Autoinforme de acreditación

- **Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**
- **M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos**
- **M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad**

UCA de Comunicación

Curso evaluado: 2016-2017

Fecha de aprobación:

Índice

0. Datos identificativos ***4***
1. Presentación del centro ***6***
2. Proceso de elaboración del autoinforme ***10***
3. Valoración del logro de los estándares de acreditación ***12***
Estándar 1: Calidad del programa formativo **12**
1.1 El perfil de competencias de la titulación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el nivel formativo del MECES 12
1.2 El plan de estudios y la estructura del currículo son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación 13
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 13
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos 15
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 16
1.3 Los estudiantes admitidos tienen el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con el número de plazas ofertadas 17
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 17
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos 22
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 25
1.4 La titulación dispone de mecanismos de coordinación docente adecuados 27
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 27
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos 30
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 32
1.5 La aplicación de las diferentes normativas se realiza de manera adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación 34
Estándar 2: Pertinencia de la información pública **35**
2.1 La institución publica información veraz, completa, actualizada y accesible sobre las características de la titulación y su desarrollo operativo 35
2.2 La institución publica información sobre los resultados académicos y de satisfacción 37
2.3 La institución publica el SGIC en el que se enmarca la titulación y los resultados del seguimiento y la acreditación de la titulación 38
Estándar 3: Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación **38**
3. Introducción 38
3.1 El SGIC implementado tiene procesos que garantizan el diseño, la aprobación, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones 39
3.2 El SGIC implementado garantiza la recogida de información y de los resultados relevantes para la eficiente gestión de las titulaciones, en especial los resultados académicos y la satisfacción de los grupos de interés 40
3.3 El SGIC implementado se revisa periódicamente y genera un plan de mejora que se utiliza para su mejora continua 41
Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo **42**
4.1 El profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del centro y tiene suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y, en su caso, profesional 42
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 42
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos 47
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 53
4.2 El profesorado del centro es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para desarrollar sus funciones y atender a los estudiantes 58
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 58
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos 59
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 62

4.3 La institución ofrece apoyo y oportunidades para mejorar la calidad de la actividad docente e investigadora del profesorado 63
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas....67
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos....69
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 71
Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje....72
5.1 Los servicios de orientación académica soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y los de orientación profesional facilitan la incorporación al mercado laboral 72
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas....72
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos....78
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 80
5.2 Los recursos materiales disponibles son adecuados al número de estudiantes y a las características de la titulación 83
Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos....89
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 89
6.1 Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación 89
6.2 Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos 106
6.3 Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación 114
6.4 Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación....118
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos 122
6.1 Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación 122
6.2 Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos 129
6.3 Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación 137
6.4 Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación....141
M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad 148
6.1 Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación 148
6.2 Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos 154
6.3 Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación 160
6.4 Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación....163
4. Valoración y propuesta del plan de mejora 165

0. Datos identificativos

Universidad	Universidad Pompeu Fabra
Nombre del centro	Facultad de Comunicación
Datos de contacto	grau.com@upf.edu
Responsable(s) de la elaboración del informe	Comité Interno de Acreditación (CIA) del Ámbito de la Comunicación

Titulaciones impartidas en el centro				
Denominación	**Código RUCT**	**Créditos ECTS**	**Año de implantación**	**Coordinador académico / responsable de la titulación**
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	2502815	240	2013	Lluis Mas Manchón
Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos	4310819	60	2010	Núria Bou Sala
Máster Universitario en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	4315338	60	2015	Núria Almirón Roig

RESULTADOS DEL ANTERIOR PROCESO DE ACREDITACIÓN Y PRINCIPALES CAMBIOS IMPLEMENTADOS

Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

	RESULTADO OBTENIDO	CAMBIOS IMPLEMENTADOS	AUTOVALORACIÓN ACTUAL
GLOBAL			
1.3	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
1.4	Se alcanza	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
Estándar 1	Se alcanza		
2.1	Se alcanza con calidad	Cambios en la web para mejorar la información sobre la carga lectiva del TFM	Se alcanza con calidad
2.2	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
2.3	Se alcanza	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
Estándar 2	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	
3.1	Se alcanza	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
3.2	Se alcanza con calidad	Se ha mejorado la participación de los estudiantes en las encuestas valorativas sobre las asignaturas	Se alcanza con calidad
3.3	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
Estándar 3	Se alcanza		
4.1	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
4.2	Se alcanza	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
4.3	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
Estándar 4	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	
5.1	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
5.2	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
Estándar 5	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	
6.1	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
6.2	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	Se alcanza con calidad
6.3	Se alcanza con calidad	No hay cambios	Se alcanza con calidad

		implementados	
6.4	No se puede valorar	Se puede valorar, aunque con dificultades de participación de los estudiantes	Se alcanza
Estándar 6	Se alcanza con calidad	No hay cambios implementados	

1. Presentación del centro

El Centro

La Universitat Pompeu Fabra nació en 1991 con la vocación de convertirse en una institución académica líder que ofreciera una investigación científica de primer nivel y una formación superior de calidad, asegurando a la sociedad la transferencia de conocimiento. Para alcanzar estos objetivos, la Universidad se estructuró en ocho centros -siete facultades y una escuela-, ocho departamentos y tres institutos universitarios. Por cada ámbito académico hay un centro docente y un departamento que tienen la responsabilidad de desarrollar las funciones académicas -el centro sobre la docencia y el departamento sobre la investigación y la política de personal docente e investigador-. Al cabo de los años, se ha observado que el modelo organizativo aplicado ha generado una multiplicidad de órganos de gobierno que dificultan la toma de decisiones. Por este motivo, a medio plazo se proyecta concentrar las tres grandes misiones de la Universidad en una única estructura reforzada.

El planteamiento de esta nueva organización se sirve del despliegue de las Unidades de Coordinación Académica (UCA) para asegurar una estrategia conjunta de centros y departamentos. Esta estructura constituye una actuación innovadora en nuestro panorama universitario catalán, congruente con los valores institucionales que persigue la UPF en todos los ámbitos, y contribuirá a aumentar su prestigio. En esta fase, los centros y los departamentos actuales continúan ejerciendo sus respectivas funciones de acuerdo con los Estatutos de la UPF. Así, además de garantizar un proceso de adaptación progresivo y ordenado, durante este periodo inicial, se obtendrá mucha información, lo que facilitará la futura puesta en funcionamiento.

El Consejo de Gobierno de la UPF aprobó el 11 de diciembre de 2014 la creación de ocho unidades de coordinación académica (UCA). Las ocho UCA creadas se corresponden a los ámbitos académicos y científicos siguientes: ciencias de la salud y de la vida, ciencias políticas y sociales, derecho, economía y empresa, humanidades, comunicación, ingenierías y tecnologías de la información y las comunicaciones, traducción y ciencias del lenguaje. La constitución de las UCA no supone la creación de ninguna nueva estructura, sino la integración en una sola unidad de todas las tareas que ya se estaban realizando.

La Unidad de Coordinación académica (UCA) de Comunicación de la UPF está compuesta por el Departamento de Comunicación, responsable de la contratación del profesorado y de la gestión de la investigación y de los programas de postgrado y doctorado, y por la Facultad de Comunicación, que es la responsable de la organización y la docencia de los estudios de grado.

El Departamento de Comunicación fue creado formalmente en 1996, pero su núcleo inicial ya existía desde 1991, cuando se creó la UPF. En la actualidad imparte un programa de doctorado y seis Másteres universitarios (Doctorado en Comunicación, Máster Universitario en Comunicación Social, Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos, Máster Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad, Master en gestión Estratégica de la Comunicación y Relaciones Públicas y Master Internacional en Estudios Cinematográficos y Audiovisuales).

La Facultad de Comunicación imparte tres titulaciones de Grado: el Grado en Comunicación Audiovisual, el Grado en Periodismo y el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Profesorado

La plantilla docente del departamento de Comunicación está formada por 70 profesores e investigadores a tiempo completo. De ellos, un 45,7% son permanentes, con la siguiente distribución: 9 catedráticos, 13 titulares de universidad y 8 agregados (figura equivalente a contratado doctor). El Departamento tiene una clara vocación docente e investigadora. Un 6,41% de los profesores son extranjeros. Además, de los 127 alumnos de doctorado, un 34,61% son extranjeros.

En la docencia de los tres Grados de la Facultad tiene gran importancia la participación, como profesores asociados, de destacados profesionales y creadores. Gracias a ellos se consigue un vínculo muy directo y actualizado con la realidad del mundo profesional en los ámbitos respectivos.

Grados

La Facultad de Comunicación fue creada en el curso 2008-2009 a partir de la fusión de dos centros preexistentes: los Estudios de Periodismo -que impartían la licenciatura de segundo ciclo en Periodismo- y los estudios de Comunicación Audiovisual -que impartían las licenciaturas de comunicación Audiovisual y de Publicidad y Relaciones Públicas-. Desde su creación, la Facultad imparte los grados en Comunicación Audiovisual y en Publicidad y Relaciones públicas y un curso más tarde, el 2009-2010, se puso en marcha el grado en Periodismo. Las tres titulaciones sustituyen las antiguas licenciaturas.

Grado en Periodismo

El grado en Periodismo sustituyó, a partir del curso 2009-2010 la antigua licenciatura en periodismo, creada en el curso 1992-1993 con una clara voluntad innovadora, inspirada en la tradición anglosajona de formación de comunicadores: acoger titulados universitarios (diplomados o licenciados) o estudiantes que habían completado un primer ciclo de estudios de cualquier disciplina y, por medio de una formación intensiva de dos cursos de duración, dotarlos de los conocimientos y capacidades necesarios para el ejercicio de la profesión periodística. Con la conversión en grado, los

estudiantes proceden mayoritariamente de las Pruebas de Acceso a la Universidad, pero el plan de estudios contempla un itinerario de formación de base que el estudiante debe escoger entre Derecho, Ciencias Políticas, Economía y Empresa o bien Humanidades. En los dos primeros cursos, un total de 60 ECTS de su plan de estudios corresponderá a asignaturas del grado correspondiente al itinerario elegido. Esto permite alcanzar una sólida formación de base en una especialidad determinada y, al mismo tiempo, estar en disposición de continuar los estudios hacia el logro de un segundo grado, ya sea de forma simultánea o consecutiva.

Grado en Comunicación Audiovisual

La licenciatura en Comunicación Audiovisual se puso en marcha el curso 1993-94 con el objetivo de ofrecer una formación sólida y con un fuerte componente de orientación a la práctica dirigida a futuros profesionales y estudiosos de los diferentes ámbitos de la comunicación audiovisual. La conversión al grado mantuvo y reforzar aún más este espíritu de orientación a la práctica y de concentración desde el principio en las materias específicas del grado. El plan de estudios ha querido evitar expresamente construir un itinerario con muchas materias o cursos enteros compartidos con los otros grados del Centro en el primer y el segundo año. Sólo algunas materias que tienen claramente unas características transversales son compartidas en los planes de estudios y aún así se imparten en grupos formados únicamente por estudiantes del grado correspondiente.

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas se puso en marcha en el curso 2005-2006 con los mismos valores de rigor y de profesionalidad de las dos que la precedían. A su conversión en grado se potenciaron los aspectos prácticos, reforzando en el plan de estudios la presencia de talleres con una clara orientación a la práctica que se complementan también con prácticas obligatorias en diferentes empresas del sector.

Másters y Doctorado

En la actualidad se imparte un programa de doctorado y cinco Másteres universitarios: Doctorado en Comunicación, Máster Universitario en Comunicación Social, Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos, Máster Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad, Máster en gestión Estratégica de la Comunicación y Relaciones Públicas y Máster Internacional en Estudios Cinematográficos y Audiovisuales.

El Departamento de Comunicación también participa en un programa interdepartamental en la misma UPF, el Máster Interdisciplinario de los Media y Sistemas Cognitivos Interactivos, así como en dos programas interuniversitarios: Máster en Juventud y Sociedad y Máster en Seguridad Alimentaria.

Master Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios de Comunicación, Poder y diversidad (MA in International Studies in Media, Power and Difference)

El Master Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios de Comunicación, Poder y Diversidad se puso en marcha en el curso 2015-2016 con el objetivo de ofrecer una formación

académica sólida, internacional y con prespectiva crítica de la representación mediática de los colectivos más vulnerables en la sociedad.

Máster Universitario en Estudis de Cine y Audiovisual Contemporáneos

El Máster universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos se puso en marcha el año 2008 con el objetivo de ofrecer a los estudiantes los conocimientos sólidos y críticamente contrastados necesarios para iniciar una investigación en los estudios cinematográficos en relación con el audiovisual contemporáneo.

Internacionalización

El Centro apoya la movilidad y el intercambio de estudiantes y lo facilita mediante la existencia de convenios de intercambio con un grupo selecto de universidades internacionales de calidad y por la pertenencia a redes internacionales creadas por universidades de prestigio. Las universidades con las que hay establecidos convenios específicos son Universität Augsburg, Freie Universität Berlin, Technische Hochschule Köln, Bauhaus-Universität Weimar, Universidad Del Cine, Sogang University, Danmarks Journalisthøjskole, Roskilde Universitetscenter, Tampere University Of Applied Sciences, Universite Michel De Montaigne - Bordeaux III, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Rijksuniversiteit Groningen, University College Cork (National University Of Ireland), Interdisciplinary Center Herzliya, Universita' Degli Studi Roma Tre, Università Degli Studi Di Salerno, Latvijas Universitáte, Niversidad De Monterrey, University Of Silesia In Katowice, Universidade Nova De Lisboa, Queen Mary - University Of London, Akademie Muzickych Umeni V Praze, Bilkent University, Koç University, Universidad Católica Boliviana ''San Pablo'', Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad Ort Uruguay, Universidad De San Andrés, Artesis Plantijn Hogeschool Antwerpen, Universite De Lorraine, Aristotelio Panepistimio Thessalonikis, Radboud Universiteit Nijmegen, Tilburg University, Christelijke Hogeschool Windesheim, University Of Limerick, Università Degli Studi Di Firenze, Università Degli Studi Di Siena, Universidade Nova De Lisboa, Glasgow Caledonian University, University Of Stirling, Linnaeus University, Universidad Diego Portales, Universität Augsburg, Karlshochschule International University, Stuttgart Media University, Erasmushogeschool Brussel, Aarhus University, Université Grenoble Alpes, Hogeschool Inholland, Università Degli Studi Di Udine, Instituto Politecnico De Lisboa, University Of Central Lancashire, Universidad Del Pacífico.

Investigación

El departamento de Comunicación articula su actividad investigadora en nueve grupos de investigación: Grupo de Investigación en Comunicación, Publicidad y Sociedad (CAS), Grupo de Investigación Estética de los Medios Audiovisuales (CINE), Unidad de Investigación en Periodismo y Documentación Digital (GRP), Documentación Digital y Comunicación Interactiva (DigiDoc), Grupo de Investigación en Comunicación Política, Medios y Democracia (POLCOM), Grupo de Investigación en Comunicación Científica (GRECC), Unidad de Investigación en Comunicación Audiovisual (UNICA), Grupo de Investigación (MEDIUM), Grupo de Investigación Critical Communication (CRITICC) y Grupo de Investigación Youth, Society and Communication (JOVIS.com). La investigación tiene una fuerte vinculación con el ámbito docente y se desarrolla en líneas muy relacionadas con el periodismo; la comunicación audiovisual y el cine; la publicidad y las relaciones públicas. Los grupos de investigación cuentan con financiación procedente de proyectos competitivos de la Unión Europea, del Gobierno

de España, de la Generalitat de Catalunya y de convenios de colaboración con administraciones, empresas e instituciones.

La investigación que realizan los miembros del departamento está financiada mediante proyectos competitivos de la Unión Europea, del Gobierno, del gobierno catalán y a través de la firma de convenios de colaboración con administraciones, empresas e instituciones, habiéndose convertido actualmente en uno los primeros centros de investigación en comunicación del Estado. Hay una clara vinculación entre investigación y docencia de postgrado, con una correspondencia de las líneas de investigación con los programas de máster y con las temáticas sobre las que se desarrollan las tesis y los trabajos de fin de máster.

Innovación docente

El Centro para la Innovación en el Aprendizaje y Conocimiento - Center for Learning Innovation and Knowledge (CLIK), que tiene un precedente histórico en el Programa de Calidad Educativa (PQE), entre los años 2002 y 2007 y, posteriormente, en el Centro para la Calidad y la Innovación Docente (CQUID), desde 2007 hasta la actualidad, es el centro de la UPF que tiene como misión la definición y actualización del modelo educativo integral de la UPF, dotándolo de personalidad y singularizándolo por medio del impulso de la innovación de la docencia, la promoción de la transformación de los procesos de docencia y aprendizaje y de la incorporación de las herramientas, recursos y tendencias que deben suponer una optimización pedagógica.

Siguiendo la voluntad de la UPF de apoyar el diseño y el desarrollo de proyectos sobre innovación, calidad y mejora de la docencia de sus titulaciones, anualmente se aprueba la convocatoria de las ayudas del PlaCLIK para ser desarrollados durante el curso. El profesorado del Departamento de Comunicación ha solicitado un elevado número de ayudas del PlaCLIK en los últimos años, los cuales han permitido tanto implementar proyectos de innovación docente como proyectos de aseguramiento de la calidad educativa.

Asimismo, la Facultad de Comunicación creó la USQUID, Unidad de Apoyo a la Calidad y la Innovación Docente, que se encarga de la coordinación de la innovación docente en los estudios de grado y máster. En este contexto, la USQUID participa desde el 2016, junto con otros USQUID de la UPF, servicios y unidades (La Factoría, el Servicio de Informática y el CLIK) en diversos proyectos de innovación docente.

2. Proceso de elaboración del autoinforme

El proceso de acreditación se inicia a partir de la comunicación del Vicerectorado de Docencia y Ordenación Académica de la UPF del calendario en el que se tenían que acreditar nuestros grados. En la fase inicial se hacen diversas reuniones entre los técnicos de la Oficina Técnica de Calidad (OTQ), el decano de la Facultad de Comunicación y la jefa de secretaría de la Facultad. Estas reuniones sirven para planificar el proceso: análisis de las fases, composición del Comité Interno de Acreditación (CIA), determinar las tareas y elaborar el calendario de trabajo. El proceso de acreditación contemplado en el

SGIQ ha sido la guía de todos los pasos a seguir en la elaboración de este informe, así como las evidencias que lo acompañan.

El 8 de mayo de 2018 se constituye el Comité Interno de Acreditación en el ámbito de la Comunicación, nombrado por el rector y presidido por el decano de la Facultad, Carles Singla.

Lo integran los miembros siguientes:

Presidente: Dr. José Fernández Cavia, Director de la UCA de Comunicación.

Vocales:

Lluís Mas Manchón, coordinador docente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Núria Almirón Roig, coordinadora del máster universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad
Núria Bou Sala, coordinadora del máster universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos
Carles Singla Casellas, decano en funciones y responsable académico de calidad del centro
Carles Roca Cuberes, responsable de la Unidad de Apoyo a la Calidad y a la Innovación Docente
Mercè Giralt Sanvicente, personal Administración y Servicios del Centro de Apoyo a la Calidad
Míriam Boher Miralles, personal Administración y Servicios del Centro de Apoyo a la Calidad
Jordi Campos Díaz, jefede la Unidad de Estudios, Proyectos y Calidad de la UPF
Mònika Jiménez Morales, profesora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Pilar Medina Bravo, profesora del máster universitario en Estudios Internacionales, sobre Medios, Poder y Diversidad
Xavier Pérez Torio, profesor del máster universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos
Bernat Saiz Pascual, estudiante Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Mario Barranco Navea, estudiante máster universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos
Laura Fernández Aguilera, estudiante del máster universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

Secretaria:

Cristina Gorgues Griñan, jefa de la Unidad de Gestión Administrativa de Comunicación

Sistemática de recogida de información:

El proceso de elaboración del autoinforme ha seguido la dinámica de elaboración de los informes de seguimiento anuales: discusión de los equipos de dirección sobre los ítems sujetos de evaluación a partir de informaciones recogidas de primera mano (PAT, reuniones con estudiantes, reuniones de coordinación docente) y de la información que genera la Unidad de Proyectos, Estudios i Qualitat (UPEQ) de la UPF; reuniones trimestrales con los delegados de curso para hacer un seguimiento muy cercano de la docencia en el centro; realización de una encuesta al profesorado para medir su grado de satisfacción con la docencia y la organización docente del centro, y realización de una encuesta a los graduados para captar sus percepciones sobre la calidad de la formación recibida.

El autoinforme y las evidencias seleccionadas se hacen públicos para que toda la comunidad (profesores, alumnos y personal de la administración) pueda realizar consultas, comentarios y propuestas de mejora.

Paralelamente, el equipo de decanato y el Comité Interno de Acreditación en el ámbito de la Comunicación, analizan los datos e incorporan al autoinforme un único plan de mejora.

La Comisión de Calidad aprueba el documento, que se envía a la AQU en el plazo previsto.

Hay que decir que, aunque la reflexión sobre el proceso de implementación de los grados es recurrente en nuestro centro, la elaboración de este autoinforme y la recogida de las evidencias, nos han permitido obtener una visión más global de todo el proceso formativo.

Elaboración del autoinforme y exposición pública

En mayo de 2018 se inicia la elaboración del Autoinforme y se hace un primer borrador del mismo a mediados de septiembre. Finaliza el 23 de octubre. Se trata de un trabajo de colaboración entre todos los miembros del CIA, ya sea en la redacción directa, en la incorporación de comentarios, o en su corrección final.

El autoinforme se hizo público el 23 de octubre mediante la web de la Facultad, previa difusión de su publicación por e-mail para llegar a los tres colectivos universitarios: estudiantes, profesores y Personal de Administración y Servicios.

Después del periodo de exposición pública, el CIA ha procedido a debatir e incorporar las sugerencias recibidas.

Finalmente, queremos resaltar la gran implicación de los miembros de los tres colectivos universitarios en el proceso de acreditación.

3. Valoración del logro de los estándares de acreditación

Estándar 1: Calidad del programa formativo

1.1 El perfil de competencias de la titulación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el nivel formativo del MECES

Las titulaciones oficiales incluidas en el actual proceso de acreditación fueron debidamente presentadas a la *Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya* (AQU Catalunya) para su verificación y, en en el caso del Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos, para su posterior acreditación, según indica el SGIC del Centro y de acuerdo a lo que indica el Real Decreto 1393/2007 y el Real Decreto 861/2010 donde se establece la regulación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Las titulaciones presentadas obtuvieron un informe favorable por parte de AQU Catalunya y consecuentemente, una resolución favorable de verificación así como de renovación de la acreditación en el caso del Máster Universitario de Cine y Audiovisual Contemporáneos.

El perfil de competencias del grado y de los másteres que se presentan a acreditación son consistentes con los requisitos de la disciplina y con el nivel formativo del MECES en sus respectivas verificaciones y el propio proceso de acreditación.

A su vez, según la evaluación de la solicitud de verificación de título oficial del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y el Máster Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad y de la acreditación, en el caso del Máster Universitario en Cine y Audiovisual Contemporáneos, llevada a cabo por AQU, el perfil de formación (redactado en competencias) de los planes de estudio es adecuado, tanto por lo que se refiere a su formulación, como a la estructura, contenido y nivel académico.

1.2 El plan de estudios y la estructura del currículo son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La estructura del **plan de estudios de la titulación en Publicidad y Relaciones Públicas** de la Universidad Pompeu Fabra obtuvo una satisfacción por parte de los estudiantes de 4.4 sobre 5 en el curso 2016-2017. Este parámetro valora una "progresión adecuada en el aprendizaje", por lo que el plan de estudios funciona adecuadamente en general, aunque es mejorable en aspectos puntuales que serán tratados en este informe.

A continuación, se describen brevemente y se justifican los cambios realizados en el plan de estudios desde la verificación del título. Estos cambios suponen una simple reordenación de las materias en función de su contenido, lo cual permite garantizar el equilibrio en la oferta docente de los diferentes itinerarios. También es una medida importante de cara a la coordinación de contenidos, pues en los últimos años se ha podido orientar el enfoque de las diferentes asignaturas para evitar posibles solapamientos, muy comunes en los planes de estudio de la titulación en diferentes universidades. Esto es un aspecto que será tratado en otro apartado, para el que se han tomado diferentes medidas de mejora. La asignación del conjunto de asignaturas del Grado a unos itinerarios es una de ellas.

En acuerdo de la Comisión de Ordenación Académica de 23 de julio de 2014 se aprueban cambios en el plan de estudios de Publicidad y Relaciones Públicas a propuesta de la Facultad de Comunicación. En primer lugar, se asigna un itinerario específico a un total de 14 asignaturas de carácter optativo (ver tabla en portal evidencias "1.2. Asignación itinerario optatividad), con el objetivo de encuadrar mejor las mismas, es decir, para que los planes docentes sean coordinados en un marco formativo y profesionalizador especializado. En segundo lugar, se aprueba también cambiar el itinerario de la asignatura Márketing Digital en Buscadores, que pasa del itinerario de Análisis e Investigación en Publicidad y Relaciones Públicas al de Estrategias de Comunicación Publicitaria. Asimismo, se aprueba incorporar dos nuevas asignaturas optativas: Evolución y Tendencias en la Publicidad (4 créditos ECTS)

en el itinerario Estrategias de Comunicación Publicitaria; y Evolución y Tendencias de las Relaciones Públicas (4 créditos ECTS) en el itinerario de Relaciones Públicas. En todos los casos, son modificaciones que no suponen un cambio en la naturaleza y objetivos del grado y que entraron en vigor en el curso 2014-2015.

En acuerdo de la Comisión de Ordenación Académica de 12 de diciembre de 2014, se aprueba incorporar al plan de estudios asignaturas optativas de otros grados, como por ejemplo: Investigación de Audiencias, del grado en Comunicación Audiovisual (4 créditos ECTS) se incorpora al itinerario de Análisis e Investigación en Publicidad y Relaciones Públicas; Políticas de Programación, del grado en Comunicación Audiovisual (4 créditos ECTS) pasa a formar parte del itinerario de Estrategias de Comunicación Publicitaria; o Políticas de Comunicación, del grado en Periodismo (4 créditos ECTS) se incorpora al itinerario de Relaciones Públicas. Estas modificaciones serán de aplicación en el curso 2015-2016 y tampoco implican cambios en la naturaleza y objetivos del título. La incorporación de estas asignaturas responde a la necesidad de ofrecer una formación transversal en comunicación a los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas, pues el carácter profesionalizador y especializador del grado es también una limitación a la formación más generalista. Como se verá en la valoración de competencias durante el proceso de inserción laboral, los graduados reconocen una formación doble en competencias básicas generales y competencias instrumentales y específicas, así como su utilidad en el ámbito laboral.

En acuerdo de la Comisión de Ordenación Académica del 7 de julio de 2015, se aprueba cambiar la denominación de tres asignaturas obligatorias, todas ellas de 4 créditos ECTS. Estos cambios de nombre persiguen una mayor simplificación y rigor en la denominación de las asignaturas respecto de los contenidos docentes. Asimismo, se aprueba incorporar la asignatura optativa Taller de Personajes y Diálogos, de 4 créditos ECTS, al itinerario de Creatividad Publicitaria. Y se aprueba también cambiar la asignación de itinerarios de las siguientes asignaturas optativas (siempre de 4 créditos): Comunicación Política y Propaganda Electoral pasa del itinerario de Relaciones Públicas al de Análisis e Investigación; la asignatura Comunicación Intercultural, pasa de formar parte del itinerario Análisis e Investigación a formar part del itinerario de Creatividad; Realización del Audiovisual Corporativo pasa del itinerario de Creatividad al itinerario de Relaciones Públicas. En todos los casos se trata de cambios que se aplican en el curso 2015-2016 y que no implican cambios en la naturaleza y objetivos del grado. De nuevo, se trata de una ordenación del plan de estudios en las cuatro áreas estrategias de especialización del mismo, por lo que la medida en sí es positiva. Ahora bien, estos cambios son sintómaticos de la necesidad de una constante re-adaptación de los itinerarios (y de las guías docentes de las asignaturas que los conforman) en función de un entorno en constante evolución.

Y ya por último, en acuerdo de la Comisión de Ordenación Académica del 16 de febrero de 2016, se aprueba modificar el plan de estudios del grado para cambiar la denominación de la asignatura Taller de Storytelling (4 créditos ECTS), que pasa a denominarse Taller de Redacción en Relaciones Públicas. Este cambio respone precisamente a la necesidad de que todas las formas de redacción en el ámbito de las RRPP estén representadas en esta asignatura. Es importante destacar que sólo el nombre no hace la cosa, sino que es un viaje de ida y vuelta, y que el cambio de nombre representa mejor la realidad de los contenidos docentes tratados.

Los datos de los que se dispone sobre el plan de estudios, que serán tratados a lo largo de este informe, indican el buen funcionamiento de la titulación. Hay, sin embargo, dos parámetros generales y estructurales que deben ser abordados en profundidad: la poca demanda del itinerario de Análisis e Investigación y el escaso porcentaje de estudiantes que continúan sus estudios en la UPF, así como el indicador no formalizado que atañe a la escasa participación de los estudiantes en las actividades de investigación de la Facultad. En este sentido, se proponen dos medidas en el **plan de mejora**: la incorporación al plan de estudios de hasta 16 créditos de investigación que formaran parte del itinerario de Análisis e Investigación, y el cambio de nombre de, precisamente, este itinerario: de Análisis e Investigación en Publicidad y Relaciones Públicas a Investigación en Comunicación Estratégica y Estudios de Mercado. Estos dos cambios no implican una modificación sustancial del plan de estudios del título.

