valoración de estudios de caso
Prácticas tuteladas y valoradas
Proyecto y valoración del trabajo fin de Master

8. Duración y Dedicación

Especialista: 30 ECTS= 750 horas de trabajo del alumno
5 Módulos = 25 ECTS = 625 horas
Estudio de caso = 5 ECTS = 125 horas

Master: 60. ECTS= 1.500 horas de trabajo del alumno
11 Módulos = 40 ECTS = 1.000 horas
Prácticas: 10 ECTS =250 horas (se convalida la experiencia profesional acreditada)
Trabajo fin de Master: 10 ECTS = 250 horas de trabajo del alumno

Duración y progresión del curso:

10 meses: 2 de diciembre 2013 a 30 de Septiembre 2014

Especialista: 5 Módulos = 16 semanas: De 2 de Diciembre a 23 de Marzo + Trabajo estudio de caso.

Master: 12 Módulos: 33 semanas (2 de Diciembre- 20 de Julio)

Prácticas: 4-8 semanas (julio-Agosto)

Culminación trabajo fin de Master: 4 semanas (Septiembre)

Inicio de curso: 2 de diciembre de 2013

Fin de curso: 30 de septiembre de 2014

9. Equipo Docente

Director: Javier Callejo Gallego (UNED)

Director Adjunto: *Enrique Bustamante (UCM)*

Profesorado Colaborador:

Enrique Bustamante (UCM)

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Es profesor universitario desde 1980 y Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid desde 1992. Vicepresidente de



AE-IC (Asociación de Investigadores en Comunicación de España (2008-). Fundador y Director de la revista de investigación en comunicación "Telos. Cuadernos de Tecnología, Comunicación y Sociedad" (FUNDESCO), desde 1985 a Abril de 1997; Coordinador general de TELOS en su nueva etapa (2001-2011). Miembro del Consejo para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado, nombrado por el Gobierno español presidido por José Luis Rodríguez Zapatero (Abril de 2004-Marzo de 2005). Condecorado por este motivo con la Gran Cruz de la Orden Civil de Alfonso X el Sabio.

Actualmente es Miembro del Consejo de Redacción, entre otras, de las siguientes revistas de investigación: *Reseaux (Paris-Londres); *Media Culture & Society (Londres); *Comunicação & Política" (Rio de Janeiro); ZER (U. País Vasco); EPTIC (Univ. de Sergipe. Brasil: WWW.eptic.he.com.br); Studies in Communication Sciences (Univ. Lugano. Suiza: WWW.scoms.ch, Dialogos (Lima. FELAFACS:www.felafacs.org, www.dialogosfelafacs.net), Pensar la Publicidad (Univ.Salamanca).

Javier Callejo (UNED)

Licenciado y doctor en Sociología, así como licenciado en Ciencias de la Información y Derecho por la Universidad Complutense. Tras su experiencia como investigador social de mercados, especializándose en el estudio de la audiencia televisiva, se dedica a la docencia entre la UNED y la Complutense. Ha sido director del Departamento de Investigación del Instituto Universitario de Educación a Distancia y del Centro de Investigaciones Sociológicas. Ha publicado más de cien artículos en revistas científicas y capítulos de libros. Actualmente es Profesor Titular de Sociología en la UNED, donde imparte las asignaturas de Técnicas de Investigación Social y de Sociología de la Comunicación en el grado de Sociología, en cuyo campo recientemente ha coordinado el libro *Adolescencia entre pantallas* (Gedisa, 2012) y en la revista *Sociedad y Comunicación* (2013). Con anterioridad: *La audiencia activa* (CIS, 1995), *Audiencias y nuevos medios* (UNED, 1999) e *Investigar las audiencias* (Paidós, 2001).

Marta Solórzano (UNED)

Licenciada y Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora Titular de Organización de Empresas de la Uned. Directora del Curso de Experto Universitario en Emprendimiento e Innovación Social de la Uned. Sus actividades docentes y de investigación se centran en el campo de la gestión financiera, comportamiento organizativo, capacidad emprendedora, emprendimiento social e innovación social. Ha publicado diversos libros y artículos sobre las materias. Ha participado y dirigido diversos proyectos de investigación europeos y nacionales. En la actualidad dirige e imparte docencia en cursos de doctorado y postgrado relacionados con sus áreas de investigación.

