

5 PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.

5.1. Estructura de las enseñanzas:

a) Denominación del módulo o materia.

El máster en *Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento* se podrá finalizar sin especialidad o, en función de las asignaturas superadas por el alumnado cuando la oferta de materias sea la totalidad de las incluidas en este plan, con especialidad en *Ideación y creación de productos multimedia*, y en *Elaboración y gestión de contenidos informativos*. El alumnado tendrá que optar al matricularse entre la opción de salida profesional o investigadora.

Máster en: <i>Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento</i>	Salida profesional	SIN especialidad	
			<i>Ideación y creación de productos multimedia</i>
	Salida investigadora	CON especialidad	<i>Elaboración y gestión de contenidos informativos</i>

5.1.1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Créditos necesarios para la obtención del máster:

Tipo de materia	Créditos a cursar	Créditos ofertados	
Obligatorias	21	21	= MOb
Optativas	27 (6 vinculados)	51	= MOp
Trabajo fin de Máster	12	12	= TFM
Créditos	60	84	= CM

Créditos ofertados salida investigadora:

Tipo de materia	Créditos a cursar	Créditos ofertados	
Obligatorias	21	21	= MOb
Optativas	27	45 (6 vinculados)	= MOp
Trabajo fin de Máster	12	12	= TFM
Créditos totales	60	78	

Créditos ofertados salida profesional:

Tipo de materia	Créditos	Créditos ofertados	
Obligatorias	21	21	= MOb
Optativas	21	39	= MOp
Prácticas externas (vinculadas)	6	6	= PEOb
Trabajo fin de Máster	12	12	= TFM
Créditos totales	60	78	

5.1.2. Explicación general de la planificación del plan de estudios

5.1.2.1 Aspectos académico-organizativos generales

El máster en *Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento* consta de 6 asignaturas obligatorias y 15 asignaturas optativas (2 de ellas vinculadas a la salida profesional/investigadora; 3 generales y 10 agrupadas en dos especialidades). Todas las materias que se ofertan tienen 3 créditos ECTS cada una de ellas, excepto cuatro que son de 6 créditos ECTS cada una: dos asignaturas obligatorias y dos optativas vinculadas cada una de ellas a una de las dos salidas, profesional e investigadora, del máster. Las dos obligatorias concentran contenidos fundamentales sobre nuevas narrativas informativas y de la comunicación y sobre tendencias y nuevos formatos, productos y soportes. Las asignaturas vinculadas son Métodos de Investigación, vinculada para los alumnos de salida investigadora y la realización de prácticas en empresas que se convienen y ofertan desde el máster, que será optativa vinculada para el alumnado de la salida profesional. La oferta académica se completa con un Trabajo Fin de Máster de 12 créditos.

Los contenidos del máster se han ordenado de modo secuencial para ofrecer al alumnado una base de formación global sobre las tendencias en gestión de la información y de la comunicación. A continuación, se ofertarán dos posibles itinerarios optativos de especialización, uno en elaboración de contenidos informativos y otro en planificación y elaboración de nuevos productos o herramientas para la información y para la comunicación. Se incluyen además, contenidos genéricos sobre técnicas y métodos de investigación y uso de bases documentales, así como de explotación visual de datos, que son básicos en el ejercicio del periodismo como parte del proceso de producción y verificación de la información y que, a la vez, sirven de sustento a posibles trayectorias vinculadas a la investigación académica.

Las asignaturas comunes y obligatorias se concentran en el primer semestre y las optativas, las prácticas en empresa y el Trabajo Fin de Grado se desarrollan en el segundo.

El alumnado del máster, tanto de la modalidad profesional como investigadora, podrá optar por una formación sin especialización, con libre elección de las asignaturas optativas entre todas las que en cada momento se ofertan, o por seguir un itinerario de especialidad. Los contenidos se han dispuesto en una estructura modular para permitir que la oferta inicial sea de las especialidades en 'Elaboración y gestión de contenidos informativos' y en 'Ideación y creación de productos multimedia'. Para futuro, se ha diseñado una oferta abierta a la posibilidad de

incorporar una tercera especialidad en 'Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones', que se implantaría siguiendo el correspondiente procedimiento de solicitud de modificación del título.