M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

Según el informe de acreditación de AQU (informe final de acreditación AQU), la información sobre la planificación de la titulación se considera favorable en relación con la coherencia del conjunto de módulos o materias del plan de estudios con las competencias del título y en relación con la coherencia interna entre los resultados de aprendizaje y los métodos de enseñanza, las actividades formativas y las actividades de evaluación de los módulos o materias.

Es importante subrayar que dicho informe de AQU consideró, en relación al apartado 1.2, que "El plan de estudios y la estructura del currículum son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación". Por ello, se ha conservado la estructura general del plan de estudios que se considera altamente consistente, pero se hicieron unas pequeñas modificaciones -no substanciales- que se detallan a continuación:

Con el acuerdo de la Comisión Académica del 16 de febrero del 2016 se realizaron dos cambios en el plan de estudios para añadir una asignatura nueva entre las optativas con el nombre "Nuevos Formatos Televisivos: el archivo INPUT" con una carga lectiva de 5 créditos y se cambió el título de una asignatura: "Del cine a la pintura" para que tuviera el título más preciso: "Relaciones desde las artes visuales en la Modernidad". Fueron cambios que se aplicaron en el curso 2016-17 y se incorporaron a la memoria de verificación del Máster.

Al año siguiente, con acuerdo de la Comisión de Ordenación Académica del 20 de marzo del 2017 se modificó el trimestre de una asignatura obligatoria (del primer trimestre pasó al segundo trimestre). Así, la asignatura "Estética del cine contemporáneo" se encuentra en el segundo trimestre desde el curso 2017-18 tal y como se recoge en la memoria de verificación del Máster.

En los tres casos son pequeñas modificaciones que se realizaron para favorecer el estudio de los estudiantes; para que entendieran mejor los contenidos de una asignatura a través de un título más específico y para no tener dos asignaturas obligatorias en el primer trimestre (dado que hay otra asignatura obligatoria y metodológica en el mismo trimestre).

M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

Según el informe de verificación de AQU, la información sobre la planificación de la titulación se considera favorable en relación con la coherencia del conjunto de módulos o materias del plan de estudios con las competencias del título y en relación con la coherencia interna entre los resultados de aprendizaje y los métodos de enseñanza, las actividades formativas y las actividades de evaluación de los módulos o materias.

En documento a parte se especifican en detalle todas las modificaciones realizadas, ninguna de ellas supone un cambio en la naturaleza de los objetivos del título y fueron aprobadas por AQU con informe favorable de "*aprobado favorablemente*" el 11 de mayo de 2018. Las mejoras realizadas se concentran principalmente en dos cuestiones. Una primera y meramente técnica es la relativa a la corrección de errores involuntarios en horas, créditos y semestres/trimestres que contenía la primera versió de la memoria. El segundo bloque de modificaciones se debe a la finalización del acuerdo de intercambio con la Universidad de Westminster, lo cual ha permitido adaptar mejor la distribución de asignaturas entre trimestres así como su carácter optativo u obligatorio.

El acuerdo de movilidad con la Universidad de Westminster ha sido cancelado debido a la falta de interés de nuestros alumnos en realizar el segundo trimestre en el Reino Unido en el programa MA Diversity and the media y la falta de interés de los estudiantes de la Universidad de Westminster de viajar a Barcelona. La razón de ello es que la gran mayoría de los estudiantes de ambos programas son internacionales y no desean más movilidad que la que les supone ya su estancia en Barcelona o Londres. Esta desvinculación con la Universidad de Westminster nos ha permitido los cambios que se indican en el documento adjunto que tienen por objeto aumentar la formación metodológica, ordenar los contenidos del programa de forma más óptima, y aumentar la oferta de optatividad. Esta es la descripción y justificación de estos cambios:

- Se aumenta la formación metodológica tras detectarse que en el momento en que aumentaramos la oferta de optatividad los estudiantes no elegirían los 5 ECTS complementarios de metodología y la mayoría solo realizarían los 5 ECTS obligatorios. La actual asignatura de 10 ECTS de metodología garantiza que todos los estudiantes, pero especialmente los que tienen una formación menos sólida en metodologías, reciban suficientes horas de aprendizaje. Si bien los estudiantes que han mostrado hasta hoy poca asimilación metodológica en su trabajo final son pocos, esta medida pretende reducir aún más su número para garantizar que la base metodológica sea sólida en todos los casos.

- Se modifica la ordenación y categoría de las asignaturas que se ofrecen para optimizar y hacer más coherente el ritmo de estudio. Por un lado se traslada la asignatura, ya ampliada, de metodología al segundo trimestre para facilitar que los estudiantes puedan aprovechar mejor el trabajo realizado en ella para su aplicación en el trabajo final de máster. Esta asignatura les propone desarrollar un diseño metodológico que puede servirles para ser aplicado el siguiente trimestre en el trabajo final de forma más mayoritaria a como sucedía hasta hoy, con la asignatura en el primer trimestre. Por otro lado, se ha convertido comunicación intercultural de obligatoria a optativa para construir un paquete de optatividad de 5 ECTS, junto a otra de las optativas nuevas que se ofrece tal y como se justifica a continuación.

- La ampliación de la optatividad era necesaria para aumentar la cartera de oferta de asignaturas del programa pero además se ha realizado evitando debilitar la temática central del programa. De este modo, sin alterar el número de créditos obligatorios, que queda igualmente en 17,5 ECTS, se ofrecen ahora dos bloques de optativas separados:

Realidades de vulnerabilidad y comunicación. Optativa. Se ofrecen en total 45 ECTS de los cuales la estudiante debe escoger 22,5 ECTS (3 asignaturas).
Contextos y y prácticas complementarias. Optativa. Se ofrecen en total 55 ECTS de los cuales la estudiante debe escoger al menos 5 ECTS (1 asignatura).

> Esto permite diferenciar entre las optativas directamente relacionadas con los colectivos vulnerables y las optativas que forman parte del contexto de vulnerabilidad que, a pesar de ser importantes, no son tan prioritarias. Con ello se pretende garantizar que al aumentar la oferta de optatividad los estudiantes mantengan el perfil de la formación alineado con el objetivo central del programa (que son los colectivos o comunidades más vulnerables).

Finalmente, con respecto a la calidad de la estructura del programa formativo es de señalar la alta satisfacción de los graduados quienes, en la encuesta de satisfacción, valoran con un 4,5 sobre 5 la organización del máster (estructura, coordinación, secuencia de asignaturas, etc.), superando la media de la UPF (3,5).

Como dato para la mejora, en las encuestas destaca la demanda de los estudiantes de disponer de más oferta optativa. Lo cual se ha materializado en el curso 2017-2018 y volverá a aumentar en el curso 2018-2019.

1.3 Los estudiantes admitidos tienen el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con el número de plazas ofertadas

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Las **plazas ofertadas** en el grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la UPF se mantienen en 80, para las que ha habido una demanda en 1ª opción de 375 estudiantes para el curso 2017-2018. Se trata de la mayor demanda en los últimos cuatro años (364, 325, 278). La ratio entre demanda y oferta se sitúa en 4.69. En primer curso han ingresado 93 nuevos alumnos, la cifra más alta de los últimos cuatro años; y la nota de corte ha subido ligeramente a 11.370 y se sitúa en su nivel más alto desde hace 4 años -el 88.9% de los alumnos nuevos obtuvo entre 11 y 13 de nota en las pruebas PAU, que es la forma a través de la cual acceden la mayoría de estudiantes (88.6%). Como es habitual cada año, una cifra no despreciable de nuevos estudiantes (6.4%) accede a través de ciclos de formación en grados superiores o FP2.

1.1 Oferta, demanda y matrícula

Curso académico	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Oferta de plazas en 1r curso (O)	80	80	80	80
Demanda en 1a opción (D)	364	325	278	375
Ratio D/O	4.55	4.06	3.48	4.69
Nuevo ingreso en 1r curso	85	93	92	93
Nuevo ingreso en1r curso y 1a preferencia (%)	98.8	98.9	93.5	92.5
Acceso en matrícula en septiembre (%) *	0	0	0	0

1.2 Nota de corte

Curso académico	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Nota de corte junio PAU+CFGS	11.286	11.634	10.974	11.370

La nota de corte del curso 2016-2017 disminuyó ligeramente (10.974) respecto al año anterior (11.634), aunque se mantiene cercana al 11 y de hecho en el curso 2017-2018 se ha recuperado sensiblemente (11.370). Se trata de una de las notas más altas del sistema universitario catalán, lo cual debe ser valorado muy positivamente. Las fluctuaciones son las propias de los cambios entre oferta y demanda del sistema, pero pudiendo afirmar que la formación recibida, el plan de estudios y la inserción laboral garantizan una demanada muy elevada.

Por otra parte, se detecta un **aumento de los alumnos que finalmente acceden al grado**, si bien las plazas se han mantenido constantes. La incorporación de alumnos de intercambio o de otros grados, especialmente del grado abierto, está generado una ligera saturación de estudiantes en algunas asignaturas prácticas o de tipo taller. Aunque no es un problema grave que deba atenderse con la máxima urgencia, en el medio o largo plazo se deberá tener en cuenta. Al respecto, se plantean algunas posibles mejoras. En primer lugar, una posibilidad es aumentar el número de plazas y/o aumentar la oferta de horas docentes. Ambas decisiones implican más recursos docentes para poder crear más subgrupos. No cabe duda de que esto implicaría un mayor coste y, por lo tanto, se trata de una medida que depende de varios factores. Y la segunda medida sería una mayor definición y racionalización del modelo docente.

En este sentido, el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) definía en 2003 los créditos ECTS (European Credit Transfer System) en relación a las horas de trabajo del alumno, y no en relación a las horas presenciales. Cada crédito se corresponde con 25-30 horas de actividad del alumno, de las cuales una parte serían presenciales en diferentes tipos de metodologías docentes y espacios. En la Facultad de Comunicación de la UPF, y en muchas otras facultades, se estipuló con más o menos formalidad que cada crédito se correspondería con 10 horas de clase presencial. Este modelo ha sido un modelo de éxito para los tres grados y para la UPF durante muchos años.

Sin embargo, por una parte, parece razonable pensar que la cantidad de horas presenciales dependerá del tipo de asignatura y tarea, y del tamaño del grupo. Y por otra, la asignación de horas a cada crédito tiene y debe tener un margen de flexibilidad. Por lo tanto, se plantea la posibilidad de establecer una equivalencia flexible de las horas presenciales de cada crédito, de 5 a 10, en función de precisamente el tipo de asignatura y contenido. De esta forma, en las asignaturas más prácticas (talleres) o en las sesiones prácticas en general se puede apostar por modelos docentes más personalizados, tutorías grupales, dinámicas de trabajo y debate, flipped clasrroom, etc., a costa de una menor presencialidad. Esta suerte de modelo se está aplicando con éxito en algunas materias de otros grados, y en la asignatura de 2º curso del grado en Publicidad y RRPP en la UPF (Análisis de la Comunicación Digital Interactiva, tal y como se explicará más adelante) y en el TFG -si bien esta última se trata de una materia no presencial y basada en tutorías.

En el caso de la asignatura de segundo (**23870 Análisis de la Comunicación Digital Interactiva**), el grado ha planteado en los últimos cursos una **prueba piloto** para comprobar los parámetros de satisfacción y éxito de la docencia cuando se altera la ratio de créditos y horas. En dicha asignatura, los estudiantes tienen 7.5 horas presenciales de clase por cada crédito. De un total de 4 créditos, los alumnos hacen un total de 30 horas presenciales, 15 de las cuales son teóricas con todo el grupo (1h 30 minutos semanales por 10 semanas) y 15h son prácticas con grupos desdoblados y muy reducidos (1h 30 minutos semanales por 10 semanas). Sin modificar el total de horas del profesor/a, se consigue una atención más personalizada en las clases prácticas, a costa de reducir un 25% el tiempo total en

clase (ratio 1 crédito 7.5 horas presenciales). Esta prueba piloto es fruto también, en parte, de las conclusiones de un proyecto de calidad e innovación docente financiado por el Centro para la Innovación en Aprendizaje y Conocimiento de la UPF (CLICK), titulado "#UPF2020 Diseñar la universidad del futuro" y realizado por los profesores del grado Carlos Scolari, Ilaria di Bonito y Maria-José Masanet. En este proyecto se analizaban las situaciones de enseñanza-aprendizaje en la universidad y se proponían nuevas prácticas, formatos y experiencias educativas, entre las cuales una propuesta para trabajar un nuevo modelo pedagógico basado en opciones educativas más personalizadas que permitieran el diálogo y el intercambio con y entre los estudiantes. La propuesta para reducir las horas presenciales de clase por crédito y atender así de forma más personalizada a los estudiantes de la asignatura 23870 Análisis de la Comunicación Digital Interactiva, cuyos responsables fueron los mismos autores del estudio, va, pues, en la línea de las conclusiones y propuestas formuladas en el citado proyecto. Estas prácticas y modelos pedagógicos y de evaluación se verán en detalle en el estándar 6.

Finalmente, la mayoría de estudiantes acceden al grado a través de la prueba PAU (88.2% en 2017-2018). El resto de porcentaje se distribuye entre cursos de formación de grados superiores y pruebas para mayores de 25, 40 y 45 años.

1.3 Nota de acceso

2017-2018	5-7	7-9	9-11	11-13	>= 13	Sin informar
Pruebas de acceso a la universidad (PAU)	0	3.7%	0	91.5%	4.9%	0
CFGS, FP2 o asimilados	0	0	0	100.0%	0	0
Otros accesos	50.0%	0	0	0	0	50.0%

En línea con la valoración que se hace de la nota de corte, las notas finales de acceso son muy altas. En el curso 2017-2018, un 91.5% de los estudiantes que acceden al grado a través de las PAU y un 100% de los estudiantes que acceden a través de ciclos o formaciones profesionales acceden con notas entre 11 y 13. Cabe resaltar que un 4.9% de los primeros acceden con notas iguales o superiores a 13. Esto da una idea del gran nivel de los alumnos que acceden al grado, muchos de ellos con matrícula de honor en los estudios de Bachillerato.

1.4 Vía de acceso

2017-2018	N	%
Pruebas de acceso a la Universidad (PAU)	82	88.2%
CFGS, FP2 o asimilados	3	3.2%
Titulados universitarios o asimilados	1	1.1%
Pruebas específicas para mayores de 25, 40 y 45 años	3	3.2%
Otros accesos	4	4.3%
Nuevo ingreso a 1r curso	93	100.0%

Por último, en relación a la vía de acceso, el acceso a través de las PAU es la vía más esperable y recomendable teniendo en cuenta la orientación académica de educación superior que propone la universidad. Aunque hay estudiantes con formación técnica que puedan retomar la formación más conceptual e integral, resulta fundamental que los alumnos tengan interiorizada una gran capacidad de trabajo y de asimilación de conceptos teóricos. En este sentido, la nota de corte elevada y el acceso a través de la PAU son una garantía. De hecho, según la Encuesta de Satisfacción de los profesores del Departamento de Comunicación de la UPEQ, los profesores valoran muy positivamente el perfil de acceso de los estudiantes (4.1 sobre 5).

M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

1.1 Oferta, demanda y matrícula

Curso académico	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Oferta de plazas en 1er curso (O)	30	30	30
Demanda en 1a opción (D)	51	62	77
Ratio D/O	1.70	2.07	2.57
Nuevo ingreso	34	32	30

El Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos ofrece 30 plazas. Sin embargo, algunos años el MECAC ha aceptado dos o hasta cuatro estudiantes más. Se trata de aceptaciones excepcionales que tienen que ver con el número de solicitudes o la documentación aportada por los estudiantes (si la puntuación del currículum es mayoritariamente alta se ofrecen algunas plazas más) o también se puede tratar de estudiantes que habían interrumpido los estudios y que al retomar el Master se matricularon sólo a una o dos asignaturas.

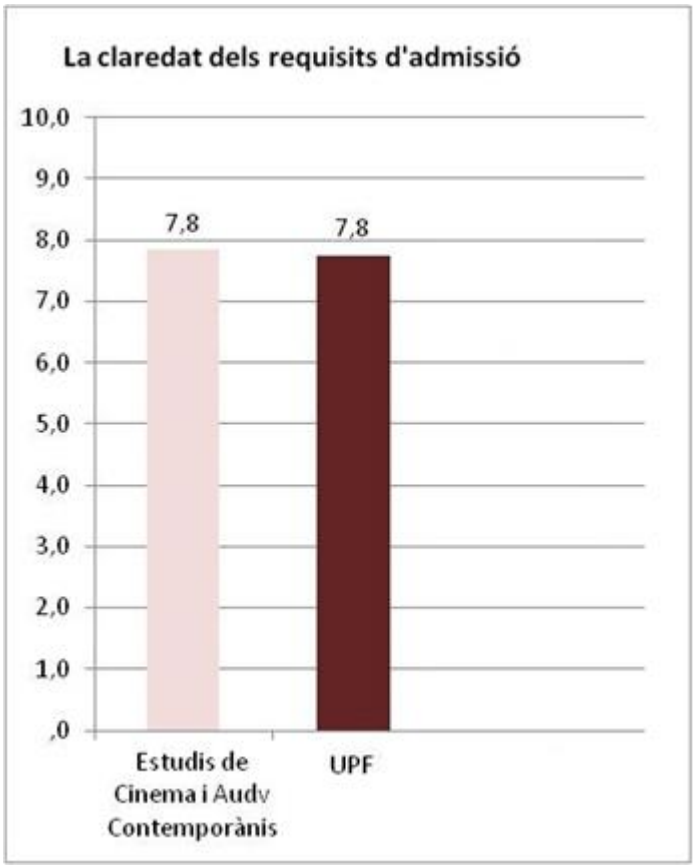
En el curso 2016-17 se matricularon 30 estudiantes. La demanda en primera opción sigue siendo muy alta y se observa que en estos últimos cursos ha crecido. De 51 estudiantes en el curso 2014-15 a 77 alumnos en el curso 2016-17. Consecuentemente, la ratio D / O ha evolucionado de manera ascendente en los últimos cursos, lo que se valora de forma muy positiva desde la coordinación del Master. La ratio por curso 2016-17 ha sido de 2,57 una cifra realmente alta que permite poder elegir un alumnado con un excelente nivel de conocimientos de grado.

El perfil de ingreso de los estudiantes tiene en cuenta la formación previa. Los candidatos deben cumplir unos requisitos (ver requisitos de admisión de la web del Máster: www.upf.edu/web/masters/master-en-estudis-de-cinema-i-audiovisual-contemporanis). La puntuación es sobre 6 y se valora:

La memoria académica (3 puntos)
El expediente académico (1,5 puntos)

Poseer una titulación oficial en relación a la historia del cine o al estudio/análisis de la obra audiovisual (1punto)
Acreditación de idiomas (0,5 puntos).

La encuesta que realizó la UPEQ (EVSOE) el mes de diciembre del 2016 demuestra que los estudiantes están satisfechos con las informaciones previas en relación a los requisitos de admisión:



Es importante que llegue con claridad esta información a los estudiantes porque en los primeros años algunos candidatos entregaban memorias personales en las que explicaban su currículum, de manera que este apartado no podía sumar en su puntuación final. En este sentido, en los requisitos mencionados se define con claridad en qué consiste la memoria académica.

La memoria permite detectar el nivel de madurez intelectual del estudiante a través de un escrito académico en el que el candidato debe poder demostrar sus conocimientos haciendo visibles sus lecturas y visionados de obras cinematográficas y audiovisuales. Así, puede realizarse la selección de estudiantes con la certeza de que los profesores podrán mantener el nivel de posgrado que exige el plan de estudios del Máster y, por lo tanto, los estudiantes recibirán los conocimientos establecidos de la titulación.

Valoramos muy positivamente que en la encuesta que realizó la UPEQ a los graduados del Máster se puntuara favorablemente el hecho de tener un nivel adecuado para cursar el Máster:

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster (2016-17) (puntuación sobre 5)	
I3 – Mi nivel académico era suficiente para el seguimiento del máster	**4,2**

1.2 Procedencia

Curs acadèmic	**2014-2015**	**2015-2016**	**2016-2017**
UPF	3	4	2
SUC	4	13	7
Espanya	16	9	13
Estrangeres i altres	11	6	8

El hecho que se matriculen en el Máster pocos estudiantes de la UPF concuerda con los pocos estudiantes que, en el grado de Comunicación Audiovisual, dedican su TFG a la teoría. La mayoría prefieren seguir en prácticas profesionales en el ámbito del audiovisual. Este bajo interés por parte de los estudiantes UPF se intentó paliar con sesiones informativas, pero el resultado sigue siendo muy bajo.

La procedencia de los estudiantes del MECAC es muy variada. En el curso 2016-17, siete estudiantes provienen de universidades catalanas y el hecho de que haya casi la mitad de matriculados (13 estudiantes) que provengan de distintas universidades españolas ratifica que el MECAC es un posgrado valorado fuera de Cataluña. De la misma manera, la cifra de ocho estudiantes extranjeros demuestra el grado de internacionalización del Máster.

M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

Si bien durante el primer año de impartición de este máster (2015-2016) el número de estudiantes matriculados fue muy bajo (10) debido a la imposibilidad de publicitar el programa a la espera de su aprobación, que tuvo lugar pocas semanas antes del inicio del año académico, la ratio de matriculaciones ha sido muy satisfactoria en los años posteriores: 25 matriculados en el curso 2016-2017 y 29 matriculados en el curso 2017-2018. En ambos casos no se alcanzó el tope de 30 estudiantes porque algunos estudiantes con reserva de plaza decidieron no hacer efectiva la matrícula en el último momento, fecha demasiado tardía para que los estudiantes en lista de espera pudieran incorporarse en las plazas dejadas vacantes. Para evitar que ello suceda estamos aceptando a partir del curso 2018-2019 a un pequeño porcentaje más de estudiantes de las plazas disponibles, para garantizar que todas quedan cubiertas en el último momento.

Igualmente, la demanda en primera opción ha experimentado un crecimiento muy positivo desde los 22 estudiantes que hicieron pre-inscripción en el curso 2015-2016 hasta los 57 y 58 respectivamente de los cursos 2016-2017 y 2017-2018, lo que ha llevado a la ratio demanda/oferta a pasar de 0,73 a 2,32.

El número de estudiantes admitidos es coherente y satisfactorio pues con el número de plazas ofertadas.

Con respecto al perfil de ingreso de los estudiantes matriculados, este se adecua bien al perfil de la titulación. La mayoría de los estudiantes del máster tienen perfil en comunicación, principalmente, o en alguna rama de las ciencias sociales y las humanidades, secundariamente. Su origen también se ajusta al carácter internacional de la titulación, con un 60%, 72% y 83% respectivamente en los cursos 2015-216, 2016-2017 y 2017-2018, de estudiantes de procedencia internacional (de fuera y dentro de la Unión Europea).

El elevado número de estudiantes de procedencia internacional es un objetivo del programa, diseñado para atraer no solo a estudiantes locales con perfil internacional (dominio del inglés y preocupación por la comunicación social a nivel global) sino también a estudiantes de fuera del estado. Si bien es cierto que el simple hecho de estar en inglés ya facilita atraer más estudiantes internacionales, los contenidos con perspectiva global y la ausencia de másteres con este perfil (con una sola expeción en el Reino Unido) hacen que el programa sea especialmente atrayente a nivel internacional. La saturación de másteres en castellano en el ámbito de la comunicación nos llevaron a valorar la posibilidad de ofrecer un programa de este tipo. No obstante no realizamos ninguna promoción especial para atraer a estudiantes internacionales y cada año la nacionalidad dominante, con más estudiantes, siempre es la española. Por otro lado, la mayoría de los estudiantes internacionales (alrededor del 60% en el curso 2018-2019) son de la Unión Europea (más del 80% si incluimos a los estudiantes españoles).

Como complemento a lo anterior, en la encuesta de satisfacción los graduados del máster valoran con un 5 sobre 5 el nivel académico de acceso requerido (por encima de la media de la UPF, 4,5). Es de deducir, por el perfil y satisfacción de los estudaintes, que la definición del programa es suficientemente clara y la selección de los estudiantes ajustada, algo que además reflejan las buenas

referencias que nuestros graduados ofrecen del mismo (algunas de ellas publicitadas en la web del máster).

1.1 Oferta, demanda i matrícula

Curs acadèmic	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Oferta de places a 1r curs (O)	30	30	25
Demanda en 1a opció (D)	22	57	58
Ràtio D/O	0.73	1.90	2.32
Nou ingrés	10	25	29

1.2 Procedència

Curs acadèmic	2015-2016	2016-2017	2017-2018
UPF	1	1	2
SUC	3	2	0
Espanya	0	4	3
Estrangeres i altres	6	18	24

1.4 La titulación dispone de mecanismos de coordinación docente adecuados

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La **coordinación docente del grado** en Publicidad y Relaciones Públicas por la UPF es una tarea constante en la que están involucrados diferentes actores a través de acciones formales e informales y del día a día. El equipo de Dirección del grado se compone del director, el jefe de estudios y el coordinador docente. Este último tiene como principal objetivo garantizar una correcta coordinación interna de cada asignatura y entre las diferentes asignaturas de la titulación.

En primer lugar, el coordinador docente se encarga de gestionar la actualización y publicación de las guías docentes (planes docentes -"pda"- en la UPF) de cada asignatura antes de ser impartidas trimestralmente. A este respecto, se ha establecido una plataforma integrada en el Campus Global, a través de la cual el profesor principal de la asignatura (y el coordinador) puede recuperar el anterior pda, editarlo en sus diferentes apartados, y enviarlo al coordinador docente. En este punto, el coordinador docente lo revisa y, o bien lo publica directamente, o bien requiere algún cambio. En general, este proceso es clave para garantizar la homogenidad en la filosofía de aprendizaje y el formato de presentación del plan, así como unos objetivos pedagógicos y un sistema de evaluación claros, relevantes y realistas. Por sí sólo, este sistema permite coordinar el contenido de cada materia y los contenidos entre las materias.

Sin embargo, dado que el solapamiento de contenidos es un problema recurrente en las titulaciones de Publicidad y Relaciones Públicas, en 2015 se planteó una investigación interna sobre **solapamiento de contenidos y coordinación de contenidos** en el plan de estudios de Publicidad y RRPP por la UPF. Se trataba de un **proyecto Plaquid**, financiado por el CQUID (Centro para la Calidad y la Innovación Docente), actualmente CLIK (https://www.upf.edu/web/clik, proyectos Placlik). Este proyecto fue liderado por el coordinador docente de los últimos tres años (y autor del presente informe), Lluís Mas, junto con una alumna de tercer año becada por el proyecto. Los resultados del proyecto identificaban, por una parte, los solapamientos existentes a nivel de asignaturas y de itinerarios. Y por otra, unas herramientas de análisis y visualización de solapamiento, así como una metodología de investigación para su monitorización futura.

Dicho proyecto consistió en dos entrevistas en profundidad por curso y por itinerario para plantear los posibles solapamientos entre asignaturas y conjuntos de asignaturas. A continuación se hizo un análisis de contenido de todos los planes docentes, estableciendo como unidad de análisis las competencias específcas, los conceptos, teorías, métodos y la bibliografía. Finalmente, los resultados fueron presentados en una reunión de la Sección de Publicidad y Relaciones Públicas, y generaron documentos marco que han servido para tareas de coordinación. Estos resultados se pueden visualizar interactivamente en plantillas diseñadas con la herramienta PowerBI de Microsoft y a través de tablas de Excel en que el conjunto de asignaturas del título y el conjunto de asignaturas de cada itinerario se cruzan unas con otras para indicar el número y tipo de solapamientos (si hay alguno). De forma muy general, el itinerario de Análisis e Investigación presenta solapamientos entre la asignatura Análisis de Mensajes y la optativa Análisis de Discursos Persuasivos, pues en ambas se

establece que el texto es el objeto de análisis. Se trata de una solapamiento irrelevante, pues la primera asignatura especifica que su orientación es metodológica, mientras que la segunda se centra en el carácter persuasivo del mensaje. En todo caso, gracias a haber identificado estos solapamientos, la guía docente refleja la complementariedad de las asignaturas y los profesores están mejor coordinados.

En segundo lugar, el itinerario de creatividad presenta algun tipo de solapamiento entre competencias únicamente, como es el caso de Teorías y Técnicas de Ideación Publicitaria y Creación de Mensajes. Estos solapamientos son totalmente irrelevantes, pues es natural que diferentes temarios y programas sirvan para reforzar algunas competencias comunes propias del itinerario. Asimismo, las tres asignaturas de diseño gráfico corren cierto riesgo de solapamiento si no se toman como tres estadios de evolución en la conceptualización y profesionalizacion de la creatividad aplicada a la imagen en general (Introducción al Lenguaje Gráfico, Diseño Gráfico I y Diseño Gráfico II); afortunadamente, en este último caso las tareas de coordinación están funcionando perfectamente con reuniones con el equipo de docentes de las tres asignaturas y con el coordinador (satisfacción de los estudiantes en 7.13, 7.35 y 7.96 sobre 10 en estas tres materias respectivamente).

En muchas ocasiones, esta herramienta no detecta un solapamiento per se, sino riesgos de solapamiento entre asignaturas. Al respecto se debe decir que la cohesión entre asignaturas es fundamental para el éxito del plan de estudios. Por lo tanto, esta herramienta se utiliza en positivo al permitirnos especificar los ámbitos y límites de cada asigntura. Se puede dar el caso de asignaturas de un mismo itinerario o de asignaturas obligatorias y optativas en que se aborden los mismos tipos de mensajes desde un punto de vista estratégico, creativo y de producción o analítico. En este caso, no se trata de un solapamiento, sino de una correcta coordinación. En este sentido, es tan importante conocer esta realidad y dar instrucciones a los profesores como hacer llegar la información a los estudiantes y promover una conciencia colectiva entorno a la información integral del grado.