Julio Navío (UNED)

Ingeniero de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid, Doctor en Administración y Dirección de Empresas en la UNED y PDD del IESE. Ha desarrollado su carrera en consultoras de telecomunicación (Andersen Consulting, EDS), fabricantes (Nokia, Nokia Siemens Networks) en puestos directivos en desarrollo de negocio, marketing y estrategia, y como emprendedor. Miembro de la Junta Directiva del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT) y responsable de su grupo de Políticas Públicas y Regulación, así como vicesecretario de la Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación (AEIT). En la UNED es profesor asociado de Organización de Empresas (Economía de la Empresa) y emprendimiento.



Julio ha sido asimismo miembro de la Junta Directiva de AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica y Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España) y vicepresidente de su Comisión de Desarrollo del Mercado. Julio ha participado activamente (con la industria, los operadores y la SETSI) en los procesos de concesión de licencias de telefonía móvil (tanto GSM como UMTS) y en el impulso y despliegue de estas tecnologías tanto en España como en siete países de Latinoamérica. Participa habitualmente como ponente o chairman en multitud de foros de telecomunicaciones, con numerosos artículos publicados sobre temas tecnológicos, regulatorios y de negocio.

Patricia Corredor (Universidad Rey Juan Carlos)

Co-directora del Master de Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad del IED Madrid. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y profesora titular de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) desde 2000.

Ha trabajado como consultora en comunicación y periodista especializada en el semanario de marketing y publicidad Anuncios, como directora de contenidos de la edición digital, redactora jefe de Interactiv@ y de la revista MK Marketing + Ventas. En el área académica, ha sido profesora del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense (UCM), Universidad Pontificia de Comillas ICADE, Universidad Pontificia de Salamanca, Escuela Superior de Marketing ESIC y Escuela de Negocios CESMA. Es ponente habitual en formación de posgrado y directora de diferentes actividades académicas.

Fernando Rueda

Director del Observatorio de Cultura y Comunicación, de la Fundación Alternativas. Político, gestor cultural y experto en cooperación internacional. Coordina el Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas. Ha sido director del Centro Cultural de España en República Dominicana, director de Cultura de la Organización de Estados Iberoamericanos y editor de la Revista "Pensar Iberoamérica". Forma parte de la red de expertos en cultura para la Comisión Europea. Participa como profesor invitado en cursos de posgrado en gestión, cooperación y políticas culturales en diversas Universidades de España y de América Latina.

Alberto Fernández Torres

Nacido en Madrid, es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y experto en comunicación empresarial.

Entre 1981 y 1998, trabajó en el área de comunicación de la Asociación Empresarial de la Industria Eléctrica (UNESA), en la que fue finalmente responsable de comunicación social y relaciones internacionales. En 1998 se incorporó a la empresa eléctrica ENDESA, de la que es actualmente Director de Estrategia y Comunicación Interna.

Se ha especializado en el estudio socioeconómico del hecho teatral a través de colaboraciones en ADE-Teatro, El Público, Pípirijaina, etc., entre otras revistas, y de su participación en un elevado número de conferencias y seminarios. Ha sido miembro del Consejo de Teatro y del Comité para el Código de Buenas Prácticas en la Gestión Escénica del Instituto Nacional de Artes Escénicas y Música (INAEM) del Ministerio de Cultura. Ha sido asesor técnico del Comité de Estudios para la elaboración del Plan General del Teatro y ha colaborado en la redacción del Proyecto de Ley del Teatro de la Asociación de Directores de Escena (ADE).



Se ha centrado también en aspectos estéticos del hecho escénico como crítico teatral de El Mundo, Cambio 16, Ínsula, Reseña, etc., como profesor de Teoría e Historia del Teatro en el Master Gestión Cultural de ICCMU-SGAE-INAEM y como co-autor o coordinador de diversos libros; entre ellos: Tras la escena; Documentos sobre el Teatro Independiente; Brecht en España; Castañuela 70: Esto era España, señores; Escenarios de dos Mundos; Tábano: un zumbido que no cesa; Tres paredes para ti: los espacios escénicos en España o el estudio de los Premios Lope de Vega de 1972 y 1973.