Del total de créditos ofertados, el alumnado del master en *Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento* tendrá que cursar las materias de carácter obligatorio en el primer semestre, y las optativas en el segundo semestre. El Trabajo Fin de Master deberá realizarse al finalizar el periodo lectivo correspondiente a las materias ofertadas, con las particularidades que se especifican para el alumnado de salida investigadora y el de salida profesional. Las prácticas en empresas también se realizarán una vez cursadas las asignaturas de especialidad. La docencia de las asignaturas optativas comunes a especialidades se programará al final del master para dar alternativa a los alumnos que no realicen prácticas en empresas.

En síntesis, el alumnado tendrá estas opciones:

1. Optar entre salida investigadora o profesional.
2. Finalizar los estudios de master sin especialidad, seleccionando libremente entre todas las asignaturas optativas ofertadas
3. Finalizar con especialidad si cursa como optativas las asignaturas de alguno de los módulos de especialización que se proponen. En ese caso, complementará su formación académica con 6 créditos más de carácter optativo que puede elegir de entre:
 - materias optativas comunes a todas las especialidades
 - materias optativas vinculadas a otra especialidad

Los mecanismos de coordinación del título serán propuestos a la Comisión Académica por la dirección del máster, con la obligación de sus responsables de gestionar, supervisar y organizar la docencia (horarios, programas, asegurar la elaboración de las guías docentes por los profesores responsables de cada asignatura, etc.). También habrá un coordinador para cada una de las especialidades que trabajará coordinadamente con el responsable de prácticas externas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC. Además, se designará un responsable específico para coordinar las prácticas en empresas de los alumnos del máster, para que se haga cargo de supervisar y evaluar el aprendizaje de los alumnos durante su período de estancia en la empresa en la que esté destinado.

Se prevé el desarrollo de ofertas complementarias a los módulos formados por las asignaturas optativas de especialidad, de modo que, en un futuro, pudieran dar lugar a una programación de oferta de títulos propios complementarios de las especialidades del máster.

5.1.2.2. Planificación de las enseñanzas para la consecución de los objetivos y la adquisición de competencias

La oferta del máster en *Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento* se secuencia en tres etapas docentes consecutivas: materias obligatorias, materias optativas comunes a las especialidades y materias optativas de especialidad.

El primer semestre se impartirán las asignaturas obligatorias porque representan los contenidos fundamentales y las materias optativas comunes a todas las especialidades. Y las optativas vinculadas (una de ellas, prácticas en empresas), las de especialidad y el Trabajo Fin de Máster, en el segundo. Internet y las relaciones que genera se constituyen como un entorno en cambio y evolución constante, lo que deriva en la necesidad de que los contenidos se organicen con fórmulas que permitan cierta flexibilidad en la adaptación a la evolución de las actividades, de los productos y de los soportes de la información y de la comunicación. Por este motivo se han previsto materias con esquemas docentes que permitan esta renovación y ajustes a través de pequeñas modificaciones de en algunos apartados de sus programas.

Las prácticas en empresas se han considerado vinculadas para los que opten por un perfil profesional. Se promoverá su oferta a través de convenios específicos con empresas del sector. El final de cada especialidad se concentrará en una asignatura de horas mayoritariamente expositivas para promover la realización de un ejercicio práctico colectivo en el que se puedan aplicar transversalmente los contenidos revisados y las competencias adquiridas en todas las asignaturas del máster. Esta asignatura ha de ser impartida antes del inicio de las prácticas en empresa.