Un ejemplo de esta cuestión puede ser la conexión de contenidos entre Taller de Copy y Taller de Storytelling. Para evitar este solapamiento potencial, es preciso coordinar el contenido docente para enfocar la primera asignatura a los textos informativos y publicitarios y la segunda a la conexión entre relaciones públicas y relatos de ficción o eventos (por ejemplo, el branded content). Asimismo, algo parecido ocurre entre Guión y Narrativa Audiovisual y Realización Audiovisual, pues la primera debe centrarse en el guión y la segunda en la producción. En tercer lugar, el ámbito de estrategia no corre grandes riesgos de solapamientos, pero sí presenta coincidencias menores (referencias a autores o métodos) que son fácilmente corregibles para poder ajustar al máximo la coordinación de contenidos. Se trata de Opinión Pública y Estadística y Métodos de Investigación de Mercados, que comparten conceptos (por lo tanto la segunda los debe dar por conocidos) pero no ámbitos de aplicación. También destaca el posible solapamiento de Estructuras Socioeconómicas y Estructuras Sociales y Tendencias Culturales. Ha sido preciso orientar a los profesores para que la primera asignatura tenga un enfoque sociológico y la segunda un enfoque antropológico. El caso de Estructuras de los Medios de Comunicación y Publicidad y Planificación de Medios se solapaban al tratar ambas las características de los diferentes medios. A nivel de coordinación, el plan docente de la segunda asignatura ha eliminado la presentación de los medios para centrarse en el proceso de planificación, desde las tarifas de inserción hasta los diferentes agentes implicados en cada medio. Y por último, el itinerario de Relaciones Públicas tiene la asignatura de formación básica de 1º Fundamentos de las

Relaciones Públicas. Esta asignatura hace un planteamiento general de la disciplina, por lo que es comprensible que introduzca algunos conceptos que serán tratados en profundidad en los siguientes años. Es importante explicar y justificar que el objetivo docente de la asignatura es precisamente establecer un panorama general de la especialidad. También es importante, sin embargo, que las otras asignaturas de relaciones públicas reconozcan estos planteamientos iniciales en primer curso y especifiquen la necesidad de reforzar y profundizar en determinados conceptos (Estrategias de Relaciones Públicas), ofrecer una formación práctica en las herramientas de relaciones públicas (Técnicas de Relaciones Públicas) o aglutinar conceptos y técnicas en los tipos de organismos de relaciones públicas en las empresas (Gabinetes de Prensa).

Abordamos ahora otro mecanismo de coordinación de contenidos: las reuniones. A nivel de toda la plantilla de profesores, se organiza una reunión a principio de curso que coincide con el claustro, y otra en Navidad, justo antes del acto de celebración del Departamento. Aún así, **se detecta un amplio margen para mejorar la gestión y coordinación de profesores y contenidos a través de una mayor sistematización en los encuentros**, sobre todo encuentros con grupos más reducidos de profesores asociados. Con los profesores permanentes la cuestión es más fácil, pues el coordinador tiene un contacto casi diario con ellos y el intercambio de pareceres es constante. También se dispone de una reunión trimestral de la Sección de Publicidad y Relaciones Públicas, en la que están presentes algunos profesores permantentes. Además, a nivel informal, cada itinerario dispone de un jefe de área que hace labores de interlocución y asesoramiento respecto de las materias optativas de cada grado.

Puntualmente, el coordinador docente puede convocar reuniones con equipos docentes de cada asignatura o de algunas asignaturas para coordinar contenidos recogidos en el plan docente. Estas reuniones pretenden también promover el diálogo entre profesores de asignaturas afines, pues en ocasiones se trata de profesores asociados sin una vinculación permanente al Departamento.

Por lo tanto, aunque las **reuniones trimestrales** con los diferentes colectivos de profesores y con todos ellos funcionan bien y con normalidad, una mayor sistematización en este tipo de reuniones puede contribuir a normalizar y optimizar los mecanismos de coordinación. Estas reuniones están generando ya **actas** compartidas con Secretaría y con los profesores implicados, y conservadas por el coordinador, como herramienta para promover el seguimiento de la asignatura y poner al día a nuevos profesores. Se plantea sistematizar las reuniones entre tres tipos:

-Reuniones trimestrales con los profesores asociados con docencia en el trimestre: estas reuniones deberán acontecer justo al inicio del trimestre (septiembre, diciembre, marzo-abril) a las 14.30h y contarán con un refrigerio. Estas medidas buscan facilitar la asistencia de estos profesores, pues se trata de profesionales que trabajan a jornada completa fuera de la universidad. Se tratarán temas circunstanciales del funcionamiento trimestral de las asignaturas. Concretamente, se tratará el tema de la actualización y envío a publicación de los planes docentes de las asignaturas del trimestre siguiente, el funcionamiento de la teoría y práctica de las asignaturas, la asistencia, los horarios, la coordinación/solapamiento de contenidos entre asignaturas o la adecuación de las plazas ofertadas a las dinámicas de clase en cada asignatura. Al final del trimestre, se hará un seguimiento del final de la docencia con el envío de un email. En general, es importante que los profesores asociados, una plantilla con cierto nivel de renovación, conozcan al equipo de dirección y al coodinador, y acudan a él ante cualquier cuestión.

-Reuniones trimestrales con profesores de cada área: en estas reuniones se pretende tratar temas estructurales del grado, como el TFG, las prácticas externas o posibles cambios del plan de estudios. La reunión podrá constar de tres partes: una breve presentación de un compañero (interno o externo a la UPF) de interés para los docentes, un informe de la dirección sobre cuestiones de seguimiento del grado, y un tiempo considerable (45 minutos) de grupo de trabajo con materiales que se aportan en torno a uno de los temas estructurales del grado. El objetivo es recoger todas las ideas, orientaciones, sensibilidades y consejos para que la Dirección pueda tomar decisiones estratégicas en consonancia.

-Reuniones trimestrales con delegados por parte del jefe de estudios: la actividad de coordinación mediante reuniones se deberán complementar con los encuentros del jefe de estudios de la titulación con los delegados de cada curso a final de cada trimestre para obtener un feedback de cada asignatura y cada profesor/a. Estas reuniones son formales y siguen un protocolo, si bien representan además la culminación de un contacto constante y directo entre jefe de estudios y delegados.

En general, la satisfacción de los profesores del grado con la coordinación docente es considerablemente alta, un 3.7 sobre 5 (tal y como se indica en la Encuesta de Satisfacción del Profesorado del Departamento de Comunicación, realizada por la UPEQ -Unidad de Proyectos, Estudios y Calidad). Y la satisfacción de los estudiantes se sitúa en el 3.3 (3.2 para el total de grados en la UPF).

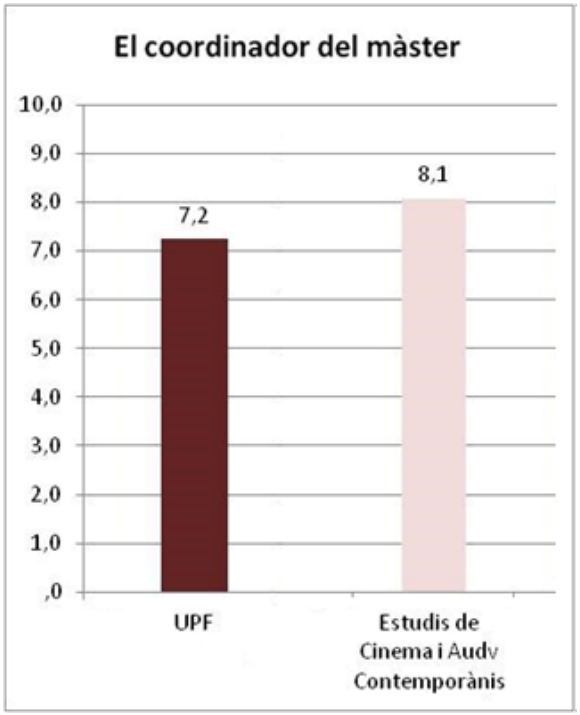
M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

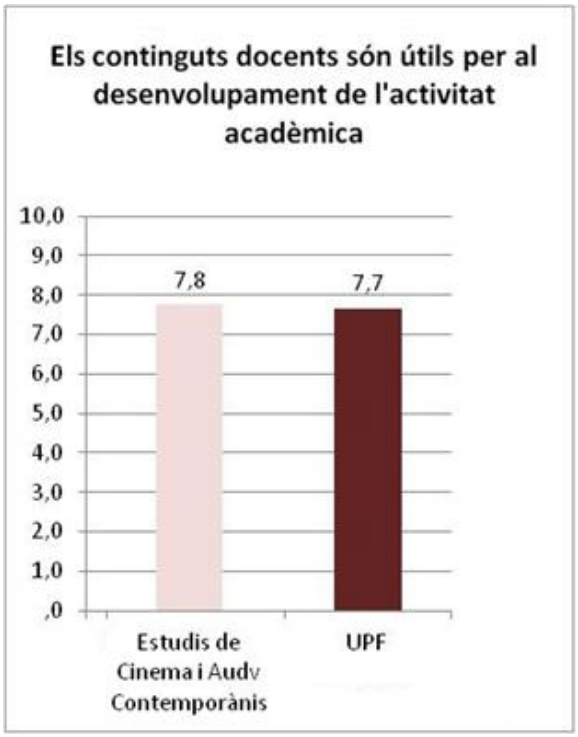
No ha habido cambios relevantes en los mecanismos de coordinación docente desde el anterior proceso de acreditación.

A contiuación, a partir de la encuesta que realizó la UPEQ a los graduados, proporcionamos la valoración de los estudiantes en relación a la organización académica del MECAC. Dicha encuesta se envió a 33 titulados del Máster en el curso 2016-17 y se obtuvieron 9 respuestas, que representan el 27,3% del total de los titulados.

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster (2916-17) (puntuación sobre 5)	
I2 – El máster está bien organizado (estructura, coordinación y secuenciación de asignaturas, etc.)	**4,4**

Los estudiantes demuestran tener la misma alta satisfacción de la Coordinación y de la actividad académica del MECAC, si observamos la encuesta EVSOE que realizó la UPEQ. (En esta encuesta la participación es del 33,3% del total de los titulados encuestados).





A partir, pues, de ambas encuestas estamos muy satisfechos con las respuestas de los estudiantes que constatan la buena cordinación y contenido docente del Máster.

M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

La coordinadora docente del máster realiza principalmente las siguientes funciones:

1. Actualización y seguimiento permanente de la oferta docente, para ajustarla a las necesidades de la sociedad y de los estudiantes. Ello implica una valoración anual del contenido de las asignaturas que se imparten, para actualizarlo a las nuevas situaciones o problemáticas sociales, y también una previsión de nueva oferta docente de potencial interés.

2. Soporte y seguimiento permanente de la calidad docente, para ofrecer el máximo nivel académico en cada una de las materias. Ello implica dotar a los docentes de las herramientas necesarias para actualizar contenidos y traer al aula casos de estudio de interés (por ejemplo: compra de bibliografía anual, fondos para invitar a ponentes, asistente de docencia en el aula, seminarios complementarios, etc.).

3. Selección anual de docentes e invitados para seminarios, keynote o workshops. Ello implica la distribución de las materias entre los profesores más aptos para cada una de ellas así como la propuesta para complementar la docencia regular con investigadores visitantes que realicen sesiones especiales, lo que anualmente supone invitar a entre 2 y 4 ponentes para ofrecer sesiones complementarias.

4. Selección de los estudiantes pre-inscritos. Ello implica examinar todos los espedientes para priorizar aquellos con mejor perfil para el máster (por formación académica, expediente académico, experiencia profesional o de voluntariado con temas relacionados con el perfil del máster, motivación personal, mejores cartas de referencia, etc.) y realizar las entrevistas necesarias cuando hay dudas o se requiere información complementaria (por ejemplo para verificar el nivel de inglés en estudiantes de determinadas nacionalidades).

5. Atención y apoyo al estudiante durante todo el curso. Ello implica proporcionar a los estudiantes apoyo en el periodo de matriculación y apoyo en el periodo de selección del tema para el projecto final de máster, así como apoyo para el resto de necesidades o dudas académicas que los estudiantes experimentan a lo largo del año académico.

6. Relaciones con actores internos. Ello implica buscar establecer cuantos más lazos posibles con otros actores de la UPF (otros másteres, grupos de investigación, centros de estudios, etc.) para poder ofrecer a nuestros estudiantes posibilidades de colaboración/aprendizaje así como la posibilidad de enriquecerse con las actividades programadas por estos actores. Así, a título de ejemplo, para el curso 2017-2018 se han incorporado como créditos adicionales dos asignaturas del máster de Filosofía Política del Departamento de Ciencias Políticas y sociales y el UPF-Centre for Animal Ethics, con sede en el Departamento de Comunicación, ha ofrecido prácticas a estudiantes del máster y ha publicado uno de sus trabajos adaptado a una de las series de recomendaciones del centro.

7. Relaciones con actores externos. El programa cuenta con un grupo de organizaciones que dan apoyo al máster de diferentes formas (a través de asesoramiento, prácticas extracurriculares, proporcionando ponentes, etc.) y cuyo número se intenta aumentar año a año a partir de contactos directos de la coordinadora con instituciones diversas. Estos contactos buscan también la obtención

de becas puntuales para los estudiantes, como así se ha logrado durante los cuatro primeros años de vida del programa.

8. Difusión y comunicación. La coordinación docente también coordina las tareas de difusión y comunicación en la página web y redes sociales del máster, atendiendo dudas de estudiantes potenciales y ayudando a diseminar el trabajo de los actuales, entre otros ejemplos de tareas de promoción docente.

A nivel de titulación, el 22 de febrero de 2017 se aprobaron las siguientes medidas relacionadas con la coordinación del programa:

1. Establecimiento de sesiones de coordinación trimestrales entre todos los profesores del máster con docencia en el trimestre con estas funciones:

Información mutua de temas relacionados con la docencia en el máster
Coordinación para evitar solapamiento de contenidos, programar horarios de actividades complementarias, entregas de trabajos, etc.
Poner en común problemáticas generales, con estudiantes en concreto, etc.
Consensuar temas, brainstorming de ideas para la mejora permanente

2. Creación de la Comisión de Profesores del màster (COP) formada por la coordinadora y todos los profesores con al menos 20 horas de docencia del máster y la participación opcional del director de estudios de postgrado del departamento. Se celebra al menos una reunión anual ordinaria y extraordinarias a petición. Tiene por funciones:

Asesorar e la coordinación de los temas que la coordinadora exponga
Ayudar a mejorar, consensuar, etc. documentos de control de calidad (por ejemplo rúbricas)
Compartir información sobre las materias docentes (nuevas metodologías docentes aplicadas, perspectivas empleadas, casos de estudio, etc.).
Proponer ideas para ponentes, actividades externas, nuevas materias, etc.
Ayudar a la promoción y representación del máster

Esta comisión se ha demostrado ya de enorme utilidad para la coordinación docente, no solo para llegar a soluciones óptimas en cuestiones complejas sino también para llegar a consensos previos que evitan desacuerdos, disonancias o mensajes contradictorios en el aula con respecto a temas socialmente sensibles.

3. Creación de rúbricas. Con el fin de unificar criterios, la coordinadora, conjuntamente con la COP, se comprometen a elaborar o mejorar las rúbricas más necesarias. Las primeras en confeccionarse son las relativas a: Evaluación de los TFMs, Uso de referencias académicas y Asistencia presencial en el aula.

4. Constitución de una comisión externa de expertos del máster (CEP) formada por exerptos, profesionales y otros representantes de grupos de interés relacionados con los contenidos del máster. Se forma en su primera composición a partir de representantes de las instituciones que dan apoyo al máster. La principal función de esta comisión es poder contar con su asesoramiento, tener una

mirada externa desde los profesionales y expertos a través de consultas puntuales en forma de encuestas o entrevistas. La función última es por lo tanto reforzar el vínculo con la sociedad civil y otras instituciones académicas para mejorar la docencia. En junio de 2018 se ha enviado la primera encuesta a esta comisión para conocer sus preocupaciones y prioridades con respecto a los contenidos ofrecidos en el máster.

Finalmente, en la encuesta de satisfacción de los graduados, los estudiantes valoran con un 4,5 sobre 5 el nivel de coordinación estructural del máster, mayor que la media de la UPF (3,5). Este máster obtiene en concreto algunas de las mejores evaluaciones al respecto. Por ejemplo en cuanto a coordinación entre profesores se valora con un 8,7. La participación de los estudiantes en la encuesta fue del 30%.

Satisfacción de los estudiantes con los sistemas de soporte al aprendizaje

Satisfacción de los titulados de máster con la experiencia educativa global

Por otro lado, no disponemos de valoración de los profesores para cada máster por separado, pero la última Encuesta de Satisfacción del Profesorado del Departamento de Comunicación (noviembre 2017) indicaba que los profesores que dan docencia en los másteres del departamento valoran la coordinación de estos con un 4,4 sobre 5.

1.5 La aplicación de las diferentes normativas se realiza de manera adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación

Los Títulos que se presentan están correctamente verificados y, en el caso del Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos, acreditado con excelencia, y satisfacen el marco legal universitario. Por otra parte, se ha llevado a cabo el análisis anual de seguimiento de las titulaciónes y se han introducido las mejoras que han sido aprobadas por los órganos internos del Centro y los órganos de gobierno de la UPF, si ha procedido, y se ha comunicado a AQU por los canales establecidos. La normativa en la que se desarrollan los planes de estudio se considera adecuada para el desarrollo de las titulaciónes y para la consecución de los resultados altamente satisfactorios.

Adicionalmente, el Centro pone a disposición de todos los grupos de interés las normativas académicas y de funcionamiento que pueden consultarse en: la sede electrónica de la UPF.

Podemos afirmar que las anteriores normativas contribuyen favorablemente a la obtención de resultados académicos satisfactorios, según demuestran los indicadores académicos obtenidos en las diferentes titulaciones objeto de acreditación.

Estándar 2: Pertinencia de la información pública

2.1 La institución publica información veraz, completa, actualizada y accesible sobre las características de la titulación y su desarrollo operativo

ESTUDIOS DE GRADO:

La información sobre todos los aspectos relacionados con las titulaciones se realiza a través de:

Espacio de la Web de la Facultad: La Facultad de Comunicación publica información real, completa, actualizada y necesaria para los grupos de interés en sus actividades académicas, docentes o de investigación. En estos espacios se pueden encontrar enlaces a las páginas específicas de las titulaciones; el directorio del personal docente y del personal de administración (PAS); la organización de la Facultad, las funciones de los órganos de gobierno; el reglamento de la facultad y de los estudios de postgrado.

Además, la Facultad dispone de otros medios de información: pantallas informativas, Twitter, mostradores de información, correo electrónico, CAU (Centro de Atención al estudiante). También dispone de medios de comunicación gestionados por profesores de la Facultad y en el que colaboran los estudiantes (UPFRÀDIO).

Los siguientes enlaces dirigen a las fichas de titulación de los grados, donde se encuentran, el plan de estudios, los indicadores de la titulación, y el acceso a la web de la Facultad.

Comunicación Audiovisual
Periodismo
Publicidad y Relaciones Públicas

La página web del centro se gestiona con apoyo de su personal de administración y, en cuanto a las fichas de la titulación, con la información de servicio sobre los estudios.

En el último informe de evaluación de la AQU la valoración de este apartado indica que en nuestros estudios se ofrece información exhaustiva y pertinente sobre las características del programa, su desarrollo operativo y los resultados adquiridos. Asimismo también se incide en el hecho de que la institución actualiza de forma regular la información antes del inicio del curso o período académico correspondientes siguiendo los procedimientos establecidos en el SGIC.

ESTUDIOS DE MÁSTER:

La información que publica la Unidad de Coordinación Académica de Comunicación (https://www.upf.edu/web/comunicacio) es la necesaria para que los profesores y los estudiantes de máster y doctorado puedan llevar a cabo sus actividades académicas, docentes o de investigación con éxito.

En este apartado se pueden encontrar los enlaces a las páginas específicas de las titulaciones que contienen la información académica: planes docentes, planes de estudios, horarios, profesorado, trámites, etc.), el directorio del personal docente e investigador, organización; composición y funciones de los órganos de gobierno y comisiones; reglamento y acuerdos de los órganos de gobierno, y comisiones; acceso a convocatorias de ayudas e información sobre actividades.

Es de especial interés el enlace https://www.upf.edu/web/comunicacio/master que contiene toda la información de los programas de máster que ofrece el Departamento, los que gestiona directamente y los que son gestionados por otras instituciones.

La valoración que hace la AQU en su informe de evaluación externa del año 2015, del Máster Universitario de Cine, por lo que respecta a este apartado es la siguiente: "*Se ofrece información exhaustiva y pertinente sobre las características del programa, su desarrollo operativo y los resultados adquiridos. La institución actualiza la información antes de que comience el curso académico siguiendo los procesos establecidos en el SGIC".*

El Sistema de Garantía de Calidad del Centro tiene previsto la revisión y actualización de la información pública en el proceso: B0443 Gestionar la información pública de las titulaciones.

Los nuevos datos que ha proporcionado la encuesta de la UPEQ son los siguientes y se valoran muy positivamente:

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster (puntuación sobre 5)	
1 – La información pública sobre el máster es accesible, completa y actualizada	**4,3**

2.2 La institución publica información sobre los resultados académicos y de satisfacción

ESTUDIOS DE GRADO

Toda la información relativa a los indicadores académicos y resultados de satisfacción mínimos requeridos por el AQU estan publicados en el apartado de Qualitat de la web de nuestros estudios, tanto para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas como para el Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos y el Màster Universitario en Estudios Internacionales, Medios, Poder y Diversidad.

La Facultad de Comunicación garantiza, a través de sus webs, toda la información relevante de las titulaciones a todos los grupos de interés, especialmente a los jóvenes interesados por la comunicación y los futuros estudiantes. El tipo de información que se puede obtener ya se ha comentado en el punto anterior e incluye los informes de seguimiento de las titulaciones. Además de la información pública y sistema para gestionar las sugerencias y quejas en la UPF, tenemos una intranet, Campus Global, específica para los miembros de la comunidad universitaria, también específica para cada colectivo (estudiantes, PDI y PAS) que requiere la identificación del usuario y donde pueden hacerse diferentes trámites. Desde esta plataforma se accede a las Aulas Globales (Moodle) de las asignaturas de las diferentes titulaciones.

La valoración que AQU hace de este apartado del último autoinforme presentado indica que la institución publica en la web información muy clara y legible, diseñada de forma específica pensando en cada uno de los diferentes grupos de interés. Por lo tanto se garantiza que todos los grupos de interés tienen un fácil acceso a los contenidos más relevantes de la titulación. Los informes relacionados con el seguimiento y la acreditación de la titulación son públicos para todos los grupos de interés.

ESTUDIOS DE MÁSTER

Las titulaciones del Departamento disponen de un espacio público web con información sobre los objetivos de la titulación, plan de estudios, planes docentes, profesorado, TFM, normativas relacionadas, horarios, movilidad e indicadores de calidad:

http: //www.upf. edu / mastercinema / es / Indicadores_calidad /
Web del Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos
Web del Máster Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

Desde junio de 2014, los estudiantes disponen, además de la web académica de la titulación, de una web de la Secretaría académica del Departamento de Comunicación donde pueden hacer todos los trámites administrativos relacionados con los estudios de Máster y de Doctorado del Departamento. Desde esta página web, los estudiantes pueden acceder directamente a las aulas globales, Moodle de

las asignaturas y también pueden consultar su expediente académico. Esta plataforma pretende dar acceso a la información, normativa e impresos de todos los trámites académicos vinculados a los estudios (modificación de matrícula, reincorporación de estudios, solicitud de certificados ...). El objetivo es que puedan conocer de forma rápida la UPF y el Campus Global y les sea fácil integrarse a la vida universitaria. Con este objetivo, también pueden acceder a información de Becas y Ayudas, Vivir en Barcelona, cursos de idiomas de la UPF y otros servicios, como un buzón de Consultas y Sugerencias.

Para facilitar aún más esta integración, se está implementando la opción de hacer todos los trámites de forma telemática o semi telemática.

La valoración que hace la AQU de este subestándar es: La institución publica en la web información muy clara y legible, diseñada de manera específica pensando en cada uno de los diferentes grupos de interés. Por tanto, se garantiza que todos los grupos de interés tienen un fácil acceso a los contenidos más relevantes de la titulación. Los informes relacionados con el seguimiento y la acreditación de la titulación son públicos para todos los grupos de interés.

2.3 La institución publica el SGIC en el que se enmarca la titulación y los resultados del seguimiento y la acreditación de la titulación

Uno de los apartados relevantes de la werb es el acceso directo al espacio dedicado al Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) para los grados de la Facultad, donde todos los grupos de interés pueden acceder a las memorias de la titulación, los informes de seguimiento, a las acreditaciones y distinciones, y los principales indicadores de calidad.

SGIQ e informes seguimiento másters:
Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneo
Máster Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

Estándar 3: Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación

3. Introducción

La UPF tiene definida y documentada su política y objetivos de calidad, así como el Manual de su Sistema Marco de Garantía Interna de Calidad (SGIC), para asegurar la mejora continua de las titulaciones que imparte. El órgano central responsable es la Comisión de Calidad (Resolución del rector de 30 de marzo de 2009), con el apoyo técnico de la Oficina Técnica de Calidad (OTQ), adscrita a la Unidad de Proyectos, Estudios y Calidad (UPEQ).

El diseño del SGIC Marco de la UPF fue certificado por la AQU en 2011, siguiendo las directrices del programa AUDIT. Desde entonces, el sistema se ha revisado y mejorado en diversas ocasiones (2014, 2015 y 2017). Desde este punto de vista, se entiende como un sistema marco en constante

actualización, siendo imprescindibles las aportaciones de los centros, a través de los informes de seguimiento anuales, acreditaciones, revisiones de sus SGIC y su presencia en la Comisión de Calidad.

El SGIC Marcode la UPF incluye un anexo con las indicaciones para trabajar desde el Centro una mayor personalización del sistema. Por tanto, se configura como un marco o modelo común para todas las titulaciones de la universidad (grado, posgrado y doctorado), permitiendo adaptarse a las características propias de cada centro. Esto quiere decir que hay un diseño común y una implantación personalizada que da respuesta a las particularidades de cada centro.

El SGIC del Centro contiene su propia política y objetivos de calidad, responsables, procesos e indicadores y se revisa y actualiza periódicamente, siempre de manera alineada con el marco UPF. Existe un grupo de procesos transversales (mayoritario y compartidos por el SGIQ de cada centro) y un grupo de procesos específicos del Centro, que da respuesta a sus necesidades particulares.

Este modelo aligera la tarea de recogida de información del Centro, posibilitando que aglutine sus esfuerzos en la evaluación propiamente dicha y en la generación y seguimiento de las acciones de mejora.

En el Centro existe una Comisión que se responsabiliza del seguimiento y la calidad de sus títulos, así como de la revisión y actualización del SGIC. En esta comisión se encuentran representados diferentes grupos de interés del Centro: Equipo Directivo, Coordinadores de las titulaciones, Responsable de Calidad del Centro, Personal de Administración y Servicios, así como estudiantes.

La eficacia del SGIC ha sido evaluada favorablemente en las anteriores acreditaciones que han tenido lugar en el centro, en las que este estándar ha obtenido una valoración positiva.

3.1 El SGIC implementado tiene procesos que garantizan el diseño, la aprobación, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones

VERIFICACIÓN

En el proceso *B00427 Programar y verificar un nuevo título de grado, màster o doctorado* del SGIC se especifica el procedimiento a seguir para diseñar y aprobar una titulación, asegurando la máxima calidad de las nuevas propuestas con la participación de todos los grupos de interés. Una vez aprobada internamente por la Comisión de Posgrado y Doctorado (másters) y la Junta de la Facultad (grados), la propuesta del nuevo plan de estudios tiene que someterse a una serie de aprobaciones institucionales antes de ser tramitada a la AQU.

Valoramos que este proceso, que se revisa regularmente, es muy adecuado para los objetivos a los que se dirige, ya que el elevado número de agentes implicados, tanto a nivel interno (Centro y UPF) como externo (DGU, MECD y AQU), garantiza la máxima calidad de las nuevas titulaciones propuestas.

SEGUIMIENTO

El proceso *B00436 Hacer el seguimiento de las titulaciones* facilita el análisis global del desarrollo de los programas a partir de los indicadores previstos. La Comisión de Calidad del Centro se reune como mínimo una vez al año, contando con la participación de todos los grupos de interés, genera anualmente los informes de seguimiento, que, como elemento central de la evaluación de la calidad de los estudios, son públicamente accesibles.

Este proceso se ha revelado de gran utilidad para los responsables académicos, ya que la posibilidad de disponer de información completa y actualizada de las titulaciones, y de poder analizar cómo han evolucionado sus resultados académicos, se convierte en una herramienta imprescindible para poder identificar los puntos fuertes y débiles de los títulos y, por tanto, para poder diseñar e implementar acciones de mejora.

Este proceso se revisa regularmente y, si hace falta, se modifica para mejorar su funcionamiento. La última modificación data de principios de 2018.

En caso de que del proceso de seguimiento se derive un cambio en la memoria verificada o la extinción del título, el sistema contempla el proceso de modificación (B00430) y el de extinción y desprogramación (B00428), garantizando la mejora continua de la calidad de las titulaciones del centro.