Jorge Fernández de León

Licenciado en Filología Inglesa, con una larga trayectoria como analista de políticas culturales. Anteriormente fue viceconsejero de Promoción Cultural y Política Lingüística, Principado de Asturias, España. Asimismo, ha ocupado el cargo de director de la Agencia para el Desarrollo de la Comunicación y Proyectos Culturales del Gobierno del Principado de Asturias (2003-2007), director de Presidencia y Comunicación del Gobierno del Principado de Asturias (1999-2003), asesor de Comunicación del Ayuntamiento de Gijón (1995-1999), director de la Fundación Municipal de Cultura de Gijón (1983-1995) y director de Documentación de Presidencia del Principado de Asturias (1980-1981). Ha dirigido e impartido cursos y seminarios sobre gestión de la imagen institucional, productos y servicios públicos, comunicación y gestión cultural en numerosas instituciones españolas. Ha intervenido como profesor invitado o conferenciante en cursos y seminarios en diversos países (Méjico, Estados Unidos, Colombia, Brasil, Marruecos, Jordania, Francia, Italia, Gran Bretaña, Bélgica, Holanda, República Checa...). Es editor del libro Chillida, el elogio del horizonte (1990) y ha colaborado en varios libros en torno a las políticas culturales. Tiene pendiente la publicación del libro Nuevos centros culturales para el siglo XXI en España.

Héctor Fouce

Profesor de Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid. Director de investigación de Caravan Proyectos de cultura
Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y master en propiedad intelectual por la Universidad Autónoma de Madrid. Enseña Semiótica de la comunicación de masas y Análisis e investigación en la Universidad Complutense, colaborando además con la UOC (Universitat Oberta de Catalunya) y con el IED (Instituto Europeo de Design)
Ha sido catedrático de etnomusicología en el Conservatorio Superior de Música de Aragón. Ha impartido docencia en las universidades Complutense, Salamanca, Autónoma de Barcelona, San Pablo CEU y en la Escuela Superior de Música de Cataluña (ESMUC) y el Conservatorio Superior de Música de Salamanca. Fuera de España, en la Universidad Andrés Bello y Universidad Simón Bolívar, ambas en Caracas (Venezuela), y el INET Instituto de Etnomusicología, en Lisboa (Portugal)
Presidente de la Sociedad de Etnomusicología (SIbE) y miembro de Executive Board de IASPM (International Association for the Study of popular music). Ha escrito El futuro ya está aquí (MVelego, 2006), La música pop y rock (UOC, 2007) y Modernos, urbanos y hedonistas (Comunidad de Madrid, 2007)

Javier Celaya

Licenciado en Dirección de Empresas por Boston College, obtuvo un Master en Relaciones Internacionales por la Universidad de Columbia de Nueva York. Actualmente, es Socio-fundador del portal cultural Dosdoce.com, miembro del Observatorio de la Lectura de la Junta de Andalucía y co-director del Máster de Comunicación Corporativa e Institucional 2.0 y del Máster de Edición Digital, ambos



de la Universidad de Alcalá. Desde el año 2009 también forma parte del claustro de profesores de la escuela de negocios La Salle International Graduate School. Recientemente ha sido nombrado miembro del Comité Científico y del Consejo de Redacción de la Revista Telos, perteneciente a la Fundación Telefónica.

A lo largo de los últimos veinte años, Javier ha desarrollado su carrera profesional en diversas empresas relacionadas con el mundo de la comunicación y las nuevas tecnologías. Fue director general de la División de Desarrollo de Negocio para el Sur de Europa de Burson-Marsteller (1992-2000) y asesoró a empresas como Telefónica, Microsoft, Motorola, Northern Telecom, BellSouth, Adobe, Grupo Torras, Barclays, entre otras. En el año 2000 asumió la responsabilidad de lanzar el proyecto de comercio electrónico de la compañía Commerce One en España y Portugal. En marzo de 2004, fundó Dosdoce.com, un portal especializado en detectar y analizar tendencias relacionadas con el mundo de la comunicación y las nuevas tecnologías. Desde Dosdoce.com ha colaborado en proyectos de formación y comunicación para entidades como la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Grupo Planeta, Fundación Tápies, Alfaguara, Grupo Anaya, Gremio de Editores de Cataluña, Junta de Andalucía, Elipsis Ediciones, Punto de Lectura, Editorial El Nadir, Fundación BBK, Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, Grupo BPMO, etc. En enero de 2008 fue nombrado vicepresidente de la Asociación de Revistas Digitales de España (ARDE) y en julio de 2010 vocal de la Junta Directiva de la Asociación Española de la Economía Digital.