5.1.2.3. Cuadro-resumen del plan de estudios (materias, módulos, itinerarios formativos, carácter, créditos, curso, cuatrimestre/semestre)

a) Organización (materias/créditos/curso)

Materia	Carácter	Créditos	Semestre
Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa	Optativa (Vinculada salida investigadora)	6	Segundo
Documentación. Gestión y visualización de datos.	Obligatoria	3	Primero
Narrativas periodísticas: nuevos géneros y nuevos lenguajes	Obligatoria	6	Primero
Nuevos formatos, productos y soportes	Obligatoria	6	Primero
Escritura y contenidos on line	Obligatoria	3	Primero
Tendencias en los modelos de negocio en Periodismo	Obligatoria	3	Primero
Planificación: estrategias, usuarios y audiencias	Optativa	3	Segundo
Ideación, creatividad y narración	Optativa	3	Segundo
Evolución de los Medios de Comunicación en la Sociedad del Conocimiento	Optativa	3	Primero
Usabilidad y arquitectura	Optativa	3	Segundo
Producción, valoración y extensión	Optativa	3	Segundo
Laboratorio de producto multimedia	Optativa	3	Segundo
Nuevos escenarios informativos	Optativa	3	Segundo
Tendencias en el uso y consumo de la información	Optativa	3	Segundo
Debates abiertos: del empoderamiento ciudadano a la <i>intoxicación</i>	Optativa	3	Segundo
Adaptación de las rutinas productivas al escenario convergente	Optativa	3	Segundo
Laboratorio de contenidos informativos	Optativa	3	Segundo
Perfiles actuales del profesional de la información y de la comunicación	Optativa	3	Primero
Productos culturales en el ecosistema comunicativo de la sociedad en red	Optativa	3	Primero
Prácticas en empresas	Vinculada (Obligatoria salida profesional)	6	Segundo (final)
Trabajo Fin de Máster	Obligatoria	12	Segundo

Se incluyen a continuación también las materias que corresponden a la especialidad *Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones*, que está previsto implantar en el futuro. De esta forma queda constancia de los contenidos exactos que conforman la idea global del máster.

Bases para la planificación de la comunicación online en las organizaciones	Optativa	3	Segundo
Marketing online y <i>branding</i>	Optativa	3	Segundo
Creación y gestión de perfiles en redes	Optativa	3	Segundo
Comunicación del siglo XXI y gestión de relaciones online	Optativa	3	Segundo
Laboratorio de gestión de acciones de comunicación online	Optativa	3	Segundo

a) Oferta materias obligatorias

Salida investigadora	Materia	Oferta de créditos		Créditos cursa alumnado
Vinculada	Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa	6		27
Obligatorias	Documentación. Gestión y visualización de datos.	3	21	
	Narrativas periodísticas: nuevos géneros y nuevos lenguajes	6		
	Nuevos formatos, productos y soportes	6		
	Escritura y contenidos on line	3		
	Tendencias en los modelos de negocio en Periodismo	3		
Trabajo Fin de Máster		12	12	12

Salida profesional	Materia	Oferta de créditos		Créditos cursa alumnado
Vinculada	Prácticas en empresa	6		27
Obligatorias	Documentación. Gestión y visualización de datos.	3	21	
	Narrativas periodísticas: nuevos géneros y lenguajes	6		
	Nuevos formatos, productos y soportes	6		
	Escritura y contenidos on line	3		
	Tendencias en los modelos de negocio en Periodismo	3		
Trabajo Fin de Máster		12	12	12

c) Oferta de materias optativas

Materia	Oferta de créditos	Especialidad
Perfiles actuales del profesional de la información y de la comunicación	3	Común a todas las especialidades
Productos culturales en el ecosistema comunicativo de la sociedad en red	3	Común a todas las especialidades
Evolución de los Medios de Comunicación en la Sociedad del Conocimiento	3	Común a todas las especialidades
Adaptación de las rutinas productivas al escenario convergente	3	Elaboración y gestión de contenidos informativos
Debates abiertos: del empoderamiento ciudadano a la <i>intoxicación</i>	3	Elaboración y gestión de contenidos informativos
Laboratorio de contenidos informativos	3	Elaboración y gestión de contenidos informativos
Nuevos escenarios informativos	3	Elaboración y gestión de contenidos informativos
Tendencias en el uso y consumo de la información	3	Elaboración y gestión de contenidos informativos
Ideación, creatividad y narración	3	Ideación y creación de productos multimedia
Laboratorio de productos multimedia	3	Ideación y creación de productos multimedia
Planificación: estrategias, usuarios y audiencias	3	Ideación y creación de productos multimedia
Producción, valoración y extensión	3	Ideación y creación de productos multimedia
Usabilidad y arquitectura	3	Ideación y creación de productos multimedia
Metodos de Investigación en Comunicación	6	Vinculada a salida investigadora
Prácticas en empresas	6	Vinculada a salida profesional
TOTAL OFERTA	51	