ACREDITACIÓN

El SGIC cuenta actualmente con el proceso *B00437 Acreditar los títulos de grado, máster y doctorado*, que se ha ido revisando y actualizando (habiéndose modificado por última vez en enero de 2018) a partir de las experiencias y resultados obtenidos en las acreditaciones anteriores, para dar respuesta a las nuevas necesidades. Este proceso se encuentra totalmente implantado en la actualidad y ha resultado ser muy eficaz, tal y como demuestran los resultados de las acreditaciones anteriores.

3.2 El SGIC implementado garantiza la recogida de información y de los resultados relevantes para la eficiente gestión de las titulaciones, en especial los resultados académicos y la satisfacción de los grupos de interés

La gestión de las titulaciones tiene su principal apoyo en la disponibilidad de información completa, actualizada y accesible para el análisis sistemático y la toma de decisiones. Para ello, el centro utiliza diferentes mecanismos e instrumentos de recogida de información sobre los resultados académicos y de satisfacción de los grupos de interés.

Actualmente estos mecanismos e instrumentos se consideran suficientes y muy adecuados para identificar aspectos de mejora en las titulaciones. Como ejemplo, pueden consultarse los siguientes procesos del SGIC asociados:

- B00417 - Gestionar las sugerencias y quejas en la UPF

- B00436 - Hacer el seguimiento de las titulaciones

- B00440 - Gestionar las encuestas de satisfacción de la docencia (AVALDO)

- B00399 - Gestionar la Encuesta de Valoración del Sistema y Organización de la Enseñanza (EVSOE)

- B00441 - Gestionar la encuesta de satisfacción del profesorado y cargos académicos

- B00799 - Gestionar la encuesta de inserción laboral

- B00895 - Gestionar la encuesta de satisfacción de los graduados

- B00989 - Gestionar la encuesta de satisfacción de los directores de tesis y de los doctorandos

Desde la Unitat de Projectes, Estudis i Qualitat (UPEQ) se coordinan y realizan diferentes encuestas a la comunidad universitaria (estudiantes, graduados, PDI), y se analizan los resultados, los cuales son muy útiles para conocer la satisfacción respecto a diferentes aspectos de la Universidad y se integran en las políticas generales de la Universidad de mejora contínua de la calidad docente. Toda la información sobre encuestas (ficha técnica y resultados) se puede consultar en: https://www.upf.edu/web/upeq/enquestes

Desde la UPEQ, junto con los centros, se hace un trabajo muy importante de difusión de las encuestas y de animar a los colectivos que corresponda a que participen, con el objetivo de lograr que el grado de respuesta de las diferentes encuestas sea estadísticamente significativo. A nivel de Universidad se consigue esta significancia, pero a nivel de Centro no siempre, y a nivel de titulación es muy difícil, pues el nivel de respuesta debería ser muy elevado; aún así los resultados que se obtienen de las encuestas se consideran indicativos y muy útiles para conocer las tendencias.

Para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, en la Encuesta de Satisfacción de los Graduados se pregunta "he recibido respuesta adecuada a mis quejas y sugerencias" (pregunta 15 del informe que encontrará en: https: //www.upf.edu/web/upeq//informe-global-i-per-graus). La valoración es de 3,9 (en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy en desacuerdo y 5, muy de acuerdo), en contraste con el 3,4 general de la UPF.

3.3 El SGIC implementado se revisa periódicamente y genera un plan de mejora que se utiliza para su mejora continua

El SGIC, con el proceso B0996 *Revisar y actualizar el SGIC de Comunicación*, tiene prevista la mejora continua del propio sistema.

Esta actualización periódica es necesaria para adecuarlo a la realidad cambiante y asegurar, por un lado, su vigencia y utilidad y, por otro, su difusión clara y comprensible a todos los grupos de interés.

El responsable de calidad del centro, junto con la Comisión de Calidad, se encarga de hacer el seguimiento, así como de revisar, proponer cambios y la gestión del plan de mejora del SGIC.

El plan de mejora es un elemento fundamental del SGIC y, por ese motivo, desde este curso 2018-2019 los centros disponen de una herramienta de gestión de los planes de mejora, que permite estructurarlos recogiendo todos los elementos necesarios y facilitando su seguimiento. El soporte técnico a nivel UPF se hace desde la Oficina Técnica de Calidad.

Desde la certificación del diseño del sistema, se han hecho varias revisiones. La última versión se aprobó en febrero del 2018 y se concretó en un informe de revisión.

Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo

4.1 El profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del centro y tiene suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y, en su caso, profesional

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

El grado en Publicidad y Relaciones Públicas mantiene un equilibrio estratégico entre **profesores permanentes** o lectores y profesores asociados. Este equilibrio es fundamental para el funcionamiento del grado en su conjunto, el funcionamiento de las asignaturas y las dinámicas entre las sesiones teóricas y de seminario de cada asignatura. En general, según la encuesta de satisfacción de los graduados, la satisfación con el grado es de 4.2 puntos sobre 5, siendo la satisfacción general de los grados en la UPF de 3.9.

La totalidad de profesores permanentes o lectores son doctores vinculados a grupos de investigación, principalmente el grupo CAS, el grupo Polcom y el grupo MEDIUM.

El grupo de investigación CAS (Communication, Advertising & Society) es el grupo de investigación en publicidad y relaciones públicas (https://www.upf.edu/web/cas/). Es un grupo preconsolidado con financiación (SGR, 2018, AGAUR), creado en 2010 y coordinado actualmente por el doctor Lluís Mas, actual jefe de estudios de la titulación. CAS aplica diseños experimentales (de laboratorio o en estudios de campo) para el estudio de la comunicación estratégica y de marca, la publicidad y el sonido. El grupo emplea alternativamente medidas cuantitativas, cualitativas y psicofisiológicas. Sus tres principales líneas de investigación son el place branding o comunicación de marca asociada al lugar, con un enfoque claramente profesional; los valores sociales y humanos en la publicidad dirigida a niños, adolescentes, mujeres o gente mayor; y la media psychology como metodología experimental aplicada a la publicidad y a la comunicación y la salud. En los últimos años CAS ha publicado 11 artículos indexados en primer o segundo cuartil del JCR, 4 artículos indexados en Scopus (Q1 y Q2), ha leído 8 tesis doctorales y ha conseguido proyectos por valor de €178,150.

El grupo de investigación Polcom (Investigación en Comunicación Política, Medios y Democracia) fue creado en 2016 en el Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra; y está coordinado por el doctor Carles Pont (https://www.upf.edu/web/polcom). Tal y como se indica en su

web, "el principal objetivo del grupo es el estudio interdisciplinar de las interacciones entre sistema político, sistema mediático y ciudadanía". Y en tercer lugar, el grupo MEDIUM, coordinado por el doctor Carlos A. Scolari, es un grupo de investigación de reciente creación en el Departamento de Comunicación (UPF) (ver https://www.upf.edu/web/medium). Los investigadores del grupo se interesan por el estudio de la cultura mediática popular (los videojuegos, las celebridades, la ficción televisiva, Youtube, la cultura participativa), por los discursos sociales de esta cultura popular y potencialmente por la educación mediática y la transmedia literacy. Asimismo, también se interesan por la evolución del ecosistema de medios, la arqueología mediática y los procesos de mediatización. El grupo MEDIUM lidera tres proyectos competitivos financiados por organismos europeos, dentro del programa H2020, y estatales, dentro del Plan de Proyectos de I+D del Ministerio de Economía y Competitividad. Este grupo está también muy vinculado a la innovación docente a través de la intersección entre los usos sociales y culturales de los medios y los jóvenes. Como se verá en el estándar 6, las conclusiones de sus estudios se estan implementando ya en al menos dos asignaturas, Análisis de Mensajes y Análisis de la Comunicación Digital Interactiva.

En general, la actividad investigadora del profesorado abarca prácticamente todos los campos en los que se encuadrarían las asignaturas del grado: ámbitos estratégicos, relaciones públicas, publicidad audiovisual, diseño, sonido y voz, marcas, estudios de redes, comunicación política, comunicación y valores, medios interactivos, y un largo etcétera.

Por lo que respecta a los **profesores asociados**, normalmente se trata de profesionales no doctores de los diferentes sectores de la Publicidad y las Relaciones Públicas. La plantilla de profesores asociados combina profesores que mantienen un vínculo estable con las asignaturas y profesores con un nivel de rotación anual o bianual debido a compromisos profesionales. Hay casos puntuales en que el profesor asociado es doctor/a y colabora con grupos de investigación, como es el caso de los doctores Ramon Martin o Blanca Fullana (grupo CAS), Toni Aira o Albert Mercadé (Polcom) o Gabriela Pedranti (Medium).

El profesorado del primer año del grado es una muestra de este aspecto. Se compone de asignaturas básicas impartidas por professores permanentes doctores, y asignaturas profesionalizadoras que combinan la docencia de profesores permanentes y profesores asociados. Esta dinámica se mantiene a lo largo de los dos primeros años. A partir del tercer año, se introducen las asignaturas optativas pertencientes a los cuatro itinerarios de especialización, y el enfoque es claramente más profesionalizador, pero sin abandonar la conceptualización teórica. En general, el grado tiene un carácter práctico, es decir, se tiende a incorporar la teoría en la práctica.

Finalmente, la parte más conceptual, teórica y estratégica se recupera en el TFG de 6 créditos en el tercer trimestre del cuarto curso. La asignación de tutores individuales para cada estudiante se hace teniendo en cuenta los intereses del estudiante y las líneas de investigación de los grupos y de los docentes integrantes de cada grupo. Por un parte, se facilitan las líneas de investigación de los docentes a los alumnos, y estos rellenan un formulario en dónde proponen una temática de TFG y un encuadre académico en una de las líneas de una profesor/a, así como una o más peticiones de dirección. Finalmente, el equipo de dirección se reúne y asigna los tutores en función de criterios académicos (temas propuestos) y operativos (equilibrio entre horas). Normalmente, la satisfacción de tutores y alumnos es muy alta, pues en los últimos tres-cuatro años no ha habido ningun conflicto ni petición de cambio de tutor/a.

A partir de la comparativa entre 2012 y 2016 de los resultados del EVSOE (Encuesta de Valoración del Sistema y Organización de la Enseñanza a los Alumnos), la calidad del aprendizaje ha mantenido una valoración alta (de 7.28 a 7.2 entre 2012 y 2016), y en particular se valora positivamente la accesibilidad y disponibilidad de los profesores (7.45 y 7.4), la orientación del grado en cuanto a objetivos y contenido (6.6 y 6.9) y el rigor científico y académico de los profesores (7.1 y 6.7). El resto de parámetros sobre la actividad docente de los profesores mantienen una valoración superior al 7 sobre 10 (actitud, tutorias, puntualidad, claridad, y uso de recursos y materiales). A nivel cualitativo, las encuestas de satisfacción de los estudiantes dejan comentarios que destacan la "profesionalidad de los profesores", "los profesores que trabajan y que no se dedican únicamente a la docencia", "los profesores que han enseñado el mundo profesional", la "buena calidad del profesorado", entre otros comentarios. Esta encuesta (EVSOE) se realizó en julio de 2016 sobre una muestra de 345 alumnos de Publicidad y RRPP, se obtuvieron 97 respuestas, lo que representa un 28,12%, y un margen de error del 8.40%.

El 43.87% de las horas de docencia son impartidas por profesores doctores. Es importante destacar este equilibrio entre la orientación académica (y estratégica) y la orientación práctica (y profesionalizadora) del grado, sin entenderlas como orientaciones opuestas, sino integradas en el mismo plan de estudios, itinerarios y asignaturas. También es importante destacar que los grupos de investigación disponen de algunos becarios predoctorales con la posibilidad de impartir clase, así como el hecho de tener profesores asociados doctores. En ambos casos, se persigue una integración de las líneas de investigación de los grupos y de las prácticas profesionales. Como **plan de mejora** para intentar alcanzar el 50% de doctores, se pretende incidir formalmente sobre la importancia de que los profesores asociados no doctores puedan participar en investigaciones, integrarse en los grupos de investigación y eventualmente hacer un doctorado. Esto se puede hacer a través de reuniones con profesores asociados y la integración de los mismos en todo tipo de eventos y en reuniones de grupos de investigación, si bien se debe tener en cuenta que el valor y principal característica de estos docentes es precisamente la actividad profesional que les impediría dedicarse a hacer una tesis. Por lo tanto, esta medida es modesta y estará alineada con estrategias de calado del Departamento, como son los convenios con empresas, las cátedras, los equipos de trabajo de los proyectos de investigación o los doctorados industriales. En todos estos casos, se debe intentar ligar la docencia del grado con el valor del doctorado.

4.1 Porcentaje de profesorado por categoría y según doctorado

Estudio	Doctor	Permanentes	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Doctores	16.05%	6.17%	4.94%	6.17%	33.33%
	No doctores	0.00%	0.00%	60.49%	6.17%	66.67%

Total general		16.05%	6.17%	65.43%	12.35%	100.00%

4.2 Profesorado por categoría y según doctorado

Estudio	Doctor	Permanentes	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Doctores	13	5	4	5	27
	No doctores	0	0	49	5	54
Total general		13	5	53	10	81

4.3 Porcentaje de horas impartidas de docencia (HIDA) según categoría de profesorado y doctorado

Estudio	Doctor	Permanentes	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Doctores	21.99%	3.54%	8.68%	9.66%	43.87%
	No doctores	0.00%	0.00%	52.69%	3.44%	56.13%
Total general		21.99%	3.54%	61.37%	13.10%	100.00%

4.4 Horas impartidas de docencia (HIDA) según categoría de profesorado y doctorado

Estudio	Doctor	Permanentes	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Grado en	Doctores	1024.00	165.00	404.00	450.00	2043.00

Publicidad y Relaciones Públicas	No doctores	0.00	0.00	2454.00	160.00	2614.00
Total general		1024.00	165.00	2858.00	610.00	4657.00

4.5 Porcentaje de horas impartidas de docencia (HIDA) según sexenios de investigación y quinquenios de docencia

Curso 2016-2017	**Investigación**				**Docencia**			
Estudio	Sin sexenio	No vivo	Vivo	Total	Sin quinquenio	No vivo	Vivo	Total
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	74%	3%	23%	100%	74%	8%	18%	100%

4.6 Horas impartidas de docencia (HIDA) según sexenios de investigación y quinquenios de docencia

Curso 2016-2017	**Investigación**				**Docencia**			
Estudio	Sin sexenio	No vivo	Vivo	Total	Sin quinquenio	No vivo	Vivo	Total
Grado en Publicidad y Relaciones	3438.0	130.0	1089.0	4657.0	3438.0	365.0	854.0	4657.0

Públicas								

Por último, las **prácticas externas (Practicum)** son una asignatura obligatoria de 10 créditos ECTS que se cursa durante el 4º año del grado. Su orientación es totalmente profesionalizadora, ya que tiene como objetivo poner a los futuros graduados en contacto con empresas e instituciones del ámbito hacia el cual tengan preferencia, para complementar de forma práctica y en el contexto profesional adecuado los conocimientos que han ido adquiriendo a lo largo de su formación académica.

El Practicum está supervisado por un tutor académico que se encarga de seleccionar y de actualizar el contacto y los convenios con empresas e instituciones. Tiene además la función de guiar al estudiante, tanto en la selección como en la ejecución de esas prácticas. En los últimos dos cursos, el profesor asociado Joaquim Octavi Moreno ha tutorizado las prácticas de los estudiantes. La política de la facultad es asignar este tipo de tarea a un profesor asociado, pues es perfil más conectado con la profesión y el mercado laboral.

Una vez el tutor académico recibe una petición de estudiantes en prácticas por parte de una empresa o institución, deriva la gestión del convenio al Departamento de Carreras Profesionales, responsables del "Campus Treball" (Campus Trabajo), un portal telemático que centraliza los trámites necesarios para que los estudiantes puedan realizar el Practicum.

Para optar a la realización de prácticas profesionales, todos los estudiantes deben inscribirse en el "Campus Treball", así como activar un Curriculum Vitae que permitirá a las empresas visualizar el perfil de los estudiantes en el momento de iniciar el proceso de selección. A su vez, es el propio tutor de prácticas quien recomienda a los estudiantes que encajan en una determinada oferta que se inscriban en ella, a fin de que las entidades interesadas puedan contactarlos para proceder a una entrevista. Una vez la empresa o institución selecciona a un estudiante, se firma el convenio de prácticas.

En suma, la tarea del coordinador de prácticas es doble: tutorizar a los estudiantes y coordinar a las empresas. Como **plan de mejora**, se plantea reforzar la segunda mediante una figura más conectada actualmente con el mundo de la empresa. Para ello, se plantea contratar a un profesional directamente, sin necesidad de tener una carga docente como profesor asociado y con un perfil transversal en diferentes ámbitos y activo en cuanto a la actualización de prácticas profesionales.

M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

4.1 Profesorado por categoría y según doctorados

Estudio	Doctores	Permanentes	Lectores	Asociados	Otros	Total general

Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos	Doctores	53.84%	7,69%	23%	15,38%	92,85%
	No doctores	0.00%	0.00%	7,14%	0.00%	7,14%
Total general		50%	7,14%	28.57%	14,28%	100.00%

4.1 Profesorado por categoría y según doctorados

Estudio	Doctores	Permanentes	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneo	Doctores	7	1	3	2	13
	No doctores	0	0	1	0	1
Total general		7	1	4	2	14

4.2 Porcentaje de horas impartidas de docencia (HIDA) según categoría de profesorado y doctorado.

Estudio	Doctor	Permanentes	Lectores	Associados	Otros	Total general
Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporán	Doctores	53.84%	7.69%	23%	15.38%	92.85%
	No doctores			7.14%		7.14%

eos						
Total general		53.84%	7.69%	30.14%	15.38%	99.91%

Estas tablas surgen de una actualización de los datos a partir de la web del máster (https://www.upf.edu/web/mastercinema/professors-del-master) donde se pueden encontrar los currículums de los profesores avalados por nuestro Departamento en los que se certifica la categoría de doctor o no doctor de los profesores del Máster. En el portal de evidencias (4.1 Tabla Ulisses) puede consultarse un Excel con la información detallada extraída del Programa de contractación Ulisses, utilizado por la secretaría de nuestro Departamento.

Así, de los catorce profesores en activo del Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos de la UPF, sólo uno no es doctor, hecho que valoramos muy positivamente porque los estudiantes pueden ser tutorizados en sus TFM por doctores habituados a la investigación. En este sentido, en el curso 2018-19, se intentará, tal y como se indica en el plan de mejora que el 100% de los profesores sean doctores.

Actualmente, el Máster tiene 3 profesores asociados (uno de ellos es el único no doctor), 7 permanentes (2 titulares, 4 agregados, 1 agregado interino), 1 lector, 1 conferenciante doctor, 1 profesor visitante doctor y 1 contrato postdoctoral. En total, se poseen 13 tramos vivos que, teniendo en cuenta la cifra de 7 permanentes, valoramos muy positivamente.

Paralelamente, se ha intentado mantener aquellos profesores que estuvieran en activo profesionalmente –y con relación al ámbito del Máster- fuera de la Universidad. Así, la gran mayoría de los profesores son doctores, pero también miembros activos en la crítica especializada, la gestión y programación de actividades en instituciones dedicadas a la conservación, catalogación o divulgación de la obra cinematográfica y audiovisual, así como filmotecas, festivales, centros culturales o empresas editoriales vinculadas al sector audiovisual.

De la misma manera, se ha priorizado que los profesores del Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos formaran parte del Colectivo de Investigación Estética de los Medios Audiovisuales (CINEMA), que nació en la Universitat Pompeu Fabra en el año 2003, bajo la dirección del Dr. Domènec Font (y ahora dirigido por el Dr. Xavier Pérez). Así, 13 de los 14 profesores pertenecen al grupo de investigación CINEMA (ver https://www.upf.edu/web/cinema) mientras que la Dra. Imma Merino de la Universitat de Girona pertenece al grupo Teorías del Arte Contemporáneo de la misma Universidad.

El objetivo fundamental del grupo CINEMA es servir de punto de encuentro a investigadores procedentes de diferentes ámbitos para analizar tanto la historia del cine como las manifestaciones contemporáneas del suceso fílmico, cuestiones fundamentales para nuestro Máster. De la misma manera, tal y como se señalará a continuación, las investigaciones de estos profesores doctores giran en torno al estudio estético de la obra audiovisual en relación a la contemporaneidad. Si el objetivo fundamental del Máster es considerar la imagen como receptáculo de tendencias y contradicciones filosóficas, sociales y políticas para hacer dialogar el cine con otras manifestaciones artísticas como

por ejemplo la pintura, la literatura, el teatro o la danza (sin olvidar sus estrechas conexiones con los lenguajes de la televisión y el videojuego), los profesores responden totalmente a este perfil que busca sinergias y transversalidad entre los distintos conocimientos.

Se quiere subrayar también que, desde los primeros años, los miembros del grupo CINEMA centraron su atención en el cine europeo contemporáneo mediante dos proyectos de investigación: "Corrientes Estéticas del Audiovisual en el Contexto Europeo" (CEACE, 2003- 2006) y "Observatorio del Cine Europeo Contemporáneo" (OCEC, 2006-2012), en el que participaron los 12 profesores docentes del Máster. Asimismo, a partir del año 2014 se consiguió un nuevo proyecto (otorgado por el Ministerio en la convocatoria 2013 de Proyectos I+D del Subprograma de Generación de Conocimiento, Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia), titulado "El cuerpo erótico de la actriz bajo los fascismos: España, Italia y Alemania (1939-1945)", investigación que tiene relación con las líneas que vertebran el Máster, pues los modelos interpretativos y la puesta en escena en la Historia del Cine, desde un método comparativo, son aspectos indispensables del plan de estudios. En este proyecto participaron 6 profesores del Máster y sus investigadores principales son la coordinadora del Máster y el Dr. Xavier Pérez, docente del Máster y responsable del propio grupo CINEMA.

Actualmente, el grupo de investigación CINEMA tiene dos proyectos vivos:

Los motivos visuales en la esfera pública. Producción y circulación de imágenes del poder en España, 2011-2017
Representaciones del deseo femenino en el cine español durante el franquismo: Evolución gestual de la actriz ante la coacción censora.

Ambos son proyectos I+D financiados por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y 9 profesores del Máster participan actualmente en ellos.

De la misma manera, tal y como se puede consultar en http://www.upf.edu/mastercinema/informacio_academica/professors/ y, de forma más específica, en el link del portal de la producción científica (http://produccciocientifica.upf.edu/), todos los profesores del máster han publicado en revistas altamente indexadas como *Comunicación & Sociedad, Hisoria y Comunicación Social, L'Atalante, Journal of Spanish Cultural Studies, Feminist Film Studies, El profesional de la información, International Journal of Cultural Studies*, etc... De igual manera, son autores de libros y numerosos capítulos en volúmenes colectivos. Podrían destacarse, en este sentido, algunas publicaciones colectivas del grupo como el libro coordinado por Jordi Balló y Alain Bergalà, "Los motivos visuales del cine" y el coordinado por Núria Bou y Xavier Pérez, "El cuerpo erótico de la actriz bajo los fascismos: España, Italia y Alemania (1939-45)". En la misma dirección, la revista *Cinema comparat/ive cinema* (www.ocec.eu/cinemacomparativecinema/index.php/es/inicio-esp), que el grupo edita desde el año 2012, sintetiza el núcleo conceptual de los distintos proyectos que se llevan a cabo en el grupo CINEMA, a partir de la metodología del cine comparado.

De los catorce profesores, casi todos tienen una carga lectiva importante en el grado, lo cual indica que la experiencia docente es uno de los puntos fuertes de nuestro Máster. Algunos de ellos han realizado, incluso, prestigiosas estancias en universidades como la Universidad de Stanford (California), la UCLA o el Center for Curatorial Studies de Bard College, New York.

Además, como prueba de esta implicación con la enseñanza, vale la pena recordar que el Dr. Gonzalo De Lucas es el director del posgrado "Montaje audiovisual (IDEC/UPF), el Dr. Jordi Balló es el director del Máster "Documental de Creación" (IDEC/UPF), responsable de algunas de las producciones más significativas del Documental de los últimos años y el Dr. Alan Salvadó es el coordinador del Máster Internacional de Cine y Audiovisual. Trayectorias, todas ellas que demuestran una preocupación importante y activa por la docencia. En este sentido, mencionar que en la convocatoria de los Premios del Consejo Social del año 2010, la Dra. Nuria Bou, obtuvo un reconocimiento docente por su labor en este máster, así como la Dra. Glòria Salvadó Corretger y el Dr. Sergi Sánchez obtuvieron también un premio del Consejo Social en el año 2013 y 2016, respectivamente, por sus actividades docentes en el MECAC.

Debe también remarcarse, en relación a los profesores del Máster, que muchos de ellos han tenido –o aún mantienen- una relación profesional con el ejercicio de la crítica especializada en el campo del audiovisual (Consúltense los CV en el Portal de la Producción Científica de los doctores Xavier Pérez, Sergi Sánchez, Gonzalo De Lucas, Ivan Pintor, Fran Benavente, Jordi Balló o Carlos Losilla).

Del mismo modo, algunos de ellos han trabajado como programadores de cine en centros de cultura o han sido programadores en televisiones. También como guionistas de reportajes, documentales o de películas cinematográficas. El doctor Santiago Fillol ha dirigido un documental de creación "Ich Bin Marco" (2009) o ha sido guionista de prestigiosos cineastas europeos como Nicolas Klotz o Oliver Laxe. En otra dirección, pero muy importante para nuestro Máster, el Dr. Carles Guerra ha sido director de Centros de imagen como la Virreina, jefe conservador en el MACBA y actualmente director de la Fundació Tàpies, así como ha comisariado distintas exposiciones sobre producciones audiovisuales. Asimismo, el Dr. Jordi Balló ha sido director de exposiciones en el CCCB y ha comisariado exposiciones sobre cine.

Criterios de asignación del profesorado tutor del TFM

Para matricularse en el MECAC los estudiantes deben rellenar una hoja de tutoría (ver https://www.upf.edu/web/mastercinema/informacio-academica) en la que deben explicar muy brevemente qué tipo de investigación quieren realizar durante el Máster en relación a las líneas del grupo CINEMA. En esta misma hoja de tutoría los estudiantes escriben, por orden de prioridad, los nombres de los profesores que prefieren como tutores (hasta tres nombres de los doctores que forman parte de la docencia del Máster).

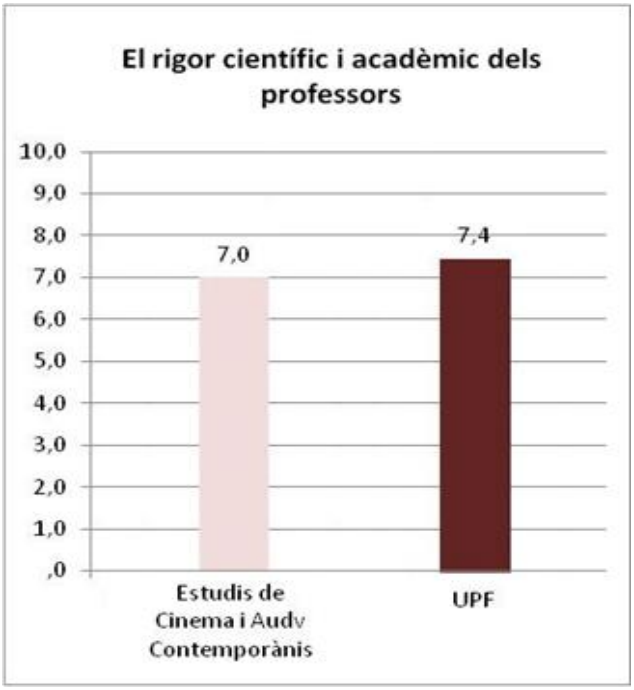
A continuación, la coordinadora asigna un tutor a cada estudiante teniendo en cuenta sus preferencias y cuidando de que la investigación del alumno se encuentre en estrecha relación con el perfil académico de los profesores. La coordinadora vela porque los profesores no tutoricen más de cinco trabajos por curso, habida cuenta de que dos de ellos pertenecen a estudiantes a tiempo parcial y ya tienen avanzada su investigación (ver en el portal de evidencias el excel 4.1.1.2 con los nombres de los trabajos y el nombre de los tutores). Óbviamente, durante el curso, pueden realizarse cambios, pero respetando siempre que el profesor no tutorice más de cinco trabajos.

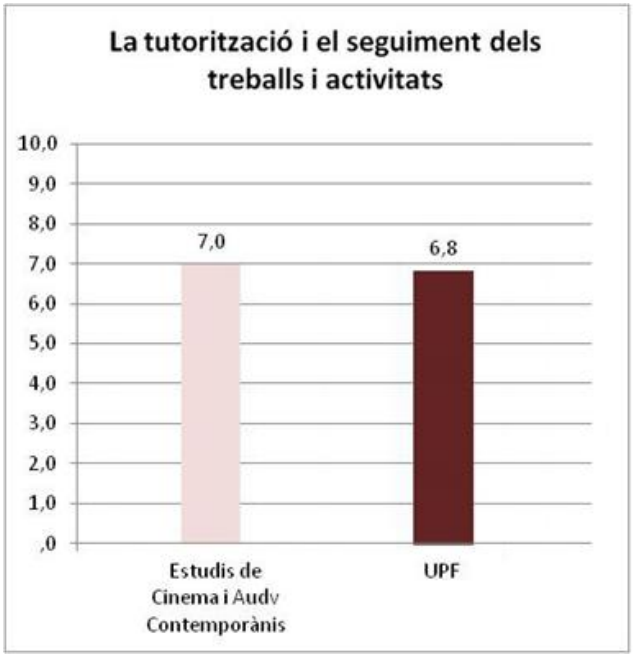
La profesora no doctora dirige excepcionalmente los TFM con la supervisión de la coordinadora del Máster, en el caso de que ningún otro profesor pueda cumplir con la misma competencia. En el curso 2016-17, por ejemplo, el profesor no doctor dirigió sólo 1 TFM. Como se verá en el plan de mejoras,

ya se ha mencionado que la intención es que en breve todos los estudiantes puedan ser dirigidos por un tutor doctor.