En marzo de 2011 obtuvo el Premio Especial RdL de Divulgación, destinado a profesionales que han hecho de la comunicación e información digital su campo de batalla.

Además, ha publicado varios libros y estudios sobre el uso de las nuevas tecnologías en la estrategia de comunicación y marketing, entre los que se encuentran: El papel de la comunicación en la promoción del libro (2005); El uso de las tecnologías Web 2.0 en entidades culturales (2006) y Tendencias Web 2.0 en el sector editorial (2007).

José María Álvarez

Catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos y Vicerrector de Armonización y Convergencia Europea. Ha sido responsable del Área Audiovisual de Fundesco, Director del Instituto Complutense de Asia, coordinador científico del Centro de Estudios de la Comunicación de la UCM y, director general de Letra Consulting. En la actualidad es director del Master de Periodismo de Televisión (URJC-RTVE); coordinador del Master Universitario de Cine, Televisión y Medios Interactivos de la URJC y director del Grupo de Investigación INFOCENT.

Entre los numerosos organismos nacionales e internacionales para los que ha realizado estudios están el Ministerio de Cultura, Fundesco, BIBE Conseil, Observatoire Européen de l'Audiovisuel, Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE), European Network for Communication & Information Perspectives, GECA, AB Asesores, EGEDA, Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas, Instituto Italiano per l'Industria Culturale, Autoriita per le Garanzie nelle Comunicazione y la Fundación Telefónica. También ha trabajado con la mayor parte de las consultoras internacionales para diferentes clientes nacionales e internacionales, y ha participado en numerosos cursos de diversas escuelas de negocio (Instituto de Empresa, Escuela de Organización Industrial, etc.).

Es autor o coautor de treinta y seis libros y más de una veintena de artículos en revistas científicas sobre temas relacionados con la economía de la comunicación y las nuevas tecnologías de la información. Entre sus obras como autor, se pueden destacar: "El futuro del audiovisual en España" (1992), "La industria cinematográfica en España" (1993), "Imágenes de pago" (1997), "Presente y futuro de la televisión digital" (1999), "El futuro del ocio en el hogar" (2004), "Alternativas

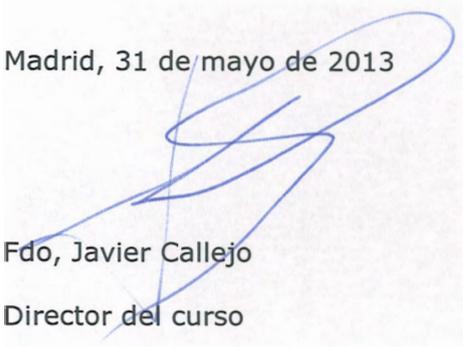


de Política Cultural" (2007) "La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios" (2011) y "Watching the Internet: The Future of TV?" (2011)

11. Matriculación
Fundación Alternativas
c/ Zurbano, 29 3º
28010 Madrid

Fundación UNED
Francisco de Rojas, 2-2º Dcha
28010 Madrid
Teléfono: +34 913867275 / 1592
Fax: +34 913867279
<http://www.fundacion.uned.es>

Madrid, 31 de mayo de 2013



Fdo, Javier Callejo
Director del curso



MEMORIA ECONÓMICA CURSO PROGRAMA MODULAS EN ESTUDIOS E INDUSTRIAS CULTURALES CREATIVAS
Curso 2013/2014.

Memoria económica del Programa Modular en Estudios de Industrias Culturales y Creativas, que componen las siguientes titulaciones:

Máster en gestión de Industrias Culturales y Creativas.

Diploma de Especialista Universitario en Industrias Culturales y Creativas

Programa para los cursos cuyo régimen económico se acoge a la normativa económica de Formación Permanente, para la convocatoria 2013/2014

ESTIMACIÓN DE INGRESOS:

Número de alumnos: 20 (7 especialista; 13 master)

Total Ingresos por matrícula: 59.400 euros

Master:	46.800Euros
Especialista:	12.600 Euros

Precio del crédito ECTS = 60 Euros

Ingresos por alumno:

Master: 3.600 Euros + 600 materiales

Especialista: 1.800 Euros + 350 materiales

Total Ingresos por material didáctico de apoyo: 10.250 Euros

Otros Ingresos (deberá especificarse la naturaleza de los mismos)

Sobre el 100% de los ingresos de matrícula por curso, se procederá al siguiente reparto de los mismos:

- Gestión	5%
- Ayudas al estudio	10%
- UNED	20%
- Fundación Alternativas	10%
- Fondos del curso	55%

Los cursos podrán incorporar al presupuesto 2013 el saldo, en su caso, correspondiente al 2012.