Como se indicó, se incluyen también las materias que corresponden a la especialidad *Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones*, que está previsto implantar en el futuro. De esta forma queda constancia de los contenidos exactos que conforman la idea global del máster.

Bases para la planificación de la comunicación online en las organizaciones	3	Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones
Comunicación del siglo XXI y gestión de relaciones online	3	Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones

Creación y gestión de perfiles en redes	3	Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones
Laboratorio de gestión de acciones de comunicación online	3	Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones
Marketing online y branding	3	Planificación y gestión de la comunicación online en las organizaciones

d) Total de oferta del plan de estudios

Carácter		Materia	Semestre	Oferta créditos	Créditos cursa
Obligatorias	Investigación y Profesional	Documentación. Gestión y visualización de datos.	Primero	3	21
		Narrativas periodísticas: nuevos géneros y nuevos lenguajes	Primero	6	
		Nuevos formatos, productos y soportes	Primero	6	
		Escritura y contenidos on line	Primero	3	
		Tendencias en los modelos de negocio en Periodismo	Primero	3	
		Trabajo Fin de Máster	Segundo	12	12
Vinculadas	Salida Investigación	Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa	Segundo	6	6
	Salida Profesional	Prácticas en empresa	Segundo	6	
Optativas para todas las especialidades		Perfiles actuales del profesional de la información y de la comunicación	Primero	3	6
		Productos culturales en el ecosistema comunicativo de la sociedad en red	Primero	3	
		Evolución de los Medios de Comunicación en la Sociedad del Conocimiento	Primero	3	
Optativas de Especialidad: <i>Ideación y creación de productos multimedia</i>		Planificación: estrategias, usuarios y audiencias	Segundo	3	
		Ideación, creatividad y narración	Segundo	3	
		Usabilidad y arquitectura	Segundo	3	
		Producción, valoración y extensión	Segundo	3	
		Laboratorio de productos multimedia	Segundo	3	
Optativas de Especialidad: <i>Elaboración y gestión de contenidos informativos</i>		Nuevos escenarios informativos	Segundo	3	15
		Tendencias en el uso y consumo de la información	Segundo	3	
		Debates abiertos: del empoderamiento ciudadano a la <i>intoxicación</i>	Segundo	3	
		Adaptación de las rutinas productivas al escenario convergente	Segundo	3	
		Laboratorio de contenidos informativos	Segundo	3	
TOTAL				84	60

5.1.2.4 Planificación y mecanismos para garantizar las prácticas externas (Prácticum).

Las prácticas en empresas se han programado al final de máster, después de la materia de laboratorio de cada especialidad en la que los alumnos ejercitarán en equipo las competencias y los conocimientos adquiridos a lo largo de las enseñanzas de todo el máster. Serán de 6 ECTS vinculados para el alumnado de la opción profesional. Por los compromisos adquiridos con empresas y la larga experiencia de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en realizar convenios con medios, productoras y agencias para la realización de prácticas, se prevé una oferta que, a pesar de ser optativas, garantice que todo el alumnado pueda realizar las prácticas externas en empresas.

A nivel institucional, las prácticas externas se rigen por el Real Decreto 1393/2007, y por la "Normativa de prácticas externas en empresas e instituciones" aprobada por el Consejo de Gobierno de 30 de mayo de 2008.