Los estudiantes, como se evidencia en las siguientes muestras de encuesta, estan satisfechos con el profesorado, las tutorías y el seguimiento de los trabajos y actividades:

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados del máster (puntuación sobre 5)	
I8 - Estoy satisfecho/a con el profesorado	**4,3**





La procedencia de la primera muestra es de la encuesta de la Unidad de Proyectos, Estudios y Calidad (UPEQ) de la Universidad que se realizó a los recién titulados del curso 2016-17. La encuesta se envió a los 33 titulados del máster y se obtuvieron 9 respuestas, que representan el 27,3% del total de titulados. Aunque la participación es baja, valoramos muy positivamente el resultado.

Para fortalecer la anterior evidencia pueden verse los resultados de las valoraciones de los estudiantes de las asignaturas en el curso 2016-17(según encuesta AVALDO) en el punto 6.2.

M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

4.1 Porcentaje de profesorado por categoría y según doctorado

Estudio	Doctor	Permanentes 1	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Máster Universitario en Estudios Internacio-nales sobre Medios, Poder y Diversidad	Doctores	25.00%	50.00%	0.00%	12.50%	87.50%
	No doctores	0.00%	0.00%	12.50%	0.00%	12.50%

Total general		25.00%	50.00%	12.50%	12.50%	100.00%

4.1 Profesorado por Categoría y según doctorado

Estudio	Doctor	Permanentes 1	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Máster Universitario en Estudios Internacio-nales sobre Medios, Poder y Diversidad	Doctores	2	4	0	1	7
	No doctores	0	0	1	0	1
Total general		2	4	1	1	8

4.2 Porcentaje de horas impartidas de docencia (HIDA) según categoría de profesorado y doctorado

Estudi	Doctor	Permanents 1	Lectors	Associats	Altres	Total general
Máster Universitario en Estudios Internacio-nales sobre Medios, Poder y Diversidad	Doctors	37.00%	43.00%	0.00%	15.00%	95.00%
	No doctors	0.00%	0.00%	5.00%	0.00%	5.00%

Total general		37.00%	43.00%	5.00%	15.00%	100.00%

4.2 Horas impartidas de docencia (HIDA) según categoría de profesorado y doctorado

Estudio	Doctor	Permanentes 1	Lectores	Asociados	Otros	Total general
Máster Universitario en Estudios Internacio-nales sobre Medios, Poder y Diversidad	Doctores	74.00	86.00	0.00	30.00	190.00
	No doctores	0.00	0.00	10.00	0.00	10.00
Total general		74.00	86.00	10.00	30.00	200.00

4.3 Porcentaje de horas impartidas de docencia (HIDA) según tramos

Curso 2016-2017	Investigación				Docencia			
Estudio	Sin tramo	No vivo	Vivo	Total	Sin tramo	No vivo	Vivo	Total
Máster Universitario en Estudios Internacio-nales sobre Medios, Poder y	23%	0%	77%	100%	5%	15%	80%	100%

Diversidad								

4.3 Horas impartidas de docencia (HIDA) según tramos

Curso 2016-2017	**Investigación**				**Docencia**			
Estudio	Sin tramo	No vivo	Vivo	Total Horas	Sin tramo	No vivo	Vivo	Total Horas
Máster Universitario en Estudios Internacio-nales sobre Medios, Poder y Diversidad	46.0	0.0	154.0	200.0	10.0	30.0	160.0	200.0

El objetivo del màster es que el 100% de los docentes sean doctores y expertos en el perfil de la asignatura que imparten. En lo relativo a la categoría de doctor, hemos alcanzado el 87,50% de profesores propios con categoría de doctor, que han impartido el 95% de toda la docencia del master. En lo relativo al perfil, todas las asignaturas temáticas han contado con expertos en el área de las mismas con publicaciones y proyectos de investigación relacionados y en activo –con un 77% de las horas de docencia impartidas por docentes con un tramo de investigación vivo y un 80% de las horas impartidas por docentes con un tramo de docencia vivo.

Todo el profesorado del programa del màster tiene formación en comunicación o en alguna rama de las ciencias sociales complementaria con los estudios de comunicación (psicología, ciencias políticas). El 100% de los profesores docentes están vinculados a grupos de investigación relacionados con su área de docencia: los estudios de género (Pilar Medina), los conflictos bélicos o crisis de refugiados (Chris Tulloch), la ética periodística (Ruth Rodríguez, Núria Almiron), la comunicación de autor creativa (Manel Jiménez), los estudios antiespecistas (Núria Almiron), la infancia y la juventud (Marta Narberhaus) o las metodologías (Carles Roca). Estos profesores han estado involucrados en el periodo immediatamente anterior al máster o simultaneamente con proyectos de investigación financiados competitivamente como THINKClima (https://www.upf.edu/web/thinkclima/home), MEDIACorp (https://www.upf.edu/web/cas/mediacorp), TRANSGANG (http://www.joventut.udl.cat/?project=transgang), IJIE (http://grp.upf.edu/ca/node/54) o TRIP

(http://grp.upf.edu/ca/node/53). Proyectos incorporados, junto a sus investigadores, en los siguientes grupos de investigación:

Grup de recerca en periodisme (GRP), grupo de investigación consolidado (AGAUR)
Comunicació, publicitat i societat (CAS), grupo de investigación, grupo emergente
Unitat d'investigació en comunicació audiovisual (UNICA), grupo de investigación consolidado (AGAUR)
Grup de recerca, juventut, societat i comunicació (JOVIS), grupo de investigación consolidado (AGAUR)
Grup de recerca Critical Communication (CRITICC), de nueva formación

Adicionalmente, el 83% de los profesores docentes del máster han tenido, o tienen todavía, experiencia profesional relacionada. En concreto con el ejercicio del periodismo (Chris Tulloch, Ruth Rodríguez y Núria Almiron), la comunicación audiovisual (Manel Jiménez, Mercè Oliva) y la atención a colectivos vulnerables (Pilar Medina, Carles Roca, Núria Almiron). El 90% de los profesores docentes del máster son profesores permanentes o a tiempo completo del departamento de comunicación de la UPF.

Este programa supera pues el % obligatorio de doctores u horas de docencia impartidas por doctores en máster y tiene una plantilla docente con un perfil muy ajustado a la combinación de formación académica y profesional que ofrece la titulación, con docentes con un amplio currículum académico y experiencia profesional en los respectivos ámbitos de la comunicación y en las áreas temáticas en las cuales imparten docencia.

En el caso de los supervisores de trabajos de final de máster (TFMs), el 100% son doctores y tiene el perfil adecuado porque en un 90% son los mismos profesores docentes con el perfil descrito antes. Por regla general la asignación de tutores se realiza en función de la temática elegida por los estudiantes, que tiene obligatoriamente que encajar con los temas incluidos en las asignaturas del programa. Solo en ocasiones puntuales los supervisores de TFM no son profesores del máster, y cuando ello es así es para garantizar la adecuación del perfil del supervisor al tema del trabajo final, en los casos en que algunos estudiantes han elegido especialidades de comunicación para las que contamos con expertos en el departamento que no son profesores del máster, por ser muy específicas, como el caso de los videojuegos o el periodismo deportivo comprometido. Tanto los tutores de TFM que son docentes del máster como los que excepcionalmente no lo son cuentan con la guía del TFM para guiar su tutorización. En ella se incluye una rúbrica de valoración del TFM que funciona como indicativo del resultado que se espera del TFM y lo que el estudiante puede esperar de la tutorización. En caso de un tutor, profesor o no del máster, que no cumpla con estos requisitos, el estudiante es informado de que puede solicitar a la coordinación del máster que intervenga.

Los tutores de TFMs de los cursos 2015-2016, 2016-2017 y 2017-2018 han sido:

Núria Almiron (profesora titular de universidad): 14 TFMs tutorizados
Christopher Tulloch (profesor agregado interino): 10 TFMs tutorizados
Pilar Medina (profesora agregada interina): 9 TFMs tutorizados
Carles Roca (profesor lector): 7 TFMs tutorizados
Ruth Rodríguez (profesora agregada interina): 6 TFMs tutorizados
Mercè Oliva (profesora agregada interina): 2 TFMs tutorizados
Manel Jiménez (profesor agregado): 1 TFM tutorizado

Eva Pujadas (profesora titular de universidad): 1 TFM tutorizado
Carlos Scolari (profesor titular de universidad): 1 TFM tutorizado
Carles Feixa (catedrático de universidad): 1 TFM tutorizado
Óliver Pérez (profesor agregado interino): 1 TFM tutorizado
Xavier Ramón (profesor visitante): 1 TFM tutorizado

Finalmente, los estudiantes se muestran muy satisfechos con los profesores del programa. Valoran la satisfacción general con el profesorado con un 4,9 sobre 5 (por encima del 4 de media de la UPF) con respuestas positivas, en su mayoría con la mejor valoración de todos los másters del departamento de comunicación en todo lo relativo al profesorado. El 30% de los estudiantes contestaron a esta encuesta (Enquesta de Valoració del Sistema i Organització de l'Ensenyament als alumnes de la UCA de Comunicació, Unitat de Projectes, Estudis i Qualitat (UPEQ) Desembre del 2016).

4.2 El profesorado del centro es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para desarrollar sus funciones y atender a los estudiantes

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

El grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Pompeu Fabra tiene una doble orientación, **académica y profesionalizadora**, pues la formación que reciben los alumnos combina teorías, herramientas conceptuales y pensamiento analítico y crítico, con técnicas, procedimientos profesionales y pensamiento instrumental. Ahora bien, la docencia del grado se concibe como fundamentalmente práctica en el sentido de integrar el conocimiento académico con el profesionalizador, y de integrar la teoría en la práctica. En consecuencia, el título aplica un modelo docente plenamente instaurado que combina sesiones semanales de teoría de 1 a 3 horas con todo el grupo y seminarios semanales de 2 a 4 horas con grupos reducidos (de 20 a 30 estudiantes). Es más, en la actualidad hay una clara tendencia a desdoblar los grupos de teoría e incorporar las horas semanales de teoría en las horas semanales de práctica.

Desde la coordinación del grado, se considera que esta tendencia aborda mejor el espíritu de Bolonia y aprovecha las oportunidades de la actual sociedad en red y de la comunicación, a la que pertenecen los estudiantes universitarios actualmente -nativos digitales. Como se ha dicho en el Estándar 1.3, la ratio adoptada por la Facultad de Comunicación de la UPF que estipula 10 horas presenciales del alumno en clase para cada crédito puede ser reinterpretada con cierta flexibilidad siguiendo los preceptos del Espacio Europeo de Educación Superior, dependiendo del tipo de estudios y asignaturas (de 1º o de 4º; obligatorias, básicas u optativas; teóricas, teórico-prácticas o talleres, etc.).

En este sentido, la crisis económica de los últimos años ha afectado a los recursos docentes, de forma que la ratio de estudiantes ETC por PDI ETC ha subido en los últimos años, de 16.8 en el 2013-2014 a 17.8 en el curso 2016-2017. Si se quiere mantener la calidad de un modelo docente basado en los talleres y dinámicas de grupo, se debe tender a flexibilizar la equivalencia entre créditos y horas.

4.5. Relación estudiantes ETC por PDI ETC (equivalente a tiempo completo)

Curso académico	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	16.8	18.0	15.5	17.8

M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

4.5. Relación estudiantes ETC para PDI ETC (equivalente a tiempo completo) (estándard 4.2)

Curso académico	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
M.U. Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneo	21.6	15.2	16.8	19.0

El profesorado del Departamento es ampliamente suficiente para las necesidades del MECAC. El 92.83% del personal es doctor con acreditada experiencia investigadora y docente.

Según la tabla que encabeza este apartado, en el curso 2016-17 hay una relación de 19 estudiantes por cada profesor. Este ratio ha aumentado mínimamente en el último año, pero está por debajo del 21.6 del curso 2013-14.

Desde la coordinación del Máster se valora positivamente la relación, porque significa que en las asignaturas optativas hay máximo unos 19 estudiantes, tal y como se observa en la siguiente tabla, que contiene los números de estudiantes de cada asignatura (aunque en las asignaturas obligatorias haya 30 estudiantes en relación al número de plazas que ofrece el MECAC):

Trimestre	Asignatura	Matriculados
1T	Cruïlles Contemporànies entre Cinema, Televisió i Còmic (31152-T-1)	16

1T	Imaginaris del Cinema de Hollywood (31150-T-1)	17
1T	Història Crítica de les Metodologies de Recerca en el Cinema i l'Audiovisual I (31000-T-1)	30
1T	Estètica del Cinema Contemporani (31026-T-1)	34
1T	El Cinema a les Sales d'Exposició (31025-T-1)	9
2T	Tendències del Cinema Digital (31024-T-1)	17
2T	Cinemes del Real (31148-T-1)	19
2T	El Pensament de les Imatges: Assaig Audiovisual (31320-T-1)	24
2T	Història Crítica de les Metodologies de Recerca en el Cinema i l'Audiovisual II (31014-T-1)	30
3T	Cinema i Televisió: Nous Imaginaris i Fronteres de la Ficció (31151-T-1)	15
3T	Cinema, Teatre i Literatura (31925-T-1)	11
3T	Iconografia del Cinema (31944-T-1)	6
3T	Els Gèneres en el Cinema Contemporani (31021-T-1)	15

Se observa que al margen de las tres obligatorias, las asignaturas optativas teóricas tienen como máximo 19 estudiantes y como mínimo 6 alumnos (cifra excepcional, puesto que normalmente los grupos son de 8-9 estudiantes mínimo. A raíz de esta anomalía en esta asignatura en el año siguiente en la tutoría se informó de los contenidos de la asignatura y en el curso 2017-18 han habido 17 matriculados). Generalmente, pues, en las asignaturas se matriculan de 9 a 16 estudiantes. La cifra de

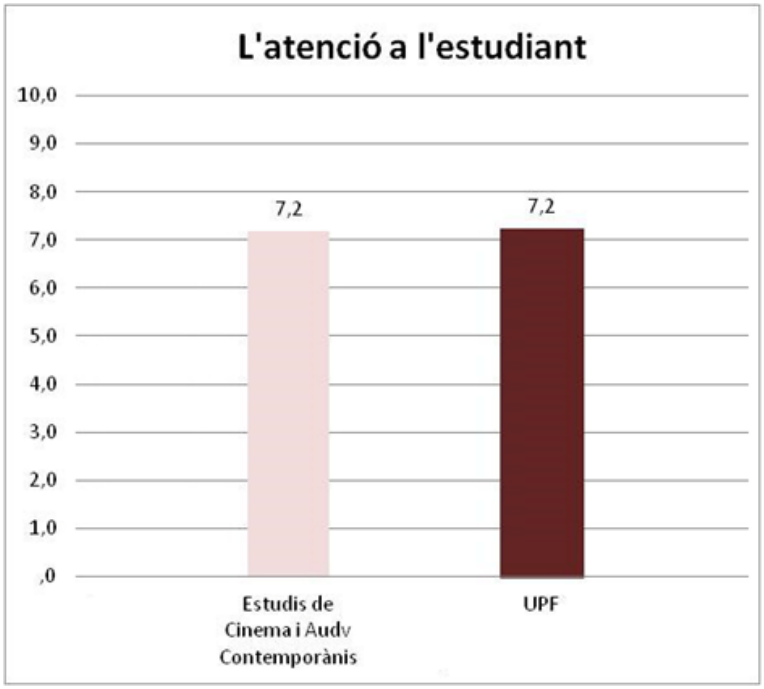
24 estudiantes para la asignatura "El pensamiento de las imágenes: el ensayo audiovisual" se justifica por ser la única asignatura práctica del plan de estudios.

De esta manera, los profesores pueden trabajar en las clases sin masificaciones y con la posibilidad de realizar tutorías individuales (si así lo estiman los docentes) para sus asignaturas.

A partir de las encuestas de la UPEQ realizada a graduados y a los alumnos de Máster (EVSOE) se constata la satisfacción de los estudiantes con el profesorado:

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster (puntuación sobre 5)	
L8 - Estoy satisfecho/a con el profesorado	**4,3**

Fuente: Encuesta de satisfacción de los titulados del Máster (UPEQ)



Fuente: EVSOE (UPEQ).

Aunque, como se ha comentado anteriormente, dichas encuestas han participado sólo entre un 27, 3% y un 33,3% de titulados, valoramos positivamente la estimación alta de los encuestados.

M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

4.5. Relación estudiantes ETC por PDI ETC (equivalente a tiempo completo) (estándar 4.2)

Curso académico	2016-2017
M.U Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad	26.3

Con una relación de estudiantes ETC por PDI ETC de 26,3 el profesorado del máster es adecuado tanto en tamaño como en dedicación. El número total de estudiantes por clase no ha superado en ningún caso los 30, lo cual es satisfactorio. Algunas asignaturas cuentan además con más de un profesor (Ética de la mediación, por ejemplo con 4 profesores el curso 2016-2017).

Adicionalmente, para la tutorización de TFMs contamos con todos los profesores del máster que son doctores y con algunos doctores no docentes del máster pero con especialidades vinculadas al programa del máster.

El profesorado del máster tiene además una dedicación adecuada atendiendo a las valoraciones de los estudiantes que evaluan con:

9,3 la actitud receptiva del profesor con respecto a los estudiantes
8,3 la tutorización y el seguimiento de las tareas
9 la puntualidad y el cumplimiento de los horarios
8,7 en lo relativo al cumplimiento de las expectativas generadas por los profesores

Estos datos proceden de la Encuesta de Valoració del Sistema i Organització de l'Ensenyament als alumnes de la UCA de Comunicació, Unitat de Projectes, Estudis i Qualitat (UPEQ, Desembre del 2016) a la que responderon el 30% de los estudiantes. En general los datos de valoración de la dedicación del profesorado son muy buenos y cada trimestre el programa cuenta con un o varios profesores que han recibido las valoraciones más altas de toda la facultad de comunicación.

Como dato para la mejora, en las encuestas destaca la demanda de los estudiantes de disponer de más oferta optativa. Lo cual se ha materializado en el curso 2017-2018 y volverá a aumentar en el curso 2018-2019.

4.3 La institución ofrece apoyo y oportunidades para mejorar la calidad de la actividad docente e investigadora del profesorado

La USQUID (Unidad de Soporte a la Calidad e Innovación Docente) del Centro ofrece un apoyo directo al profesorado en su faceta docente, fundamentalmente mediante:

Sesión de aspectos básicos de la organización de la docencia en el centro, normativa, herramientas y servicios de apoyo docencia para nuevos profesores en cualquiera de las categorías.
Atención a nivel de centro respecto a aspectos de mejora de metodologías docentes y estudio de impacto.
Dando apoyo a las acciones identificadas por la subdirección de Calidad e Innovación Docente del centro y a la Comisión de Evaluación de la Calidad Docente a partir de las conclusiones derivadas de los procesos del sistema (B0438 Actualizar y acreditar el modelo de evaluación de la docencia, B0441 Gestionar la encuesta de satisfacción del profesorado y cargos académicos).
Espacios de debate para la mejora y el aprendizaje en comunidad de aspectos de actividad docente (como, por ejemplo, las jornadas anuales de innovación docente organizadas a nivel de centro).

La USQUID se coordina con el CLIK (Center for Learning Innovation and Knowledge), órgano de la Universidad que tiene como misión impulsar la renovación pedagógica y promover la mejora de los procesos de docencia–aprendizaje, así como contribuir a asegurar la máxima calidad educativa de la Universitat Pompeu Fabra.

El CLIK ofrece soporte al profesorado para la mejora de la calidad de la actividad docente a través de los ámbitos y actuaciones siguientes:

Programación de formación diversificada dirigida al personal docente

Formación inicial en docencia universitaria (FIDU), formación básica en docencia dirigida al profesorado novel con tres itinerarios formativos.
Formación continua, articulada en diferentes módulos (instrumental, de innovación, de habilidades docentes, mejora del proceso de enseñanza y aprendizaje). Formación específica, que se desarrolla a partir de las líneas estratégicas de la institución y los planes institucionales.
Formación a medida, desarrollada a partir de la detección de necesidades formativas de centros y departamentos de la Universidad.
Talleres transversales, organizados en torno a temáticas vinculadas a la docencia y que constituyen un laboratorio de experimentación de nuevos formatos.
Formación en lenguas, en el marco del Plan de Acción por el Multilingüismo. El objetivo prioritario es promover las terceras lenguas con el fin de impulsar e incentivar el multilingüismo en la docencia y facilitar, al PDI, la mejora de las competencias lingüísticas, en particular del inglés y catalán. La formación en lenguas se completa con la oferta del Programa de Enseñanza de Idiomas.

Autoformación, mediante un espacio en la web, proporciona al profesorado herramientas y recursos para mejorar sus competencias docentes y para aplicar nuevas metodologías en la docencia.

Entre el curso 2013-14 hasta el curso 2016-17 ha habido 191 participaciones de profesorado del centro en algún curso de formación continua ofrecida por el CLIK por parte del profesorado del Centro.

Convocatoria de ayudas para la innovación y la calidad docente (PlaClik)

Cada curso académico el profesorado, tanto de manera individual como formando equipos docentes, dispone de la oportunidad de presentar sus proyectos de innovación docente y de garantía de la calidad educativa a través de la convocatoria de ayudas PlaClik. Las propuestas son seleccionadas a partir de unos criterios aprobados por el Consejo de Gobierno y en consonancia con las líneas estratégicas y transversales de la Universidad en materia de innovación y calidad docente.

El proceso de valoración se realiza mediante un riguroso sistema de valoración interno, en el cual se tienen en cuenta los aspectos técnicos, académicos e institucionales. Los resultados de cada proyecto se deben justificar oportunamente, teniendo en cuenta los aspectos académicos y económicos, e incidiendo en el impacto que tienen en el aprendizaje del alumnado.

El CLIK ofrece apoyo al profesorado en el diseño y desarrollo de propuestas para la experimentación de metodologías activas que busquen la mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje, promoviendo el carácter transversal e interdisciplinar de las propuestas.

También da soporte a la difusión de las buenas prácticas a través de diversos canales y formatos, como la generación de noticias digitales, la realización de jornadas y la publicación en e-repositorios institucionales.

Cabe mencionar que entre los cursos 2013-14 y 2017-18 fueron aprobados e implementados 51 proyectos PlaClik por profesores del centro.

Convocatorias de ayudas para la innovación y mejora de la calidad docente de otras instituciones

El CLIK y la USQUID ofrecen información sobre las convocatorias externas relacionadas con proyectos de innovación y mejora docente, dando soporte al profesorado que participa en el diseño, gestión de presentación y justificación de propuestas.

Convocatoria de movilidad docente Erasmus

La convocatoria de ayudas de movilidad docente Erasmus, dirigida al profesorado de la Universidad, está directamente relacionada con el desarrollo del Espacio Europeo de Educación Superior. Situando la atención en la mejora e innovación en los procesos de enseñanza y aprendizaje, tiene como objetivos:

Promover el intercambio de competencias y experiencias sobre métodos pedagógicos.
Fomentar que las instituciones de educación superior amplíen y mejoren la variedad y contenidos de los cursos ofertados.
Favorecer la internacionalización en la Universidad posibilitando, a los estudiantes que no pueden participar en un programa de movilidad, el acceso a los conocimientos y experiencia del personal académico de instituciones de educación superior de otros países europeos.

En este contexto, la UPF ha desarrollado e impulsado los mecanismos necesarios de difusión, gestión y valoración de las propuestas, en el marco de la movilidad docente.

Recursos para la actividad docente

El profesorado dispone de un amplio abanico de recursos para la reflexión y la práctica educativa, para complementar las habilidades docentes y para abrir posibilidades para desarrollar otras nuevas:

Plan docente (diseño, orientaciones y normativa para su elaboración)
Espacio Aula Global (desarrollo de las potencialidades de la plataforma Moodle y dinamización)
Acción Tutorial (web de apoyo al Plan de acción tutorial)
Recursos de información para la docencia (recursos, relacionados con la enseñanza y el aprendizaje, la innovación docente y la calidad educativa, en varios formatos)
Recursos digitales aplicados a la docencia (instrumentos útiles para el proceso de enseñanza-aprendizaje)
Guía para la organización de la docencia en la UPF (Guía para la organización de la docencia)
Asesoramiento pedagógico personalizado (en el diseño y desarrollo de proyectos para la experimentación de metodologías activas que busquen la mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje, promoviendo el carácter transversal e interdisciplinario de las propuestas)

Glosario de recursos didácticos para la docencia.

Cursos en línea abiertos y masivos (MOOC)

Los MOOC son cursos en línea sobre diversas temáticas, masivos y abiertos a todos. Se caracterizan por promover procesos de enseñanza-aprendizaje interactivos, colaborativos y en línea a través de cursos basados en la modularidad, la videosimulación y la autoevaluación, al mismo tiempo que ayudan a profesores y a la Universidad a dar conocer su docencia y su investigación.

El CLIK ofrece apoyo y asesoría pedagógica en la elaboración de los cursos MOOC que ofrece la Universidad actualmente a través fundamentalmente de las plataformas MiríadaX y FutureLearn.

Recopilación de experiencias aplicadas a la docencia

El repositorio digital de la UPF permite acceder a materiales docentes, exámenes e informes sobre docencia producidos por el profesorado y personal de administración y servicios de la UPF.

El repositorio de buenas prácticas docentes pretende recoger, difundir y preservar experiencias de buenas prácticas de los profesores de la Universidad, en el ámbito de la docencia.

Acreditación de conocimiento del catalán del profesorado de la UPF

El CLIK gestiona los diferentes sistemas de acreditación de conocimiento del catalán para el profesorado de la UPF, en base al decreto 128/2010 del Gobierno de la Generalitat que se deriva de la Ley 1/1998 de Política Lingüística, y aplicando la normativa relativa a la acreditación de conocimiento suficiente de catalán del profesorado, aprobada el 19 de octubre de 2011, por el Consejo de Gobierno de la UPF.

Premios del Consejo Social

El Consejo Social de la Universidad, con la finalidad de reconocer e incentivar la excelencia en la función docente y promover la innovación, ofrece anualmente los Premios a la calidad en la docencia siguientes:

Premio a la trayectoria docente en reconocimiento a una actividad docente individual relevante y continuada en la UPF.
Premio a la iniciativa docente como incentivo a los proyectos educativos de calidad y reconocimiento de las iniciativas que fomenten la mejora de la calidad docente.
Premio a la actividad docente dentro de un grado, en reconocimiento del ejercicio de una actividad docente relevante dentro de una titulación de la UPF.
Premio a la actividad docente dentro de un máster universitario, en reconocimiento del ejercicio de una actividad docente relevante dentro de un máster UPF.

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La Universidad Pompeu Fabra pone a la disposición de las facultades tres organismos para apoyar la calidad de la actividad docente e investigadora: el CLIK, la Factoria+ y el USQUID. El Centro para la Innovación en Aprendizaje y Conocimiento - Center for Learning Innovation and Knowledge (CLIK) (http://www.upf.edu/web/clik/.) tiene como misión definir y actualizar el modelo educativo integral de la Universidad Pompeu Fabra, dotándolo de personalidad y de singularidad por medio del impulso de la innovación en la docencia, la promoción de la transformación de los procesos de docencia y aprendizaje y la incorporación de las herramientas, los recursos y las tendencias que deben suponer una optimización pedagógica.

Por tanto, la oferta de cursos para la formación del profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es muy amplia y se canaliza a través del CLIK. Durante el curso 2017-2018 se ofrecieron un total de 59 actividades de formación continua, tanto presenciales como en línea y relacionadas con diversas áreas: innovación en la docencia y TIC; mejora en el proceso de enseñanza y aprendizaje; planificación, gestión e investigación; y seguridad y salud en el trabajo. Por otro lado, se programó también un curso de Formación Inicial en Docencia Universitaria, dirigido a proporcionar herramientas para la mejora de las estrategias docentes para profesorado novel, y varios cursos de formación en lengua inglesa (tanto para la docencia como para la investigación) y en lengua catalana (exclusivamente para la docencia). Esta amplia oferta demuestra, pues, que existe una clara voluntad de ofrecer oportunidades de mejora de la calidad docente e investigadora del profesorado por parte de la UPF. En conjunto, el CLIK organiza cursos específicos y transversales, financia proyectos de innovación docente, programa cursos a medida y a demanda, asesora a docentes, dispone de herramientas de todo tipo para la docencia, programa cursos CICLIKS dirigidos a apoyar la investigación de estudiantes de doctorado, gestiona inscripciones al CIDU (Congreso Internacional de Docencia Universitaria y Educación), etc.

En primer lugar, el profesorado de la UCA de Comunicación de la UPF, entre el que se incluye el profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, sumó 314 participaciones en actividades de formación entre los cursos 2013-2014 y 2016-2017 (ver tabla en evidencias). La mayoría (191) participaron en cursos de formación continua. El número de participantes en cursos de formación en lengua inglesa y de formación específica también fue bastante elevado (46 y 43 participantes, respectivamente). Estas cifras muestran una implicación importante del profesorado de la UCA en las actividades de formación y, por lo tanto, una clara voluntad de involucrarse para la mejora de la calidad docente de los grados de la UCA.