Presupuesto de Gasto del 55 % de los ingresos del curso perteneciente a los Fondos del curso

Importe total a disponible: 32.670 €

Cap. 2 Gastos corrientes en bienes y servicios

Contraprestaciones por tareas docentes, conforme al Art 83 de la LOU y Art 280 LCSP

- Dirección UNED 1.500 €
- Codirección 4.000 €
- Colaboradores UNED 3.000 €
- Colaboradores externos 10.000 €
- Otros (conferencistas) 3.000 €

Subtotal 21.500 €

Material suministros y otros

- Conferencias y gastos derivados 4.000 €
- Material de oficina 470 €
- Correos
- Libros, revistas
- Publicidad y propaganda 3.700 €
- Trabajos realizados por otras empresas 2.000 €
- Trabajos de imprenta

Subtotal 10,170€

Indemnizaciones por razón de servicio

- Alojamiento 300 €
- Manutención 300 €
- Locomoción 400 €

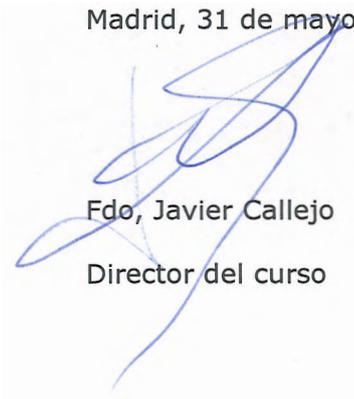
Subtotal 1.000 €

Total Cap. 2 32.670 €

Cap. 6 Inversiones reales

• Maquinaria , instalaciones y utillaje	€
• Mobiliario y enseres	€
• Material informático	€
Subtotal	€
Total Cap.6	€
TOTAL GASTO ESTIMADO	42.920 €

Madrid, 31 de mayo de 2013



Fdo, Javier Callejo
Director del curso

2013/2014

Memoria justificativa del Programa Modular en Estudios de Industrias Culturales y Creativas, que componen las siguientes titulaciones:

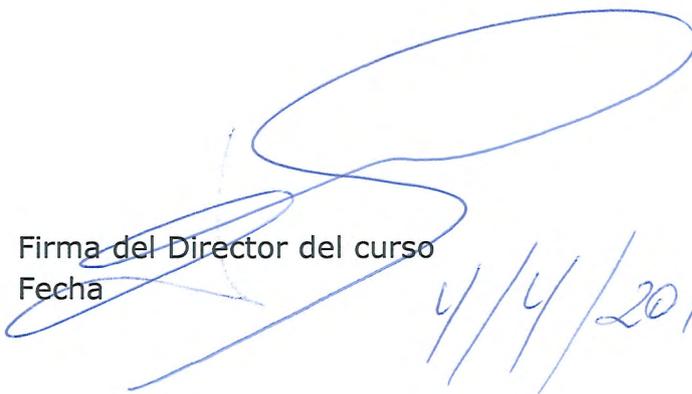
“Máster en gestión de Industrias Culturales y Creativas.

“Diploma de Especialista Universitario en Industrias Culturales y Creativas

El convenio para la realización de sendos títulos propios, de especialista y Máster, en Industrias culturales y creativas ente la UNED y la Fundación Alternativas permitiría conseguir sinergias importantes ente ambas instituciones:

- Para la UNED, la Fundación Alternativas aporta una larga experiencia en investigación de la cultura y las industrias culturales en sus políticas y estrategias de más de diez años, con decenas de publicaciones especializadas, así como el contacto con numerosos investigadores acreditados en este campo y con cientos de empresas culturales españolas. La UNED crearía así estudios y titulaciones en una materia de gran demanda actual, y de escasa oferta formativa de enseñanza a distancia.
- Para la Fundación Alternativas, esta asociación con la UNED, tiene asimismo un notable valor: rentabilizar socialmente sus estudios y seminarios en el campo cultural y diversificar sus actividades hacia la formación profesional permanente. Todo ello de la mano de una institución educativa de prestigio nacional e internacional como es la UNED.

Firma del Director del curso
Fecha



4/4/2013