Dentro del SGIC se ha definido el proceso de *Gestión de las prácticas externas*, que tiene por objeto establecer cómo se organizan y gestionan las prácticas de los estudiantes en empresas e instituciones de forma que se garantice la calidad, el reconocimiento académico y el aprovechamiento más adecuado de las mismas por parte de los estudiantes de la USC. Estas prácticas están orientadas a completar la formación de los alumnos universitarios, así como facilitar su acceso al mundo profesional. Con el objetivo de comprobar el correcto desarrollo de las prácticas por parte de las entidades colaboradoras y del propio alumnado, y para detectar posibles situaciones irregulares y carencias del proceso, se ha decidido implantar los siguientes mecanismos de control, sin perjuicio de otros que pudiesen añadirse:

- Orientación al estudiante a través del coordinador de prácticas.
- Medición de la satisfacción de los estudiantes y de las empresas a través de encuestas que se realizan al final de la estancia.
- Gestión de quejas y reclamaciones, a través del Centro y de la Oficina de Análisis de las Reclamaciones.
- Memoria del proceso y Plan de mejora anual.

Las prácticas en empresas de los alumnos del máster se garantizan a través de la amplia y variada oferta que comprenden los ochenta convenios firmados por la Facultad de Ciencias de la Comunicación con la práctica totalidad de medios de comunicación (prensa, radio y televisión) ubicados en Galicia, así como la mayoría de empresas que trabajan en el ámbito de la

comunicación. La permanencia en el lugar de destino de formación se limita a un máximo de 30 horas semanales en período vacacional y a 15 horas durante el curso académico.

Como herramienta para la planificación y ejecución de este programa, la Facultad de Ciencias de la Comunicación dispone de una Oficina de Seguimiento de las Prácticas, cuyos cometidos principales son:

- Asistencia informativa y de gestión administrativa al alumnado solicitante de prácticas durante el proceso de admisión y selección de los becarios.
- Asistencia informativa y de gestión administrativa a los delegados o tutores de las entidades colaboradoras solicitantes de alumnado en prácticas.
- Canalización de las dudas teórico-prácticas del alumnado.
- Vigilancia y control del cumplimiento de lo estipulado en los convenios firmados entre las entidades y la USC.
- Incorporación de nuevas entidades colaboradoras mediante la oportuna firma del convenio y actualización de los convenios ya firmados.
- Evaluación constante del reglamento interno de las prácticas, aportando cuantas mejoras se estimen oportunas para un mejor funcionamiento de las mismas.
- Envío y recepción de cuestionarios periódicos al alumnado en prácticas que permitan una mejora inmediata en aspectos puntuales.
- Recogida y sistematización de los datos aportados por los alumnos en sus memorias y cuestionarios de prácticas.

En el ámbito administrativo se establecieron nuevas sinergias con otros estamentos de la USC necesarios para el correcto funcionamiento del sistema de prácticas: la Unidad de Gestión Académica (UXA) y la Secretaría General. Así, se elaboraron de común acuerdo una serie de protocolos de actuación pactados por todas las partes implicadas.

La Comisión de Título realizará el análisis de los datos relativos a la realización de las prácticas externas.

5.1.2.5. Trabajo Fin de Máster (TFM).

El máster en *Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento* incluye la realización de un Trabajo Fin de Máster obligatorio equivalente a 12 créditos ECTS que se desarrollará una vez cursadas todas las asignaturas programadas.

Para el alumando de salida profesional, el TFM tendrá que ser obligatoriamente un producto o un supuesto de aplicación real de los contenidos del master. Para el alumnado de perfil investigador, el TFM ha de ser necesariamente un trabajo de investigación que se presentará en versión integra como trabajo académico y en versión adaptada a un artículo científico listo para ser remitido a alguna de las revistas científicas del Área de Comunicación incorporadas a DICE (base de datos de revistas promovida por ANECA, CCHS y CSIC).