En particular, los cursos FIDU (Formación Inicial en Docencia Universitaria) del CLIK tienen por objetivo proporcionar formación básica en docencia al profesorado de la Universidad siguiendo el paradigma del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). En estos cursos se trabajan competencias interpersonales, metodológicas, comunicativas, digitales, de innovación, lingüísticas y de planificación y gestión de la docencia. 11 profesores del departamento los han cursado en los cuatros cursos anteriores, con un carga lectiva de 170 horas en la mayoría de casos. Se debe destacar que ambos tipos de cursos (CLIK y FIDU) se intentan aplicar a los casos y ejemplos de investigación y docencia traídos por el perfil de los profesores/as. De esta forma, las investigaciones tiene un apoyo fundamental en sus diferentes fases: referenciar el marco (Mendeley), recabar datos, software de

análisis cualitativo y cuantitativo, presentación de resultados, redacción en inglés, conocer el impacto de las publicaciones, detectar plagio (Turnitin) y un largo etcétera.

En segundo lugar, el CLIK ha financiado un total de 54 proyectos de innovación docente (PlaCLIK) en este periodo temporal, con cantidades que varían de los 700-800 a 3000€. Existen diferentes modalidades: Proyectos de innovación y creatividad en la E + A; investigación educativa, estudios y análisis; y organización de encuentros interuniversitarios. Normalmente, el rango temático de los proyectos abarca desde iniciativas docentes en el aula en el marco de una asignatura (recursos digitales, acciones tutoriales, aula global, dinámicas de trabajo en grupo como flipped classroom, uso de tablets...) hasta proyectos sobre el plan de estudios de los grados, sea cuestiones prácticas como el solapamiento entre asignaturas (profesor Lluís Mas en el grado en Publicidad y Relaciones Públicas) o la implementación del modelo de competencias en el marco de la EEE (Profesora Matilde Obradors para el mismo grado). A nivel de asignaturas, se pueden destacar los sucesivos proyectos del profesor Carlos Scolari, que han continuado con un proyecto europeu sobre alfabetismo transmedia, o el caso del profesor Juan Jesús Arrausi, experto en pedagogía, que, siendo profesor asociado, presento su proyecto en el CIDUI.

En tercer lugar, los cursos sobre formación en lenguas, especialmente inglés, son particularmente importantes. En ellos se trata el inglés académico escrito y oral, y las presentaciones, en diferenes niveles: basic, advanced y proficient. Hasta 50 profesores se han beneficiado de los mismos, con una asistencia siempre superior al 75% y normalmente en torno al 80-90%.

En cuarto lugar, la mobilidad erasmus docente ha sido aprovechada en cinco ocasiones en los últimos cinco cursos por parte de profesores del grado, como es el caso de la profesora Núria Almirón (que hizo una estancia en el curso 2016-2017 en Lund University, Suecia, a través de este programa) o el profesor Manel Palencia-Ors, con estancias en la RMIT University en 2015-2017 (Royal Melbourne Institute of Technology). En el marco de la UCA de comunicación, este programa se ha concedido en más de 15 ocasiones en los últimos cinco cursos. Por último, la UPF cuenta con una oferta de 24 cursos en línea abiertos y masivos (MOOC) para cuya elaboración el CLIK proporciona asesoramiento pedagógico, además de elaborar varios modelos instruccionales para que el profesorado pueda elaborar contenidos docentes en este formato. En este sentido, algunos profesores del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas imparten cursos MOOC y se han podido beneficiar de la formación del CLIK para introducir innovaciones docentes también en las asignaturas del Grado. Se puede destacar el video pedagógico sobre investigación en Media Psychology, realizado por el CLIK a partir de un proyecto VEU (para la realización y producción de materiales multimedia, videos didácticos o cursos en línea) de los profesores Lluís Mas y Emma Rodero (consultar el vídeo que está colgado en el portal de evidencias).

La Factoria+ es un servicio ofrecido por la Biblioteca/CRAI de la Universidad que proporciona recursos tanto para mejorar la calidad docente como para la investigación. Por lo que respecta a la docencia, La Factoria+ forma al profesorado en el uso del Aula Global y atiende incidencias relacionadas con el uso de este recurso. También produce materiales audiovisuales para la docencia y da soporte en la elaboración de páginas web. Por lo que respecta a la investigación, La Factoria+ ofrece un repositorio de herramientas 2.0 para crear, compartir información y trabajar de forma colaborativa, además de proporcionar también soporte para la elaboración de páginas web de grupos o proyectos de investigación. En conjunto, los docentes de la UCA de Comunicación valoran positivamente el conjunto de recursos disponibles. Las metodologías docentes en general son valoradas con un 4.3, la

misma nota que el grado de correspondencia entre las asignaturas que se imparten y el ámbito de investigación de los profesores, así como los resultados obtenidos por parte de los estudiantes. También se valora positivamente el Aula Global (3.4) y el grado de innovación docente que permiten las condiciones docentes (3.2).

Y como tercer organismo de apoyo a la calidad docente e investigadora, los docentes e investigadores de la UPF disponen de la Unidad de Apoyo a la Calidad y la Innovación Docente (USQUID). Se trata de estructuras que apoyan la renovación pedagógica, la mejora de los procesos de docencia-aprendizaje y la calidad educativa. Principalmente se ocupa de proyectos sobre redes, wikis, foros, videos y transversalidad de los grados.

La satisfacción del profesorado con la oferta formativa del CLIK es elevada. Durante el curso 2016-2017 más de un 85% de los profesores que contestaron a la pregunta "Vuestra satisfacción global hacia el curso" evaluaron la formación como excelente o buena. Los docentes del grado también valoran positivamente los aspectos administrativos, el apoyo institucional (3.8), así como los recursos docentes (3.7) y de investigación (3.6). La comunicación de la secretaría también se valora positivamente (3.4). También cabe destacar la importancia de plantear iniciativas de conciliación familar y profesional (3.5) a nivel de facultad y la concesión de recursos que permitan la promoción y desarrollo profesional de los docentes en una época de crisis y postcrisis (2.9).

Asimismo, es importante anotar que el Consejo Social ha premiado a la profesora Mònika Jiménez y la becaria predoctoral y profesora Marta Lopera por su actividad docente en el grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el curso 2017-2018.

Finalmente, durante el periodo 2015-2017 desde la USQUID de la UCA de Comunicación de la UPF se desarrolló un estudio financiado por AGAUR (2014EMQE2 007) y liderado por el Dr. Carles Singla para evaluar los planes de estudio de los tres grados ofrecidos por la UCA y su posible reformulación, además de plantear la posibilidad de crear nuevos grados. El equipo que formaba parte del proyecto incluía, además de a su IP (en aquel entonces decano de la Facultad), al director de la UCA de Comunicación, al director de la USQUID de la Facultad y al actual coordinador docente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Precisamente en relación con el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas este estudio pretendía analizar la pertenencia de las competencias y perfiles profesionales incluidos en el plan de estudios e involucrar al profesorado en la discusión sobre la necesidad (o no) de replantear la oferta de asignaturas y sus contenidos y metodologías. Más allá de los resultados alcanzados, es pertinente mencionar este estudio porque supuso también una excusa para debatir colectivamente la calidad de la actividad docente del conjunto del profesorado del grado, para compartir visiones y para que el profesorado reflexionara individualmente sobre estas cuestiones.

M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

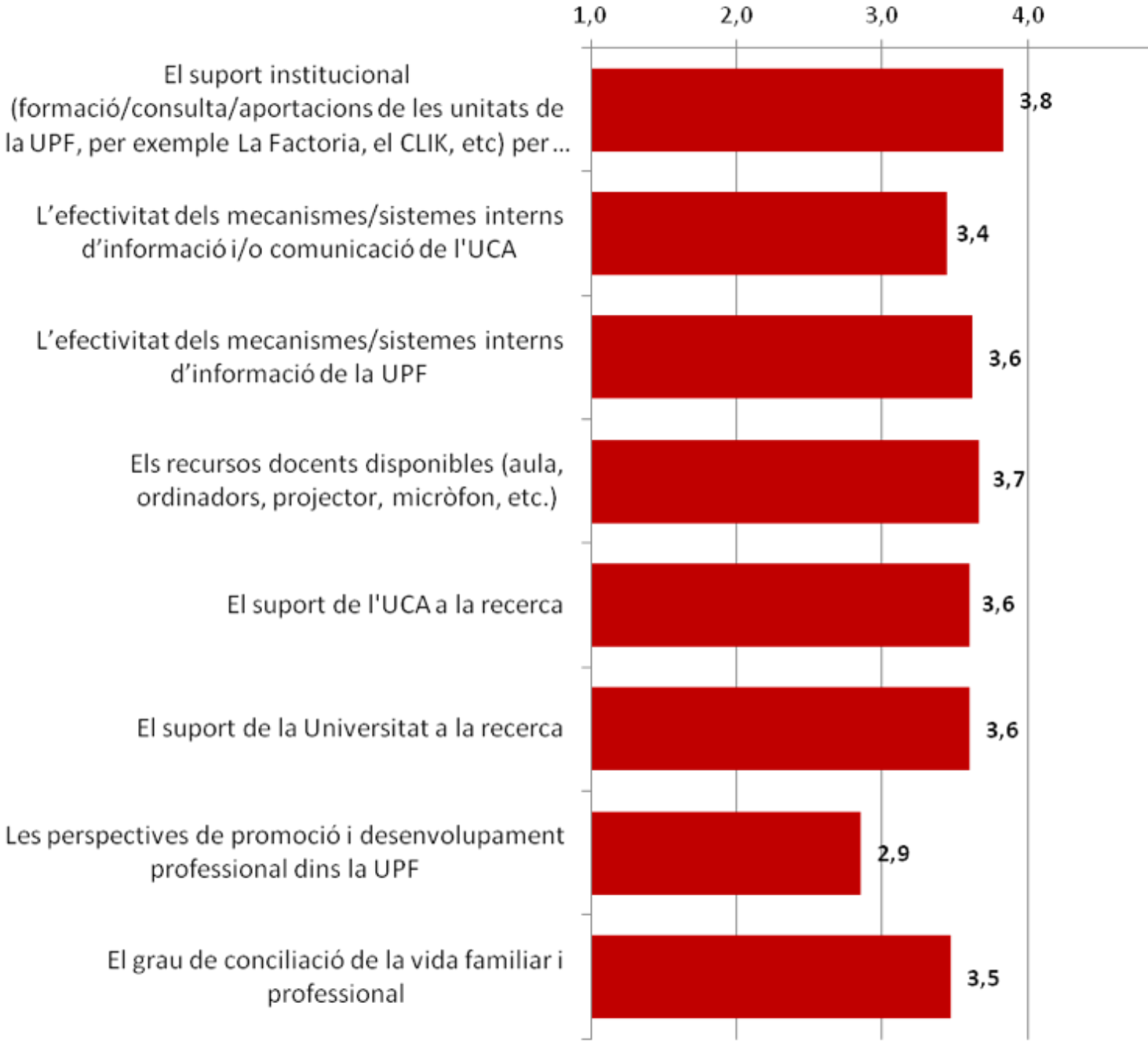
La Unidad de Proyectos Estudios y Calidad (UPEQ) hizo llegar un documento a los 229 profesores que impartieron docencia durante el curso 2016-17 y sólo 36 profesores contestaron, siendo el nivel de

respuesta sólo de un 15,7%. Los resultados fueron los siguientes: sobre la puntuación de 5, los profesores valoraron en un 3,8 el soporte institucional (formación, consulta, aportaciones de las unidades como la Factoría o el CLIK) y con un 3,6 el soporte de la UCA o la Universidad a la investigación.

Aunque el nivel de respuesta sea baja, los profesores que participaron en la encuesta valoraron bien el soporte que reciben por parte de la UCA y la Universidad, hecho que se estima de manera realmente muy positiva, ya que fortalece la posibilidad de ir mejorando la actividad docente e investigadora.

Valoració de diferents aspectes en relació els recursos oferts per part de la UCA i de la Universitat

(on 1 és gens satisfet/a i 5, molt satisfet/a)



En la encuesta de satisfacción al profesorado de la la Unidad de Coordinación Académica (UCA) de Comunicación, la valoración de los docentes de máster de los distintos aspectos en relación a los recursos ofrecidos por parte de UCA de comunicación y la Universidad es por lo general alta.

El apoyo institucional (formación/consulta/portaciones de las unidades de la UPF) es lo que recibe una mayor valoración (3,8 sobre 4). Ello es debido probablemente al esfuerzo que realiza la universidad en este sentido, especialmente la unidad CLICK con una oferta de formación docente extensa y variada cada año, y la Factoria, con materiales online específicamente pensados para dar apoyo a la docencia y la investigación.

El segundo aspecto más valorado por los docentes de máster de la UCA de Comunicación son los recursos disponible en el aula (3,7 sobre 4), cuya configuración les es consultada cada año antes de iniciar el curso para adaptarla a sus necesidades y con asistencia técnica siempre disponible durante las sesiones.

A continuación se valora con un 3,6 sobre cuatro aspectos como la efectividad de los mecanismos informativos internos y el apoyo de la UCA y de la Universidad a la investigación.

Otros aspectos bien valorados son también el grado de conciliación familiar y profesional (3,5) y la efectividad de los sistemas informativos internos (3,4). Las perspectivas de promoción y desarrollo profesional dentro de la UPF recibe un 2,9 sobre 4.

Cabe añadir, que en el Máster Universitario de Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad, los docentes tienen apoyo financiero del programa para poder invitar cada año a un ponente del ámbito europeo para ofrecer un seminario o charla complementarias en sus asignaturas o a todos los estudiantes del máster. Ello permite ofrecer una mirada actualizada a la investigación en curso en otras universidades y supone un complemento docente normalmente muy valorado por docentes y alumnos.

Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje

5.1 Los servicios de orientación académica soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y los de orientación profesional facilitan la incorporación al mercado laboral

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La UPF ha establecido unos servicios de orientación académica que cada Facultad ha adaptado a sus necesidades. Algunos de estos servicios son comunes a la Facultad de Comunicación y otros han sido adaptados por cada Grado de forma particular.

5.1.1. Plan de Acción Tutorial

La implementación de la Acción Tutorial (ACTE) en la UPF se inició en el curso 2011-2012 para todos los estudiantes de primer curso de la UPF, desarrollando desde el CLIK un proyecto que engloba ámbitos de gestión, formación, evaluación, investigación docente y de difusión, necesarios para poder implementar un proyecto de esta envergadura. A través del Plan de Acción Tutorial (ACTE), la Universidad ofrece al alumnado un servicio de tutoría personalizada. A cada estudiante que accede a una titulación de grado se le asigna un tutor que le proporciona soporte, asesoramiento y orientación en temas académicos (trámites, gestiones y servicios), personales (motivación y aclaración de dudas) profesionales (de itinerario curricular) y en necesidades específicas (estudiantes con dificultades, deportistas de élite, etc).

La acción tutorial se entiende como una actividad docente continuada y extendida del profesor hacia el estudiante, de tipo orientador y formativo, con la finalidad de encauzar, asesorar y dar soporte al estudiante en su proceso de formación personal, académica y profesional. La elección, por parte de la UPF, de un modelo de tutoría completa, seguida y amparada en un mismo tutor, que deviene referente del estudiante durante todo el grado, resulta particularmente adecuada para los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas. La fuerte dimensión participativa en la adquisición de competencias, las dinámicas de permeabilización hacia la sociedad y la evaluación continuada hacen de esta modalidad de tutoría un referente continuo para el alumno, pues a través de una misma figura puede buscar asesoría en muy diversos ámbitos. La elección de itinerarios, el vínculo con la facultad y la orientación profesional forman parte de esta mecánica de referencialidad.

La continuidad de un mismo tutor desde el momento en el que el estudiante se incorpora, y la participación de todos los profesores del grado, favorece un contacto muy estrecho, amparado además en la utilización de un aplicativo y la disposición de una pauta de encuentros cuyo mínimo es de uno por trimestre. Más que un sistema de apoyo es, en si mismo, un sistema de aprendizaje y, naturalmente, de soporte y búsqueda de soluciones en casos de situaciones de riesgo. La presencia del tutor en momentos como la selección de las asignaturas optativas, asociadas a uno de los itinerarios principales del grado, resulta fundamental.

Estas tutorías genéricas se complementan con otras específicas que cada grado destina a TFG y prácticas profesionales, respectivamente. A través de estas últimas los estudiantes reciben también orientación sobre su futuro profesional.

5.1.2 Sistemas de apoyo y orientación a la movilidad y estudios en el extranjero

Los estudiantes disponen de diversos mecanismos a través de los cuales reciben apoyo y orientación sobre las oportunidades que les brinda la universidad para realizar estudios en el extranjero. La convocatoria más importante es la relacionada con las Becas Erasmus y Convenios Bilaterales. Estos mecanismos de apoyo y orientación a los estudiantes se arbitran a través de los siguientes canales:

1. Desde el primer curso y a lo largo de los Grados se realizan diversas sesiones informativas centradas en informar y potenciar la Movilidad de los estudiantes. El interés de los alumnos, las solicitudes cursadas y el total de graduados que han realizados estancias en el extranjero confirman un alto nivel de internacionalización de los estudios.

2. Asesoramiento, tutorización personalizada y sesión informativa sobre convocatorias Erasmus y Convenios Bilaterales. Durante el plazo de solicitud de convocatorias de movilidad Erasmus y Convenios Bilaterales, los coordinadores de movilidad de los Grados convocan a los estudiantes que pueden solicitar este tipo de ayudas para informarles del procedimiento a seguir, los requisitos necesarios y orientarles sobre las universidades de destino, con el fin de que los alumnos soliciten estudiar en aquellos centros que mejor se adaptan a sus intereses pedagógicos.

5.1.3. Sistema de apoyo y tutorización al Trabajo de Final de Grado

El Trabajo de Fin de Grado es decisivo por su naturaleza de vínculo entre el espacio académico y el mundo laboral. Por ello, la Facultad de Comunicación potencia, con especial énfasis, los mecanismos de apoyo y seguimiento del desarrollo de estos proyectos.

5.1.4. Sistema de apoyo y orientación sobre el acceso al mundo laboral

Los estudiantes disponen de diversos mecanismos a través de los cuales reciben apoyo y orientación para acceder al mundo laboral. Estas herramientas de apoyo de los estudiantes se arbitran a través de los siguientes canales:

a) Asesoramiento, tutorización personalizada y sesión informativa sobre prácticas curriculares.

b) Servicio de Carreras Profesionales. Orientación profesional e incorporación laboral

La Universidad Pompeu Fabra, a través del Servicio de Carreras Profesionales (SCP) desarrolla programas, actividades y proyectos que favorecen el vínculo entre la etapa de formación académica de los estudiantes y los ex alumnos con el mundo laboral, aportando, de esta manera, continuidad al proceso de inserción, orientación y reorientación laboral desde el momento en el que un estudiante accede a la Universidad por primera vez, y haciéndolo extensivo a lo largo de toda su vida profesional.

Entre las acciones que se están llevando a cabo destacan:

Prácticas académicas externas
Bolsa de Trabajo
Actividades de orientación y desarrollo profesional

c) Sesión informativa sobre Másteres del Departamento de Comunicación "Jornada Futuro"

Esta sesión informativa tiene como objetivo presentar y explicar a los estudiantes los distintos Másteres que ofrece la UPF y la BSM (Barcelona School of Management) en el ámbito de Comunicación. Esta jornada es de especial interés para todos los estudiantes que desean ampliar su formación al finalizar el grado y cuenta con la presencia de coordinadores y profesores de los Másteres para resolver las dudas de los asistentes. También participan alumnos que ya han

realizado estos Másteres para que puedan compartir su experiencia de haber realizado un máster en la UPF y cómo los ha ayudado en el desarrollo de su vida profesional.

d) Celebración del Fórum Talento

Esta jornada, organizada por el Servicio de Carreras Profesionales y el programa Alumni de la UPF, tiene como objetivo que los estudiantes y graduados conozcan de primera mano el tejido empresarial relacionado con la comunicación y los medios. La universidad pone a disposición de los alumnos un stand informativo con personal del servicio de carreras profesionales, el programa Alumni, BarcelonActiva y un espacio de revisión de currículos. Durante la jornada del Fórum las empresas invitadas interactúan directamente con los estudiantes de Grado y recién graduados e informan a los asistentes sobre el perfil de profesionales que buscan. Los estudiantes tienen la oportunidad de presentarse a las empresas, entregarles su currículum, resolver dudas y preparar entrevistas de selección.

5.1.5. Otros sistemas de apoyo y orientación a los estudiantes

a) Jefe o Jefa de Estudios

Posee un papel importante a la hora de aconsejar al alumno sobre problemas relacionados con la buena marcha de las clases y, en este sentido, canaliza las quejas y sugerencias de los estudiantes, que son directamente transmitidas al director de los estudios. También aconseja sobre la realización y plazos para poder solicitar diversos trámites administrativos y supone el interlocutor más adecuado entre el alumno y el vicerrector correspondiente que tenga que resolver aquellas cuestiones que se tramiten a nivel del rectorado y que afectan a la trayectoria académica del alumno (en aspectos como la progresión a estudios superiores, reconocimiento de quintas convocatorias extraordinarias o aquellas quejas planteadas ante la figura del Defensor Universitario –Síndic de Greuges–).

b) Delegado/a del rector para la relación con los estudiantes

Las funciones que desempeña son muy valiosas ya que es el interlocutor del equipo de rectorado con los estudiantes. Las cuestiones sobre las que el Delegado dialoga y crea consenso con los alumnos de los grados están relacionadas con asociaciones, consejos de estudiantes y entidades deportivas y culturales.

c) Curso de Introducción a la Universidad

La UPF cuenta desde el año 2007 con el Curso de Introducción a la Universidad, diseñado e implementado en la Universidad en pleno proceso de adaptación al EEES. Impulsado desde el vicerrectorado de Docencia y Ordenación Académica, constituye la respuesta formativa e integrada en el currículum a las dudas e incertidumbres iniciales del alumnado de primer curso de los títulos de grado.

La superación del primer curso es a menudo un condicionante y referente del futuro rendimiento académico de los estudiantes. La aplicación de estrategias que faciliten la adaptación de los

estudiantes a un nuevo contexto constituye un referente para el desarrollo óptimo de las habilidades básicas de los estudiantes a lo largo de sus estudios universitarios.

El Curso de Introducción a la Universidad (CIU) se lleva a cabo los primeros días del curso académico, con una carga lectiva de 2 ECTS y está integrado en el currículum a través de una asignatura. Se trata de un proyecto institucional, nuclear y transversal en el modelo pedagógico de la UPF, que se realiza en el conjunto de la universidad, orientado a favorecer que los estudiantes de primer curso se adapten a la Universidad a través del desarrollo de las competencias contextuales, metodológicas, informacionales e informáticas.

El curso cuenta con un coordinador docente y en las sesiones participan diferentes servicios universitarios.

Cada año se lleva a cabo un análisis de impacto de las acciones de introducción del Curso entre el alumnado de primero, a partir de encuestas de percepción de aprendizaje y de satisfacción, rendimiento, abandono y grado de participación institucional.

El modelo de análisis del impacto del Curso de Introducción a la Universidad obtuvo una ayuda en el marco de la convocatoria AGAUR – MQD 2010 (2010MQD00161 - Impacte del Curs d'Introducció a la Universitat de la UPF: desenvolupament de competències d'adaptació a la Universitat).

Esta asignatura es general a toda la universidad, pero en el caso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se especializa en información sobre las instalaciones, espacios técnicos del Campus de la Comunicació (Poblenou) y otros aspectos específicos.

d) Tutor de inclusión

La atención a estudiantes con necesidades educativas especiales se canaliza a través de la figura del Tutor de Inclusión y su objetivo es atender las necesidades que presentan los alumnos con este tipo de características. La adecuación se lleva a cabo acondicionando el espacio docente y adaptando los mecanismos de evaluación a las particularidades de cada caso.

e) Diagnóstico y certificación lingüística

En el marco del Plan de Acción para el Multilingüismo y con la finalidad de acreditar el conocimiento de una lengua extranjera al finalizar el grado, la UPF ofrece a los estudiantes un sistema propio de evaluación lingüística que comprende:

La Prueba de diagnóstico lingüístico (PDL), dirigida a los estudiantes de primer curso, antes de iniciar el grado, con el objetivo de que puedan conocer su nivel lingüístico en relación con el nivel B2 de una tercera lengua y avanzar en su proceso de formación.
La Prueba certificadora de competencia lingüística (PCCL) especialmente recomendada a los estudiantes de segundo curso del grado, que les permitirá acreditar el nivel B2 de una tercera lengua necesario al finalizar el grado.

f) Acreditación de competencias en tecnologías de la información y la comunicación

El ACTIC es el certificado acreditativo de la competencia digital, entendida como la combinación de conocimientos, habilidades y actitudes, en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación, que las personas despliegan en situaciones reales para alcanzar objetivos determinados con eficacia y eficiencia.

Las personas que superan, satisfactoriamente, la prueba obtienen un certificado acreditativo que emite la Generalitat y que les posibilita acreditar un nivel competencial determinado (básico, medio o avanzado) en TIC ante cualquier empresa o administración.

La UPF es un centro colaborador ACTIC. El objetivo de este servicio es acercar ACTIC a los miembros de la comunidad universitaria y facilitarles la obtención de una acreditación estandarizada y regulada en el uso de las TIC, con la finalidad de mejorar la inserción laboral de los estudiantes y la carrera profesional del PDI y el PAS.

g) Encuesta de satisfacción

Estas encuestas de satisfacción se ponen a disposición de los estudiantes de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Según el modelo de evaluación definido en la Universidad Pompeu Fabra, los ítems evaluados en las encuestas de satisfacción de los estudiantes al final de cada trimestre recogen los siguientes aspectos (todos en escala de 0 a 10): Sobre la asignatura: 1. Las clases magistrales 2. Las clases prácticas 3. Las clases de seminario y otras actividades docentes 4. La asignatura en su conjunto. Sobre el profesor: 5. El profesor ha cumplido adecuadamente sus obligaciones docentes (plan docente, puntualidad, etc.) 6. Estoy satisfecho / a con su docencia.

h) Delegados de cada curso

Son reuniones semestrales con los delegados de cada curso de los tres grados de la Facultad. Son de gran utilidad para reforzar el apoyo y orientación docente. El objetivo de estas reuniones es crear un espacio de diálogo y debate entre los delegados de cada curso y el equipo docente (Director, Jefe de Estudios y Coordinador Docente). Estas reuniones son sumamente provechosas y se convocan para tratar cuestiones de temática diversa relacionadas con el funcionamiento de las clases y otros aspectos relacionados con la docencia en los grados.

En los indicadores sobre satisfacción de los estudiantes con los sistemas de apoyo al aprendizaje, destaca la buena evolución de las tutorías académicas. La valoración media (de 1 a 5) ha pasado de 2.11 en el curso 2014-15 a 2.90 en los cursos 2015-16 y 2016-17. También es sustancial el incremento en la participación, pasando de un porcentaje de respuesta del 21.18 en el curso 2014-15, al 21.54 en el curso 2015-16 y al 26.47 en el 2016-17.

M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

No ha habido cambios relevantes en los servicios de orientación académica y profesional desde el anterior proceso de acreditación.

Queremos sólo señalar que en el curso 2017-18 hemos empezado a apuntalar las relaciones entre nuestro Máster y el Doctorado de Comunicación de la UPF. Por ejemplo, la primera tutoría que reciben los estudiantes de doctorado se realizó abierta a los alumnos de Máster para que los interesados en cursar, en el futuro, el doctorado de Comunicación tuvieran con la máxima antelación las informaciones y objetivos investigadores del grupo CINEMA. Esta experiencia dio muy buen resultado y por ello se quiere implantar, como se verá, en el plan de mejoras.

5.1. Satisfacción de los estudiantes con los sistemas de soporte al aprendizaje

2016-17	Valoración media (1-5)	% respuestas
Instalaciones (Biblioteca, aulas y espacios docentes)	3.9	36.4%
Servicios de soporte (matriculación, información, ...)	4.3	36.4%

Según la encuesta del UPEQ los servicios de la universidad están muy bien valorados por los estudiantes.

No se adjuntan las encuestas sobre las prácticas porque nuestro Máster no ofrece prácticas en su currículum. Debe recordarse que el Master en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos es un posgrado de investigación que nunca ha ofrecido prácticas, aunque en los últimos años se han ofrecido prácticas extracurriculares para los estudiantes que querían compaginar el estudio con el trabajo. Estas prácticas extracurriculares las gestiona el Servicio de Carreras Profesionales de la Universidad Pompeu Fabra (https://www.upf.edu/carreres-professionals/)

En el plan de mejora de la anterior acreditación se hacía constar la necesidad de potenciar las prácticas extracurriculares, ya que los estudiantes desconocían el acceso a dichas prácticas. Desde el curso 2015-16, en las primeras reuniones de tutoría, se ha ido informando de esta posibilidad de forma que en estos tres últimos cursos las prácticas extracurriculares han aumentado entre los alumnos considerablemente (consúltese excel 5.1 prácticas extracurriculares en el portal de evidencias):

- En el año 2014-15 participaron 3 estudiantes (que se beneficiaron de 4 prácticas).

- En el año 2015-16 participó 1 estudiante.