5.1.2.5 Tabla de equivalencias.

El *máster en Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento* reemplaza al anterior *máster en Comunicación e Industrias Creativas* ofertado desde el Departamento de Ciencias de la Comunicación pero no se considera una adaptación de contenidos sino una nueva y diferente oferta. A efectos de equivalencias se establece la siguiente tabla de adaptación, sin perjuicio de que lo que pueda decidir la Comisión Académica del nuevo máster sobre equivalencias solicitadas por alumnos procedentes de otros máster :

Tabla de equivalencias	
<i>Máster en Comunicación e Industrias Creativas</i>	<i>Máster en Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento</i>
Materia	Materia
Circulación de obras y producciones	Planificación: estrategias, usuarios y audiencias
Gestión de la comunicación	Bases para la planificación de la comunicación online en las organizaciones
Estructura de productos culturales para la red	Productos culturales en el ecosistema comunicativo de la sociedad en red
Arquitectura multimedia	Usabilidad y arquitectura

5.2. Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida.

Planificación y gestión:

La movilidad de los/as estudiantes está regulada a través del *“Reglamento de Intercambios Interuniversitarios”* aprobado por el Consejo de Gobierno de la USC el 6 de febrero de 2008 y publicado en el Diario Oficial de Galicia el 26 de marzo

(<http://www.usc.es/estaticos/normativa/pdf/regulinterinterunivest08.pdf>).

Su planificación y gestión se desarrolla a través del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y del Servicio de Relaciones Exteriores de la Universidad, en coordinación con la Facultad a través de la “Unidad de apoyo a la gestión de centros y departamentos” (UAGCD) y del vicedecano/a responsable de programas de intercambio. Se puede encontrar la información sobre movilidad en esta página: <http://www.usc.es/es/perfis/internacional/mobilidad/index.html>

Actualmente la Universidad de Santiago de Compostela colabora en los programas Sócrates-Erasmus, Erasmus Mundus y Sicue, que complementa con varios programas que pretenden fomentar la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria con Universidades de América, Asia, Australia y Suiza.

Las facultades, además de los responsables citados arriba, cuenta con la colaboración de varios profesores/as que actúan como coordinadores académicos, y cuya función es tutorizar y asistir en sus decisiones académicas a los estudiantes propios y de acogida.

La selección de los candidatos se lleva a cabo, para cada convocatoria o programa, por una Comisión de Selección, compuesta por el decano o decana, el vicedecano o vicedecana responsable de programas de intercambio, el/la responsable de la UAGCD y los/as coordinadores académicos, de acuerdo con criterios de baremación, previamente establecidos, que tienen en cuenta el expediente académico, una memoria y, en su caso, las competencias en idiomas que exige la Universidad de destino.

Información y atención a los y las estudiantes:

La Universidad, a través de la Oficina de Relaciones Exteriores, mantiene un sistema de información permanente a través de la web (<http://www.usc.es/ore>), que se complementa con campañas y acciones informativas específicas de promoción de las convocatorias.

Además, cuenta con recursos de apoyo para los estudiantes de acogida, tales como la reserva de plazas en las Residencias Universitarias, o el Programa de Acompañamiento de Estudiantes Estrañeiros (PAE) del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales, a través del cual voluntarios/as de la USC realizan tareas de acompañamiento dirigidas a la integración en la ciudad y en la Universidad de los estudiantes de acogida.

En cuanto a los/as estudiantes de acogida, se organiza una sesión de recepción, al inicio de cada cuatrimestre, en la que se les informa y orienta sobre la Facultad y los estudios, al tiempo que se les pone en contacto con los coordinadores académicos, que actuarán como tutores, y el personal del Centro implicado en su atención.

Información sobre acuerdos y convenios de colaboración activos y convocatorias o programas de ayudas propios de la Universidad:

Se cuenta con acuerdos y convenios de intercambio con Universidades españolas, europeas y de países no europeos, a través de programas generales (Erasmus, SICUE) y de convenios bilaterales.

En cuanto a programas de ayudas a la movilidad propios de la Universidad de Santiago de Compostela, existen en la actualidad los siguientes:

- Programa de becas de movilidad para Universidades de Estados Unidos y Puerto Rico integradas en la red ISEP.
- Programa de becas de movilidad para Universidades de América, Asia y Australia con las que se tienen establecido convenio bilateral.
- Programa de becas de movilidad Erasmus para Universidades de países europeos
- Programa de becas de movilidad *Erasmus Mundus External Cooperation Window* (EMECW) para Universidades de Asia Central.