- En el año 2016-17 participaron 9 estudiantes (que se beneficiaron de 12 prácticas)

El compromiso de la coordinación del Máster es seguir informando de estas prácticas y velar por la calidad de las mismas. De la misma manera, preocupados por la inserción laboral futura de nuestros estudiantes, en el plan de mejoras se insiste nuevamente en la necesidad de realizar un seguimiento de las prácticas que ofrece el servicio profesional de Carreras de nuestra Universidad.

Se trata de prácticas que aunque no siempre sean de investigación o creación audiovisual tienen que ver con la comunicación, documentación o gestión de datos, por lo que los alumnos estan totalmente capacitados. Como se ha comentado, la coordinación del Máster ha informado de esta posibilidad a partir de las tutorías, la web del máster (con el enlace a la página antes mencionada) y el asistente a la docencia becado por el Departamento. Mediante el este asistente**,** los estudiantes han comunicado que mientras están cursando el Máster no tienen tiempo de realizar las prácticas, lo cual explicaría la baja demanda de este servicio. En este sentido, se mantendrá la información y se intentará que dichas prácticas sigan siendo de interés para los estudiantes.

En la web del master se encuentra la información del Servicio de Carreras Profesionales (SCP) que asesora a los estudiantes de las prácticas externas. A través del SCP, la Universidad Pompeu Fabra, desarrolla y coordina una serie de actividades para favorecer la transición entre la etapa de formación académica de los estudiantes y graduados y el mundo laboral. Estas actividades están diseñadas de forma que aporten cierta continuidad al proceso de inserción, orientación y reorientación laboral de los estudiantes y graduados, desde que entran en la universidad hasta que la dejan una vez graduados e inician su etapa profesional.

En esta misma dirección, el Servicio de Carreras prepara la transición de nuestros estudiantes en el mercado laboral a través de tres instrumentos:

La visibilidad y la captación del talento UPF. En este sentido, se hace prospección empresarial (para ampliar el abanico de ofertas en empresas e instituciones), se gestionan las prácticas externas en empresas y / o instituciones y Bolsa de Trabajo y se organiza una feria de empleo anual (UPFeina).
El Programa de actividades de orientación profesional y de desarrollo de competencias Skills UPF.
El servicio de orientación profesional personalizado. El SCP trabaja para poner a disposición de los estudiantes una oferta de prácticas cada vez más amplia y de mayor calidad, al tiempo que ha desarrollado un nuevo modelo integral de gestión y relación con las empresas, estableciendo un marco en el que los actores implicados (estudiantes, graduados, Universidad y empresas) pueden cubrir sus demandas y necesidades. Además, se hace una tarea de prospección constante con el objetivo de dar a conocer el talento UPF a las empresas y entidades y ofrecer, por tanto, más oportunidades a sus estudiantes y graduados.

Desde el curso 2013-2014, la Universidad Pompeu Fabra se ha beneficiado de una subvención del Servicio de Empleo de Cataluña mediante el Departamento de Economía y Conocimiento y ahora el Departamento de Empresa y Conocimiento, cofinanciada por el Fondo Social Europeo y actualmente también por el Ministerio de Trabajo. Esta entrada de fondos económicos ha sido posible gracias a la adhesión de la Universidad al convenio de colaboración entre el Departamento de Economía y Conocimiento y las Universidades Catalanas para el impulso a la inserción y la mejora de la empleabilidad de los jóvenes estudiantes y graduados universitarios.

La firma de este convenio permitió la creación de un nuevo servicio, el servicio de orientación profesional, que proporciona atención individualizada en relación al desarrollo del proyecto profesional, tanto de estudiantes como de graduados. Este servicio de atención individualizada, se complementa con uno de formación grupal, el ya consolidado programa Skills UPF que ofrece cerca de 70 actividades grupales de formación en las competencias transversales más valoradas por el mercado de trabajo, así como talleres de orientación y salidas profesionales.

Desde el curso 2012-2013 la universidad tiene centralizada la gestión de las prácticas, así como las vías para la visibilidad y la captación del talento de la UPF a través del Servicio de Carreras Profesionales. Este modelo de gestión de las prácticas y de relación con la empresa centralizado y único, aunque se mantienen las particularidades de cada uno de los centros, ha facilitado la creación de una relación con la empresa más estrecha gracias a la cual las oportunidades para los alumnos y graduados de la Universidad se multiplican.

Esta es la información que desde la coordinación del Máster se necesita hacer llegar a los estudiantes. Por ello, como ya hemos mencionado, pensamos que en el plan de mejora debemos seguir potenciando las prácticas extracurriculares entre los estudiantes así como seguir cuidando de que las prácticas sean atractivas para los alumnos en relación a nuestro Máster.

M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

5.1. Satisfacción de los estudiantes con los sistemas de apoyo al aprendizaje (Estándar 5.1 y 5.2)

2016-17	Valoració mitjana (1-5)	% respostes
Instal·lacions (Biblioteca, aules i espais docents)	4.8	17.4%
Serveis de suport (matriculació, informació, ...)	4.5	17.4%

Fuente: Encuesta de satisfacción de los graduados (1 y 11)

No ha habido cambios relevantes en los servicios de orientación académica y profesional desde el inicio del programa (esta es la primera acreditación). El programa establece dos tutorías fijas para cada estudiante, al margen de las peticiones que los estudiantes pueden realizar individualmente en

cualquier momento para reuniones con la coordinadora. Por un lado se ofrece una tutoría al inicio de curso, para ayudarles a orientarse con las opciones de matriculación y el campus; en segundo lugar todos los estudiantes reciben apoyo para la selección de tema y tutor para el trabajo final del máster. Adicionalmente, se querría hacer mención a la tarea de orientación académica que la coordinación del máster proporciona a todos los estudiantes que solicitan información para continuar sus estudios de postgrado después del máster, principalmente realizando un doctorado. A este respecto, los resultados de esta orientación pueden reflejarse en parte en la incorporación de algunos de nuestros estudiantes al doctorado de nuestro propio departamento. En concreto, durante las primeras tres ediciones del máster, un total de 12 estudiantes del MA en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad han sido aceptados en el programa de doctorado del departamento de comunicación en la UPF, de los cuales seguían en el programa en julio de 2018 9 estudiantes.

En la encuesta EVSOE del 2016-2017 los estudiantes valoran con un 4,8 (sobre 5) su satisfacción con las instalaciones de la universidad (biblioteca, aulas, espacios docentes) y con un 4,5 (sobre 5) los servicios de apoyo (matriculación, información, etc.).

Según la encuesta de satisfacción de los estudiantes de la UCA de comunicación, respondida por un 30% de los estudiantes del máster de Medios, Poder y Diversidad, los estudiantes valoran con un 8 sobre 10 la Universitat Pompeu Fabra, con un 8,7 las actividades del departamento y con un 8,3 el campus global y la bilbioteca.

No se adjuntan las encuestas sobre las prácticas porque nuestro Máster no ofrece prácticas en su currículum. Debe recordarse que el MA en Estudios Internacionales sobre medios, poder y diversidad es un programa que nunca ha ofrecido prácticas, aunque en los últimos años se han ofrecido prácticas extracurriculares para los estudiantes que querían compaginar el estudio con el trabajo. Estas prácticas extracurriculares las gestiona el Servicio de Carreras Profesionales de la Universidad Pompeu Fabra (https://www.upf.edu/carreres-professionals/)

El compromiso de la coordinación del Máster es seguir informando de estas prácticas y velar por la calidad de las mismas. De la misma manera, preocupados por la inserción laboral futura de nuestros estudiantes, en el plan de mejoras se insiste nuevamente en la necesidad de realizar un seguimiento de las prácticas que ofrece el servicio profesional de Carreras de nuestra Universidad.

Se trata de prácticas que aunque no siempre sean en organizaciones que trabajen para la justicia social tienen que ver con la comunicación, documentación o gestión de datos, por lo que los alumnos estan totalmente capacitados.

En la web del master se encuentra la información del Servicio de Carreras Profesionales (SCP) que asesora a los estudiantes de las prácticas externas. A través del SCP, la Universidad Pompeu Fabra, desarrolla y coordina una serie de actividades para favorecer la transición entre la etapa de formación académica de los estudiantes y graduados y el mundo laboral. Estas actividades están diseñadas de forma que aporten cierta continuidad al proceso de inserción, orientación y reorientación laboral de los estudiantes y graduados, desde que entran en la universidad hasta que la dejan una vez graduados e inician su etapa profesional.

En esta misma dirección, el Servicio de Carreras prepara la transición de nuestros estudiantes en el mercado laboral a través de tres instrumentos:

La visibilidad y la captación del talento UPF. En este sentido, se hace prospección empresarial (para ampliar el abanico de ofertas en empresas e instituciones), se gestionan las prácticas externas en empresas y / o instituciones y Bolsa de Trabajo y se organiza una feria de empleo anual (UPFeina).
El Programa de actividades de orientación profesional y de desarrollo de competencias Skills UPF.
El servicio de orientación profesional personalizado. El SCP trabaja para poner a disposición de los estudiantes una oferta de prácticas cada vez más amplia y de mayor calidad, al tiempo que ha desarrollado un nuevo modelo integral de gestión y relación con las empresas, estableciendo un marco en el que los actores implicados (estudiantes, graduados, Universidad y empresas) pueden cubrir sus demandas y necesidades. Además, se hace una tarea de prospección constante con el objetivo de dar a conocer el talento UPF a las empresas y entidades y ofrecer, por tanto, más oportunidades a sus estudiantes y graduados.

Desde el curso 2013-2014, la Universidad Pompeu Fabra se ha beneficiado de una subvención del Servicio de Empleo de Cataluña mediante el Departamento de Economía y Conocimiento y ahora el Departamento de Empresa y Conocimiento, cofinanciada por el Fondo Social Europeo y actualmente también por el Ministerio de Trabajo. Esta entrada de fondos económicos ha sido posible gracias a la adhesión de la Universidad al convenio de colaboración entre el Departamento de Economía y Conocimiento y las Universidades Catalanas para el impulso a la inserción y la mejora de la empleabilidad de los jóvenes estudiantes y graduados universitarios.

La firma de este convenio permitió la creación de un nuevo servicio, el servicio de orientación profesional, que proporciona atención individualizada en relación al desarrollo del proyecto profesional, tanto de estudiantes como de graduados. Este servicio de atención individualizada, se complementa con uno de formación grupal, el ya consolidado programa Skills UPF que ofrece cerca de 70 actividades grupales de formación en las competencias transversales más valoradas por el mercado de trabajo, así como talleres de orientación y salidas profesionales.

Desde el curso 2012-2013 la universidad tiene centralizada la gestión de las prácticas, así como las vías para la visibilidad y la captación del talento de la UPF a través del Servicio de Carreras Profesionales. Este modelo de gestión de las prácticas y de relación con la empresa centralizado y único, aunque se mantienen las particularidades de cada uno de los centros, ha facilitado la creación de una relación con la empresa más estrecha gracias a la cual las oportunidades para los alumnos y graduados de la Universidad se multiplican.

Esta es la información que desde la coordinación del Máster se necesita hacer llegar a los estudiantes. Por ello, como ya hemos mencionado, pensamos que en el plan de mejora debemos seguir potenciando las prácticas extracurriculares entre los estudiantes así como seguir cuidando de que las prácticas sean atractivas para los alumnos en relación a nuestro Máster.

A pesar de los buenos resultados anteriores existe amplio campo para la mejora, sobre todo en lo relativo al apoyo a los estudiantes. El perfil internacional y crítico del máster conlleva una enorme mezcla cultural en el aula que tiene repercusiones también a nivel docente y constituye en muchas ocasiones un reto importante. Las distintas sensibilidades, la herencia poscolonial, los marcos

culturales variados comportan también experiencias y formas de entender variadas, que en ocasiones pueden requerir mayor apoyo a estudiantes concretos. Se ha implementado para ello la creación de un delegado a la coordinación, una misma estudiante del máster que, bajo la supervisión de la coordinadora, ofrece apoyo en tareas concretas a las compañeras y compañeros cuando existen problemas por el gap cultural. Sin embargo, ese mismo gap cultural se reproduce en la estudiante delegada con respecto a los estudiantes con problemas, por lo que debe trabajarse más esta atención puntual a estudiantes principalmente no occidentales.

5.2 Los recursos materiales disponibles son adecuados al número de estudiantes y a las características de la titulación

La Universitat Pompeu Fabra constituye un referente en el panorama universitario español en la implantación del modelo CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación) para la organización y el funcionamiento de su biblioteca universitaria.

El modelo CRAI significa la integración, en un espacio común, de todos los servicios y recursos relacionados con las tecnologías y los recursos de la información que los estudiantes necesitan en el desarrollo de su actividad en la universidad. Esta concentración comporta una mayor facilidad de uso y un mayor aprovechamiento de ellos. En la Biblioteca/CRAI los estudiantes van encuentran aquellos espacios, recursos y servicios necesarios para poder llevar a cabo sus tareas académicas. Este diseño organizativo propicia, además, la implementación de nuevos servicios y la puesta a punto de nuevos espacios (para el trabajo en grupo, etc.) con nuevos y mejores equipamientos y una visión integradora de los servicios y los profesionales que los prestan.

Así, pues, la Biblioteca/CRAI es una unidad fundamental de apoyo a la docencia y al aprendizaje en la Universitat Pompeu Fabra.

Los rasgos más característicos y definitorios de los servicios que la Biblioteca/CRAI presta a sus usuarios, profesores y estudiantes, para materializar su misión son los siguientes:

A) Amplitud de horarios

La Biblioteca/CRAI está presente en los tres campus donde se imparte la docencia. Tiene un horario muy amplio, de lunes a domingo, y ofrece diferentes espacios y equipamientos para la consulta y el trabajo de los estudiantes, ya sea individual o en grupo.

El horario de apertura varía entre las tres sedes, siendo el horario más amplio de 17 horas de lunes a viernes y de 11 horas los sábados y días festivos. El horario de apertura es:

De lunes a viernes: de 08.00 h a 01.00 h de la madrugada (con ampliación a las 03.00 de la madrugada durante el período de las tres convocatorias de exámenes de cada curso académico).

Sábados y festivos: de 10.00 h a 21.00 h (con ampliación a la 01.00 h durante el período de las tres convocatorias de exámenes de cada curso académico).

B) Recursos de información

La Biblioteca cuenta con un fondo bibliográfico y de recursos electrónicos de acceso remoto muy completo y en constante crecimiento. Es muy importante señalar que la colección bibliográfica, como la Biblioteca y como la propia Universidad, es fruto de una trayectoria cronológica corta: desde tan sólo el 1990, año de su nacimiento se ha puesto a disposición de la comunidad universitaria un conjunto de información, tanto en soporte papel como de acceso electrónico, muy relevante y que da respuesta a la práctica totalidad de las necesidades de docencia y aprendizaje de la comunidad universitaria.

Entre el fondo audiovisual, cabe destacar que la Biblioteca de la UPF es depositaria del Archivo INPUT (International Public Television). El Archivo contiene más de 2.500 programas emitidos per televisiones públicas, seleccionados y presentados a las conferencias anuales de INPUT desde el año 1978. Está formado por la colección de los programas (en formato VHS, Betacam y DVD) además de la documentación asociada a la organización de estas conferencias. Se trata de un fondo de gran calidad y de gran interés para los estudios del ámbito audiovisual. El fondo del archivo incluye las cintas con aquellos programas de televisión de todo el mundo que han sido seleccionados por su valor innovador, por su valentía en el tratamiento de temas difíciles o por su voluntad de explorar nuevos territorios televisivos.

Del ámbito del Periodismo, cabe destacar el fondo de investigación sobre prensa antigua: Diari de Barcelona (de 1794 a 1993), El Día Gráfico (de 1913 a 1937), El Noticiero Universal (de 1888 a 1984), entre otros.

Del ámbito de Comunicación audiovisual, cabe destacar la colección de películas de ficción y programas televisivos.

Todos los fondos están a disposición de todos los usuarios, cualquiera que sea su sede. El catálogo es único y los documentos pueden trasladarse de una sede a otra a petición de los usuarios que así lo necesitan.

Por lo que respecta a la información electrónica, cabe señalar su accesibilidad completa, ya que, además de su disponibilidad desde las instalaciones de la Biblioteca y de toda la Universidad, todos los miembros de la comunidad universitaria tienen acceso a los recursos de información electrónicos desde cualquier ordenador externo por medio de SARE (Servicio de Acceso a los Recursos Electrónicos) que permite un acceso fácil, permanente y seguro, desde cualquier lugar del mundo y en cualquier hora del día.

Los usuarios tienen a su disposición directa más de 650.000 monografías (en formato papel, electrónico o audiovisual), más de 12.000 revistas en papel y más de 20.000 títulos de revistas electrónicas.

La Biblioteca dispone de distintas herramientas para facilitar el acceso y el uso de los recursos electrónicos. Concretamente cabe señalar las guías temáticas, que son una selección, basada en criterios de calidad, de recursos de información de un ámbito temático específico. Las guías, creadas y mantenidas por personal bibliotecario con la colaboración del profesorado, también permiten acceder a las bases de datos, libros y revistas electrónicas especializadas subscritas por la Biblioteca. Las guías cuentan además con el apoyo de un boletín periódico para la difusión de novedades. Una de las guías temáticas está especializada en el ámbito de la comunicación y da cuenta de los recursos más relevantes de este ámbito, agrupados por tipologías documentales y por subámbitos temáticos más específicos.

También cabe destacar el repositorio institucional, Repositori Digital de la UPF, como una fuente de materiales y recursos útiles para la docencia y el aprendizaje, además de otros repositorios consorciados (Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya) en los que participa la UPF.

C) Instalaciones y equipamientos a disposición de los estudiantes

Puestos disponibles en la Biblioteca/CRAI:

Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	**Biblioteca/CRAI del Poblenou**	Biblioteca del Campus Universitari Mar	Total
1.184	**445**	279	1.908

Espacios de la Biblioteca/CRAI:

La distribución de la superficie útil de los espacios de la Biblioteca/CRAI es la siguiente:

Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	**Biblioteca/CRAI del Poblenou**	Biblioteca del Campus Universitari Mar	Total
8.142 m2	**2.142 m2**	1.258 m2	11.542 m2

Cabe señalar que las instalaciones de la Biblioteca/CRAI son accesibles a personas con discapacidades de movilidad.

También es importante destacar el hecho de que en la Biblioteca/CRAI de la Ciutadella y de Poblenou uno de los ordenadores de uso público está equipado con software y hardware específico para personas con limitaciones visuales.

La Biblioteca/CRAI del Poblenou, con motivo de los estudios a los que presta servicio, está dotada además con espacios específicos de trabajo disponibles para los estudiantes tales como:

Salas de trabajo en grupo
Cabinas de traducción
Salas de visionado
HackLab UPF

D) Aulas de informática y talleres a disposición de los estudiantes:

La Universidad cuenta con aulas de informática de acceso libre en los tres campus (Ciutadella, Poblenou y Mar). Hay también salas equipadas con ordenadores tanto en los aularios como en las tres sedes de la Biblioteca/CRAI.

Todos los ordenadores están equipados con un sistema dual: el sistema operativo Windows y Linux Ubuntu.

Campus	**Número de ordenadores**
Ciutadella	405
Poblenou	**577**
Mar	178

Asimismo, todos los ordenadores tienen preinstalado un conjunto de aplicaciones de uso común que cubren las necesidades más habituales: paquetes ofimáticos, aplicacions multimedia, y utilitades diversas.

Grupo de aplicaciones	Aplicaciones para Windows	Aplicaciones para Linux Ubuntu
Ofimática	Microsoft Office 2010	LibreOffice
Multimedia	VLC, Windows Media Player.	VLC, Audacity, QT
Utilidades	Adobe Reader, 7-zip, FileZilla, FormatFactory	Unrar, GIMP, emacs
Seguridad	Antivirus Endpoint, Windows Defender	
Navegadores	Google Chrome, Firefox, Internet Explorer	Chrome, Firefox

Adicionalmente, para cada campus se instalan diferentes aplicaciones en función de la docencia específica del ámbito. Por lo tanto, en el campus del Poblenou, se encontraran aplicaciones científicas, de programación i comunicación audiovisual (Adobe Creative Suite, Visual Basic .NET, Matlab, etc.)

Finalmente, deba señalarse que en las tres sedes de la Biblioteca/CRAI hay a disposición de los estudiantes un servicio de préstamo de ordenadores portátiles. Estos portátiles tienen incorporadas las mismas aplicaciones disponibles en las aulas de informática.

Sede	Número de portátiles
Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	42
Biblioteca/CRAI del Poblenou	**40**

Biblioteca del Mar	45

E) Amplia oferta de servicios

La oferta de servicios para los usuarios es muy amplia. La relación de los servicios de apoyo al aprendizaje, ya sean prestados por personal de la Biblioteca o del Servicio de Informática, a los que todos los estudiantes tienen acceso es la que se incluye a continuación. La información sobre las condiciones y las características en la prestación de cada uno de ellos puede consultarse en la página web:

Punto de Información al Estudiante (PIE)
Servicio de información bibliográfica
Punto de Atención de TIC
Bibliografía recomendada
Gestor de bibliografías y referencias bibliográficas
Formación en competencias digitales (CompDig)
Cliente de correo electrónico
Apoyo a la utilización de la plataforma de enseñanza virtual (e-learning) (Aula Global)
Apoyo a la realización de trabajos académicos
Asesoría en la gestión de derechos de autor y temas de propiedad intelectual
Publicación de trabajos TFG y TFM (los mejores de cada curso) en el repositorio institucional
Préstamo de documentos en diversas modalidades: préstamo de documentos UPF, préstamo consorciado CSUC (de documentos de todas las universidades catalanas) y préstamo interbibliotecario (de documentos de todo el mundo)
Acceso a Internet: todos los ordenadores disponen de conexión a la red. Y todos los campus disponen del 100% de cobertura de red inalámbrica, con acceso a Eduroam
Equipos informáticos (escáneres, etc.) y audiovisuales
Préstamo de ordenadores portátiles
Préstamo de equipamientos audiovisuales (cámaras, trípodes, grabadoras, etc.)
Reserva de espacios específicos (salas de trabajo en grupo, cabinas de traducción, etc.)
Impresión y reprografía

Los estudiantes están muy satisfechos de estas instalaciones tal y como demuestra la encuesta del UPEQ:

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster (puntuación sobre 5)	
I11 – Las instalaciones y los recursos especializados (aulas, laboratorios, equipos informáticos, biblioteca, equipos de investigación,	**3,9**

etc.) han sido los adecuados	

Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

6.1 Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación

El **programa formativo del grado** tiene cinco grandes dimensiones: las asignaturas básicas y obligatorias (mayormente presentes en 1º y 2º curso), los itinerarios formativos representados principalmente por asignaturas optativas en 3º y 4º curso, la movilidad en 3º, las prácticas externas durante el grado, y el trabajo de final de grado (TFG) en el tercer trimestre de 4º curso.

Por un lado, la memoria de verificación recoge **8 grupos de competencias específicas** del grado. Estas 8 agrupaciones se corresponden con los grandes ejes del plan de estudios, es decir, con agrupaciones de asignaturas básicas y obligatorias, y optativas, alineadas por resultados de aprendizaje. Así, en primer lugar, la competencia específica 1 (**CE1**) consiste en el siguiente resultado: Analizar los procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. Esta competencia engloba los *learning outcomes* conectados con el análisis de mensajes, discursos, efectos y mercado, así como los métodos de investigación y estadísticos. Estos resultados estan recogidos por un conjunto de asignaturas básicas y obligatorias (Estructuras Socioeconómicas, Estructuras Sociales y Tendencias Culturales, Psicosociología del Consumo, Análisis de Mensajes, Análisis de la Forma, el Color y la Composición, Estadística y Métodos de Investigación de Mercados, etc.) y de asignaturas optativas (Análisis de los Discursos Persuasivos, Análisis de Estructuras, Temas y Mitos Narrativos, Análisis de los Efectos de los Mensajes Publicitarios, Métodos Cualitativos de Investigación de Consumidores y Públicos, Investigación de Procesos de Comunicación, Psicología Individual y de las Organizaciones, etc.) que se engloban en el itinerario formativo Análisis e Investigación en Publicidad y Relaciones Públicas. La **CE7** "Investigar y diagnosticar los problemas y oportunidades de comunicación estratégica de las organizaciones públicas y privadas" está asimismo englobada en este itinerario pues las asignaturas de análisis se corresponden con la fase de investigación de todo proyecto de comunicación persuasiva y estratégica.

En segundo lugar, la **CE2** (Distinguir los diferentes perfiles profesionales dentro de las áreas de publicidad y relaciones públicas), se enmarca en el itinerario formativo de Relaciones Públicas. Este itinerario consta de asignaturas básicas y obligatorias (Fundamentos de las Relaciones Públicas, Técnicas de RRPP, Estrategias de RRPP, Gabinetes de Prensa, Márketing y Comunicación Institucional, Social y Política, etc.) y asignaturas optativas (Comunicación y Eventos, Comunicación de Riesgo y de Crisis, Realización del Audiovisual Corporativo,Técnicas de Oratoria, etc.).

En tercer lugar, la **CE3** (Establecer estrategias de comunicación y estrategias creativas que permitan identificar, segmentar y priorizar a los públicos para comunicar eficazmente con los consumidores a los que se dirigen las campañas de publicidad y de comunicación a través de los métodos y técnicas adecuados), se enmarca en el itinerario formativo Estrategias de Comunicación Publicitaria, conformado por asignaturas básicas y obligatorias como Fundamentos de la Publicidad, Planificación Estratégica, Planificación de Medios, Estructura de los Medios de comunicación y Publicidad o Márketing Estratégico y Operativo; y asignaturas optativas como Márketing Estratégico y Operativo Aplicado, Dirección de Cuentas, Márketing Directo y Promocional, Estrategia y Gestión de la Marca, etc. En esta misma línea se sitúa la competencia específica 6 (**CE6**): Desarrollar la gestión estratégica de la imagen, identidad, cultura y reputación social corporativa de la empresa mediante las técnicas propias de las relaciones públicas. También la competencia **CE8** va en esta dirección: Planificar una campaña de comunicación estratégica y ejecutarla de acuerdo con la programación establecida.

Y en cuarto lugar, la **CE4** "Elaborar ideas creativas y campañas, notorias y diferenciadoras, que correspondan a los objetivos de comunicación y a las estrategias planteadas y que se dirijan al público objetivo adecuadamente", se enmarca en el itinerario formativo Creatividad Publicitaria, con asignaturas básicas y obligatorias como Teorías y Técnicas de la Ideación Publicitaria, Diseño Gráfico I y II, Guión y Narrativa Audiovisual, Taller de Copy, Taller de Redacción en Relaciones Públicas, Creación de Mensajes Publicitarios, Realización de Publicidad Sonora o Introducción a la Realización del Audiovisual Publicitario; y asignaturas optativas como Dirección de Arte, Música y Publicidad, Realización de Espots, Estrategia y Creatividad, etc.

Por último, la agrupación de competencias específicas 5 (**CE5**) atañe a la formación en medios digitales e interactivos: Utilizar eficazmente los medios audiovisuales convencionales, digitales e interactivos, así como todas las herramientas necesarias para la elaboración de proyectos de Publicidad y Relaciones Públicas. El grado presenta asignaturas con actividades formativas en medios digitales e interactivos, como Márketing Digital en Buscadores o Análisis de la Comunicación Digital Interactiva. Asimismo, uno de los grupos de investigación del Departamento se centra en este ámbito, el Digidoc (Documentación Digital y Comunicación Interactiva), dos de cuyos investigadores son docentes en el grado, Cristòfol Rovira y Joan Francesc Cánovas.

En el conjunto del grado, la adquisición de competencias comunicativas en particular son valoradas muy positivamente por los estudiantes, un 4.6 sobre 5 (la media de la UPF es 4). Estas competencias pueden ser orales (Técnicas de Oratoria, Realización de Publicidad Sonora), escritas (Taller de copy), o de análisis (Sociología de la Comunicación, asignaturas de análisis o métodos, o el propio TFG). A nivel de competencias personales, los planes docentes de las diferentes asignaturas destacan logros académicos evaluados como la toma de decisiones, la creatividad, las actitudes o la flexibilidad. En general, los estudiantes valoran este tipo de aprendizaje con un 4.5 sobre 5 (la media de la UPF es 4).

La asignatura **Análisis de la Comunicación Digital Interactiva** (Analysis of Interactive Digital Communication) (23870, segundo curso, segundo trimestre; que se imparte en inglés exclusivamente) se presenta como un **caso de estudio de innovación docente en el grado** siguiendo el modelo UPF, y como **plan piloto** en que la equivalencia entre créditos y horas presenciales se ha flexibilizado. Esta asignatura presenta, junto a Análisis de Mensajes (23689, primer curso, segundo trimestre), unos objetivos de aprendizaje y una metodología docente muy innovadoras y apoyadas en

investigación puntera. Básicamente, las asignaturas se basan en experiencias de aprendizaje que fomentan las *transmedia literacy skills* y las *informal learning skills* como mecanismos para fomentar el aprendizaje formal. Esto tiene todo el sentido en unas asignaturas teóricas en donde los conceptos, teorías y autores tienen gran importancia, conocimiento que es adquirido a través de estas metodologías.

Esta visión se apoya en una serie de proyectos de investigación en los últimos años a nivel interno (UPF), estatal y europeo, dirigidos por el doctor Carlos A. Scolari y la doctora María José Masanet. En primer lugar, en el curso 2012/2013, el profesor Scolari recibió una ayuda del CQUID (UPF) para analizar las prácticas educativas en el contexto universitario y plantear nuevos modelos en un escenario de 8 años (hasta el 2020). A partir de los resultados de este proyecto, en el curso 2014-2015, se implementaron estos modelos en la asignatura de primer curso. En este marco, en el curso 2015-2016, se pidió una nueva ayuda CLIK para poder implementar correctamente estas metodologías y diseñar materiales educativos para la asignatura. El proyecto se titulaba "Diseño y desarrollo de experiencias de aprendizaje activo en la asignatura Metodos de Análisis de Mensajes". El resultado de implementar estos modelos ha sido muy positivo, pues, tanto el rendimiento de los estudiantes, como su satisfacción, aumentaron. De hecho, la valoración de esta asignatura ha seguido una evolución muy positiva desde el 2013-2014 hasta el 2017-2018: 6.04, 8, 9.24, 9.19 y 9.27; una de las profesoras de la asignatura, María José Masanet, ha sido la profesora mejor valorada de la títulación en las dos últimas ediciones; y el otro profesor, Carlos A. Scolari, había obtenido en 2014 el Premi del Consell Social a la Calidad en la Docencia.

Se debe tener en cuenta que estas experiencias sólo se han podido implementar en las sesiones de seminario (prácticas), porque en la teoría no hay desdoblamiento de grupos y no se pueden hacer dinámicas interactivas con 90-100 estudiantes. El **plan de mejora** que pretende abrir espacios de debate sobre la equivalencia entre créditos y horarios tratará también la cuestión de la incorporación formal de la teoría a las sesiones de grupos reducidos de los seminarios. Es decir, se debe aspirar a reducir al máximo el tiempo *broadcast* principalmente unidireccional, y promover estos otros modelos. Esto no implica en modo alguno eliminar la teoría, sino impartirla con modelos de aprendizaje innovadores y adaptados. Y por eso es sintomático que estas experiencias se lleven a cabo en una asignatura de tipo académico, y no de momento en las profesionalizadoras.

Por último, estas dinámicas y modelos educativos se alimentan de dos proyectos liderados por Carlos A. Scolari en los últimos cuatro años: el proyecto "Transalfabetismos. Competencias transmedia y estrategias informales de aprendizaje de los adolescentes", financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (referencia CS022014-56250-R, del 1/01/2015 al 31/12/2017); y el proyecto "Transmedia Literacy. Exploiting transmedia skills and informal learning strategies to improve formal education", financiado por la Unión Europea, Horizon 2020, Research and Innovation Action (referencia Transliteracy 645238-RIA, del 1/04/2015 al 31/03/2018). Entre los materiales desarrollados, destaca el *Kit Professor Transliteracy*, en donde se dan consejos y se proponen dinámicas y talleres para grupos de hasta 30 alumnos, y en los que se analizan los mensajes comunicativos desde la perspectiva de los jóvenes -qué hacen los jóvenes con los medios, y no qué hacen los medios con los jóvenes.

Se presentan a continuación algunas de estas dinámicas formativas diseñadas bajo el paraguas de este nuevo modelo educativo (https://hipermediaciones.com/2017/06/03/the-kids-are-all-right-curso-2016-17/):

-"Juegos de base" del libro Gamestorming (Gray, Brown y Macanufo, 2012). Se trabajan conceptos como el *big data*, *augmented reality*, *crowfunding*, etc. a través de actividades sencillas ("juegos de base") que "sirven para planificar tareas, introducir nuevas temáticas y dinamizar las actividades cotidianas" en grupos de 6-7 estudiantes y "agilizar las interacciones y la producción de conocimiento".

-*Digital Trivial*: cada grupo debe definir 20 conceptos sin consultar internet, después navegan para consultar las definiciones, y finalmente juegan con los 100 conceptos resultantes del mundo digital: "Cuando un grupo no sabía la respuesta, el grupo que había trabajado el concepto se lo debía explicar".

-Trabajamos Greimas haciendo guacamole: los estudiantes se organizan en grupos y aplican el modelo de Greimas a la receta. Mientras lo preparan los estudiantes analizan la receta y apuntan los programas narrativos en la pizarra.

-Intertextualidad con "The Simpsons": se seleccionan fragmentos clave de la película The Simpsons, conectada intertextualmente con otros textos, y se pide a los estudiantes que apunten todas las marcas de intertextualidad que detecten.

En el marco de la ayuda del CLICK para la implementación de estas metodologías se encuestó a los estudiantes sobre su satisfacción con las distintas actividades y su puntuación media osciló entre el 3,8 y el 4,69 sobre 5.

A continuación presentamos **cuatro asignaturas como muestra** de los resultados de aprendizaje de los alumnos/as y el nivel de formación de acuerdo a lo especificado en el **MECES** para la titulación: 22205 Fundamentos de la Publicidad, 22279 Estrategias de las Relaciones Públicas, 23870 Análisis de la Comunicación Digital Interactiva y 20371 Diseño Gráfico II.

Respecto a la asignatura **22205 Fundamentos de la Publicidad**, presentamos las dos ejecuciones evaluables por escrito que constan en el plan docente de la asignatura: trabajo de curso y examen. El trabajo de curso es de carácter grupal y se centra en el análisis de empresas o perfiles profesionales de la publicidad, con el objetivo de comprobar la adquisición de competencias como el aprendizaje autónomo y autodirigido o el conocimiento sobre el sector de la publicidad por parte de los estudiantes. Se trata de un trabajo con un nivel de complejidad medio, dado que la asignatura tiene un carácter introductorio y se cursa durante el primer trimestre del primer curso. El trabajo se vincula claramente con los contenidos tratados en las distintas sesiones de la asignatura.

Como ejemplos de los trabajos evaluados, presentamos ejecuciones con diferentes calificaciones para poder mostrar las principales diferencias en su calidad global. En primer lugar, un trabajo sobre los clubs de creativos, con un aprobado, en el que se hace evidente que, aunque los estudiantes adquieren las competencias establecidas, lo hacen con algunas carencias. Así, falta profundizar y especificar ciertas informaciones (especialmente la fuente de algunas afirmaciones) y hay errores

ortográficos y de sintaxis. El trabajo sobre el perfil del planificador de medios ha sido calificado con un notable, ya que aunque en términos generales muestra cómo los estudiantes son capaces de definir y contextualizar este perfil profesional, y de usar herramientas adecuadas para hacerlo, también contiene algunas imprecisiones. Finalmente, el trabajo sobre la productora audiovisual Canada es una muestra de adquisición muy satisfactoria de las competencias establecidas, ya que se trata de un trabajo muy completo, con información pormenorizada, con una parte de investigación, con análisis riguroso de los datos recabados y con unas conclusiones sólidas. Así, en él, los estudiantes demuestran que han sido capaces de comunicar satisfactoriamente información e ideas y que son capaces de interpretar adecuadamente datos relevantes para emitir juicios, todas ellas competencias que figuran en el plan docente de la asignatura.

El examen plantea 20 preguntas a los estudiantes relacionadas sobre todo con los contenidos teóricos de la asignatura y con los estudios de caso (por ejemplo, en relación a los conceptos de briefing o marca, o a las corrientes psicológicas de estudio de la creatividad). De este modo, se convierte en un sistema de evaluación adecuado para determinar el grado de adquisición de competencias como conocer la evolución del sector de la publicidad y entender su rol; conocer la estructura, actores y roles del sector; o comprender el proceso general de desarrollo de una campaña publicitaria. El examen tiene un nivel de complejidad adecuado al carácter introductorio de la asignatura, con preguntas específicas y de respuesta relativamente breve relacionadas con los conceptos trabajados con las lecturas, las clases magistrales y los estudios de caso.

Como ejemplos de los exámenes evaluados, presentamos ejecuciones con diferentes calificaciones para poder mostrar las principales diferencias en su calidad global. Así, en el examen suspendido puede observarse que se dejaron algunas preguntas sin responder y que en muchas de ellas falta información. Además, cinco de las preguntas se han respondido erróneamente, por lo que no puede considerarse que el estudiante haya adquirido las competencias establecidas. Por otro lado, en el examen aprobado se responde a todas las preguntas pero en varias no se alcanza el nivel mínimo por falta de información o por dar una respuesta errónea. Sin embargo, hay otras preguntas con respuestas válidas y completas que permiten verificar que el estudiante, en términos generales, ha adquirido las competencias, aunque de forma básica. En el examen calificado con un notable puede observarse que el estudiante responde a la mayoría de preguntas muy satisfactoriamente, pero que en algunas comete errores que impiden considerar que haya adquirido las competencias con excelencia. En cambio, en el examen calificado con un sobresaliente solo una de las respuestas es claramente errónea, mientras que el resto se responden muy satisfactoriamente. Finalmente, el examen calificado con una matrícula de honor muestra cómo el estudiante es capaz de dar una respuesta adecuada a todas las preguntas, la mayor parte de las cuales obtienen la mayor puntuación, evidenciando la adquisición de las competencias contempladas en el plan docente y evaluadas con el examen.

Para la asignatura **22279 Estrategias de las Relaciones Públicas** se incluyen dos ejecuciones evaluables, en coherencia con lo especificado en el plan pocente. Se trata, en primer lugar, de un examen escrito en el que el alumnado debe demostrar el logro de las competencias vinculadas a la asignatura, con preguntas conceptuales y de reflexión y con el planteamiento de un caso práctico para resolver. Como se puede observar en las ejecuciones aportadas, mediante el examen se puede determinar el grado en que los estudiantes han adquirido competencias incluídas en el plan docente, como por ejemplo su capacidad para identificar públicos, determinar metas y objetivos, articular

mensajes y escoger técnicas comunicativas, su capacidad para implementar y evaluar un programa de comunicación corporativa o su capacidad de escucha activa durante las clases. El nivel de complejidad del examen resulta adecuado considerando que se trata de una asignatura de segundo trimestre del segundo curso, en el que los estudiantes ya han superado asignaturas de corte más básico e introductorio y tienen las competencias suficientes para abordar cuestiones más complejas y aplicadas como las que se plantean. Sin embargo, no se trata de un examen que suponga un alto nivel de dificultad si el estudiante ha asistido a las clases magistrales y ha participado en las sesiones de trabajo.

Se aportan diversos ejemplos de exámenes que incluyen el rango de calificaciones otorgadas, desde el suspenso hasta el sobresaliente, y que permiten evidenciar la calidad global de las ejecuciones. En el examen suspendido puede observarse cómo el estudiante no demuestra haber adquirido las competencias, ya que los objetivos que propone no son medibles y, además, no responde a todas las preguntas. Se trata de un examen con respuestas básicas e insuficientes o directamente erróneas, en el que sólo la respuesta a la pregunta 4 demuestra que se tiene la competencia para conocer y entender los distintos ámbitos de actuación de las relaciones públicas, aunque de forma básica. En el caso del examen aprobado, el estudiante demuestra su capacidad para diseñar un proyecto de relaciones públicas y para aplicar los conceptos trabajados en clase a casos prácticos, pero no es capaz de responder correctamente a las preguntas de corte más teórico. Por lo que respecta al examen notable, se muestra cómo el estudiante en general es capaz de responder adecuadamente a las cuestiones planteadas, pero responde erróneamente a la pregunta 2, que evalúa hasta qué punto se tiene la competencia para distinguir y entender los distintos tipos de impacto y sus finalidades. Finalmente, el examen sobresaliente evidencia la adquisición satisfactoria de las competencias evaluadas con esta prueba, ya que el estudiante es capaz de responder adecuadamente a todas las preguntas y mostrar así que es competente para identificar públicos, determinar metas y objetivos, para articular mensajes y escoger técnicas comunicativas, para implementar y evaluar un programa de comunicación corporativa o para escuchar activamente durante las clases, dada la existencia de preguntas referidas a lo trabajado en clase.

La segunda ejecución de la que se aportan evidencias es un trabajo escrito realizado en grupo en el que se debe resolver un caso práctico. A partir de un briefing sobre Amnistía Internacional y su campaña en contra del aceite de palma, se pide a los estudiantes que diseñen un plan de relaciones públicas para conseguir que los consumidores rechacen productos relacionados con el aceite de palma. El trabajo sirve para constatar la adquisición de competencias establecidas en el plan docente como aplicar el conocimiento teórico a la práctica, trabajar de forma cooperativa, capacidad de comunicación escrita o capacidad para articular mensajes y escoger técnicas comunicativas. El nivel de complejidad del trabajo es acorde con la posición de la asignatura dentro del plan de estudios (segundo trimestre del segundo curso), ya que los estudiantes ya han realizado previamente trabajos en grupo y disponen de una formación básica que les permite desarrollar las competencias establecidas en la asignatura. Además, las sesiones prácticas en las que los estudiantes discuten casos prácticos les preparan adecuadamente para la realización satisfactoria del trabajo.

Se aportan diversos ejemplos de trabajos que incluyen el rango de calificaciones otorgadas, desde el suspenso hasta el sobresaliente, y que permiten evidenciar la calidad global de las ejecuciones. Por un lado, el trabajo calificado con suspenso plantea acciones de relaciones públicas en discordancia con lo indicado en el briefing y contiene también errores graves (por ejemplo, muchos de los objetivos no

explicitan la finalidad). Por su parte, el trabajo notable diseña una propuesta suficiente, con errores menores y con un apartado sobre técnicas muy bien desarrollado. Finalmente, el trabajo excelente muestra cómo los estudiantes han adquirido las competencias muy satisfactoriamente, con aportaciones brillantes (especialmente en el apartado de investigación) que permiten constatar su capacidad para aplicar el conocimiento teórico a la práctica, trabajar de forma cooperativa, comunicar por escrito o articular mensajes, y escoger técnicas comunicativas.

Para la asignatura **23870 Análisis de la Comunicación Digital Interactiva** (Analysis of Interactive Digital Communication) se aportan evidencias de los tres sistemas de evaluación estipulados en el plan docente: tres guías de trabajo en base a las cuales los estudiantes deben realizar unos ejercicios de aplicación a partir de la bibliografía; un trabajo de investigación en grupo sobre un tema relacionado con la asignatura y con una tutorización intensiva por parte del profesorado; y una evaluación individual por escrito.

Estos tres elementos permiten evaluar hasta qué punto los estudiantes han adquirido las competencias establecidas, ya sean instrumentales (como la capacidad para aplicar modelos teóricos, la capacidad para comunicar con claridad los resultados del análisis o la capacidad de análisis, síntesis y organización de la información), interpersonales (como la capacidad para trabajar en grupo), sistémicas (como la capacidad para aplicar los principios teóricos y metodológicos al análisis de mensajes), o específicas (como el conocimiento de los métodos para investigar los contenidos de la comunicación digital interactiva en el sector de la publicidad y las relaciones públicas).

Por lo que respecta a las guías de trabajo, se aportan seis ejemplos que permiten mostrar el rango de calificaciones otorgadas: un aprobado, tres notables y dos sobresalientes. Como se puede observar, las guías sirven para trabajar aspectos concretos del temario aplicándolos a casos prácticos elegidos por los estudiantes. Así, en la primera se aplican las leyes de los medios a la plataforma Twitter, en la segunda se analizan los roles de *key opinion leaders* en ámbitos como la literatura juvenil o la situación política en Corea del Norte y en la tercera se analiza la usabilidad de plataformas como Glovo o la web de la Federación Catalana de Baloncesto. Se trata, por lo tanto, de ejecuciones acotadas y prácticas, con un nivel de complejidad adecuado tanto a los contenidos de la propia asignatura como al bagaje de los estudiantes en aquel momento (se encuentran en el segundo trimestre de segundo curso y, por lo tanto, han cursado asignaturas sobre análisis de mensajes y tienen las competencias suficientes para aplicar los conocimientos adquiridos a casos prácticos). En las evidencias aportadas se pone de manifiesto que la guía calificada con un aprobado es incompleta y poco desarrollada. En las guías calificadas con un notable se ejecutan las tareas correctamente pero hay aspectos en los que se podría profundizar más y, en ocasiones, tienen una presentación poco cuidada. Finalmente, las guías calificadas con un sobresaliente evidencian un trabajo profundo, detallado y muy completo por parte de los estudiantes, mostrando su adquisición de las competencias de forma muy satisfactoria.

El trabajo de investigación en grupo consistió en realizar una investigación sobre historias de vida en relación a cómo las nuevas herramientas de comunicación han cambiado las relaciones amorosas o de amistad. El trabajo permitió a los estudiantes demostrar especialmente su capacidad para analizar el proceso de consumo de la comunicación digital interactiva, una de las competencias específicas incluídas en el plan docente. Su nivel de complejidad es elevado, en el sentido de que implica la realización de una investigación completa, pero resulta adecuado dado el hecho de que el trabajo se

realiza en grupo (una forma de trabajar con la que ya están acostumbrados) y de que, además, cuentan con el apoyo de varias tutorías con los profesores para realizarlo. Las dos evidencias presentadas incluyen un trabajo calificado con un notable y un trabajo calificado con un sobresaliente. Ambos demuestran la capacidad de los estudiantes para dar respuesta a la demanda formulada y permiten constatar la adquisición de las competencias. Sin embargo, en el trabajo sobresaliente las fases de la investigación están más desarrolladas y elaboradas, y los resultados de las entrevistas se analizan de forma mucho más detallada y comprensiva.

En relación al trabajo individual, estuvo orientado al análisis de plataformas y redes sociales a partir del modelo presentado por Jose van Dijck en su libro The Culture of Connectivity (2013). El objetivo proponía indagar en las plataformas y redes emergentes, las que están consolidando nichos de usuarios más allá de los grandes *blockbusters* de la red como Facebook, Instagram o YouTube (tal y como explica uno de los profesores de la asignatura, Carlos A. Scolari, en su blog: https://hipermediaciones.com/2017/06/03/the-kids-are-all-right-curso-2016-17/). El nivel de complejidad del trabajo es adecuado, ya que permite aplicar los conceptos trabajados a lo largo de la asignatura a una plataforma escogida por el propio estudiante, de modo que se va a poder evaluar su capacidad de aplicar modelos teóricos a casos concretos (una de las competencias incluídas en el plan docente). En este caso se aportan dos ejemplos de ejecuciones, una calificada con un aprobado y la otra con un sobresaliente. Por lo que respecta a la primera, se trata de un análisis de Spotify en el que el estudiante demuestra que es capaz de adquirir las competencias pero de forma un tanto limitada, ya que se trata de un trabajo escueto, con un nivel de análisis superficial y sin conclusiones ni bibliografía. Sucede lo contrario con el segundo trabajo, sobre la app VSCO: el análisis es detallado, estructurado y pormenorizado, se aportan referencias y conclusiones y la estudiante demuestra su capacidad para aplicar con excelencia los conceptos y teorías trabajados en clase.

Finalmente, la asignatura **20371 Diseño Gráfico II** cuenta con tres actividades de evaluación por escrito que se vinculan con los tres seminarios de la asignatura, tal y como consta en el plan docente: el primero dedicado a diseñar la imagen visual del grupo como agencia y una campaña de comunicación para un producto u objeto, un segundo sobre la conceptualización de un evento relacionado con este producto u objeto y un tercer seminario en el que se pide a los alumnos que diseñen una publicación sobre el producto u objeto con el mismo formato y características gráficas que otra publicación ya existente. Se aportan, por lo tanto, evidencias de todos estos trabajos, procurando dar cabida a todo el rango de calificaciones otorgadas, de modo que pueda evidenciarse la adquisición por parte de los estudiantes de las competencias estipuladas en el plan docente de la asignatura, ya sean generales (por ejemplo, capacidad de organizar y planificar o capacidad para resolver problemas), sistémicas (capacidad para aplicar conocimientos a la práctica o capacidad para generar nuevas ideas), interpersonales o específicas (como por ejemplo capacidad para la creatividad y la innovación o capacidad para la creación, diseño y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos y textos). Los trabajos evaluables, además, sirven también para constatar el grado en que la metodología docente de cooperación en parejas aplicada en la asignatura resulta adecuada para la obtención de resultados satisfactorios. Por lo que respecta al grado de complejidad, estas tres actividades están diseñadas para incrementar paulatinamente el grado de exigencia y para incorporar los conocimientos adquiridos en la actividad anterior. Hay que tener en cuenta, además, que existen dos asignaturas previas en el Plan de Estudios (Introducción al lenguaje gráfico y Diseño Gráfico I) en las que los estudiantes adquieren unos conocimientos básicos sobre la materia, y que les permiten afrontar la realización de actividades con un nivel de complejidad más elevado.

Se incluyen tres evidencias de ejecuciones correspondientes al trabajo del primer seminario, una calificada con un aprobado, otra calificada con un notable y una última calificada con un sobresaliente, que permiten comprobar el rango de calificaciones otorgadas en coherencia con el grado de adquisición de las competencias establecidas. Así, el trabajo calificado con un aprobado tiene un diseño elemental, aunque sus autores se muestran competentes para realizarlo. El trabajo calificado con un notable, centrado en una campaña para los vaqueros Jean Levi's, tiene un nivel de creatividad aceptable y un diseño correcto. Y en el trabajo calificado con un sobresaliente se diseña una campaña para Moritz dirigida a los Barcelovers con un eslogan y una tipografía coherentes con el target y con una gran creatividad.

En el segundo trabajo se ofrecen evidencias de ejecuciones calificadas también con un aprobado, un notable y un sobresaliente respectivamente. En el primer caso, se diseña una feria de la marca Badi para generar encuentros entre personas que quieren compartir piso. La elaboración del dítpico para el acontecimiento resulta un tanto básica. Por su parte, el trabajo calificado con un notable aporta un díptico sobre el primer festival anual Scourer de Waynabox, con la pretensión de unir a la comunidad de usuarios y atraer a nuevos usuarios. El diseño planteado es coherente con los valores que se quieren transmitir, aunque se cometen algunos errores, como poner texto blanco sobre amarillo. Finalmente, el tercer trabajo presentado es calificado con un sobresaliente por diseñar de forma excelente un folleto en el que se promociona un tour musical en bus por los distritos de la ciudad patrocinado por Moritz. Destaca por el uso del formato y el esfuerzo por una correcta impresión que permita la lectura frontal y total del folleto.

Por último, para el tercer trabajo se aportan dos ejecuciones calificadas con un sobresaliente, una ejecución calificada con un notable y una ejecución calificada con un aprobado. En este último caso, se trata del diseño de un ejemplar de la revista Elle que contiene diversos errores, como por ejemplo no respetar la numeración en itálica en el original, usar una tipografía muy grande o poner secciones de la revista en la esquina exterior. El trabajo calificado con un notable presenta un ejemplar de la revista Time Out que, en términos generales, evidencia la adquisición de competencias de diseño por parte de los estudiantes, pero que tiene algunos fallos relativos a los márgenes interiores o a la inclusión de unos filetes negros que no existen en la revista original. En último lugar, los trabajos calificados con un sobresaliente corresponden a ejemplares de la revista Rolling Stone y de la revista Gráffica. Destaca esta última por el uso de fondos de colores, el parecido del papel y la suma de creatividad propia del grupo aplicada a la línea editorial de la revista. Ambos presentan ejecuciones impecables que evidencian la adquisición de las competencias con excelencia por parte de los estudiantes.

Por otro lado, además de las asignaturas básicas y obligatorias, y las optativas agrupadas en itinerarios formativos, el grado tiene otros 3 ámbitos de gran importancia estratégica: la movilidad, las prácticas externas y el TFG.

La **movilidad** (programa de intercambio **Erasmus** en el caso de universidades europeas,y **Convenios bilaterales**, para universidades del resto del mundo) es uno de los aspectos mejor valorados del grado, con una puntuación de 4.8 sobre 5 (la media de la UPF es 4.2) con un 100% de los estudiantes que admiten que repetirían la experiencia. La Facultad de Comunicación dispone de una coordinadora de movilidad general para los tres grados, Ruth Rodríguez (quien se encarga del contacto con el Departamento de Relaciones Internacionales de la UPF, atender la posibilidad de nuevos convenios

así como de la relación directa con los estudiantes extranjeros que vienen a estudiar a nuestra facultad) y tres coordinadores específicos para cada uno tal y como se informa en la web, https://www.upf.edu/web/estudiarfora/estudiar-a-estranger

Durante los últimos cursos, la coordinadora responsable del grado de Publicidad y RRRP fue la profesora Pilar Medina y en la actualidad es el profesor Cristòfol Rovira. En colaboración estrecha con Secretaría Académica (responsable de la gestión de todos los expedientes de movilidad internacional: Mercè Giralt), la coordinación académica tiene la tarea de avalar las asignaturas (acuerdo académico) que cada estudiante cursará en la universidad de destino. En el primer trimestre de segundo curso el conjunto del alumnado recibe información sobre las características y universidades con convenio. Durante el segundo trimestre se hace el proceso de selección (organizado por el departamento de Relaciones Internacionales de la UPF), y ya en el tercer trimestre se empieza el proceso de preparación del plan de estudios con coordinación académica para que el alumno/a pueda marchar a lo largo de tercer curso (en casos excepcionales, se puede hacer en cuarto). Cabe señalar que a la hora de establecer un convenio con una universidad extranjera y a petición de la coordinación académica de movilidad internacional, la dirección de grado revisa el plan de estudios de dicha universidad para garantizar que las competencias sean acordes con las que se requieren en nuestro grado.

Una vez que el alumno ya sabe a qué universidad va a ir, cada acuerdo académico representa una atención individualizada (antes de marchar) en la que se valora la viabilidad de la propuesta del alumno, las posibles homologaciones, la carga (máxima y mínima) de créditos ECTS (y sus correspondencias con otros sistemas existentes) y, muy especialmente, la posible incorporación de créditos reconocidos de movilidad a partir de cursar asignaturas no homologables con el plan de estudios que ofrecemos. Este aspecto resulta especialmente interesante porque supone la posibilidad de que el alumno aproveche su estancia en una universidad extranjera para incorporar conocimientos diferentes y dar así un 'valor añadido' a su experiencia. Una vez iniciada la estancia, la tarea de la coordinación implica estar disponible (vía correo electrónico, vía skype) a los imprevistos con los que se encuentra el alumno y, finalmente, la validación del 'Learning agreement' en el que se deja constancia de la aprobación académica de posibles cambios respecto al acuerdo académico inicial. Una vez finalizada la estancia, el paso último implica la adecuación del sistema de calificaciones de la universidad destino a nuestro sistema, y la firma del expediente de movilidad. En términos generales, las altas calificaciones obtenidas por nuestros alumnos en sus estancias en universidades extranjeras (11 sobresalientes, 19 notables y 3 aprobados) son un indicador indirecto del alto nivel de preparación que se les ofrece en la UPF y que les permite adaptarse y sacar buen provecho académico con independencia de la universidad a la que hayan ido.

Por lo que respecta a las **prácticas externas (practicum)**, su orientación es totalmente profesionalizadora. El coordinador es un profesor asociado, Joaquim Moreno, que se encarga de seleccionar y actualizar el pool de empresas, y guiar al estudiante para aplicar a estas empresas y hacer el seguimiento durante la ejecución y cierre de las prácticas. Los estudiantes del grado valoran el practicum con un 4.2 sobre 5 (la media de la UPF es 3.6).

El tutor académico recibe peticiones de empresas o instituciones para que los estudiantes hagan prácticas. Estas peticiones pueden venir recomendadas por profesores del grado o ser iniciativa de las organizaciones. El tutor deriva la gestión del convenio al Departamento de Carreras Profesionales

(Campus Trabajo), un portal telemático que centraliza los trámites necesarios para que los estudiantes puedan realizar el Practicum. Es entonces cuando los estudiantes activan un Curriculum Vitae en este portal para que las empresas puedan visualizar su perfil. El tutor dinamiza este proceso a través de charlas informativa en segundo, tercero y cuarto, y a través de tutorías personalizadas (personales, por email o teléfono) con los 90 alumnos (aproximadamente) de cada promoción. El coordinador también debe mantener un contacto fluído con las empresas, aunque, como se ve en el plan de mejora, este es un aspecto que es necesario trabajar de forma más sistemática e intensa.

Para superar la asignatura, es necesario realizar un mínimo de 250 horas de prácticas, bajo la supervisión del tutor asignado en la empresa o institución donde el alumnado realiza las prácticas. El máximo de horas a realizar es de 400. Por otra parte, para superar la asignatura, los estudiantes deben entregar una memoria sujeta a los parámetros definidos por el tutor académico. Las pautas de dicha memoria se acogen a las indicadas en el RD1707/2011.

El nivel de complejidad de las prácticas profesionales es acorde a la ubicación de la asignatura en el currículo. Es precisamente en 4º año del grado cuando los estudiantes han avanzado considerablemente en los itinerarios formativos de especialización profesional y, por lo tanto, están calificados para llevar a cabo las tareas profesionales que se les asignan en las respectivas empresas o instituciones.

Durante el curso 2016-2017 el "Campus Trabajo" registró un total de 317 peticiones de centros para alumnos en prácticas con perfiles profesionales correspondientes al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. De ese total, 129 corresponden al ámbito de la publicidad (40%) y 188 al de las Relaciones Públicas (85%). En este sentido, cabe señalar que 43 de las ofertas se centraron específicamente en la creatividad publicitaria, 5 en el diseño, 188 en la comunicación estratégica orientada al ámbito de las Relaciones Públicas, y 81 en aspectos genéricos de la publicidad y las relaciones públicas sin hacer distinción entre las competencias propias de ambas disciplinas.

La **adecuación de los centros** y de las prácticas ofertadas respecto a los itinerarios del grado es correcta en términos generales, ya que cubren los cuatro itinerarios formativos del grado. Puesto que los datos examinados referentes a los 4 ámbitos de especialización apoyan su importancia estratégica, social y económica, la dirección de grado se plantea un **plan de mejora** para actualizar el pool de empresas, reforzando ámbitos como la creatividad, gestión estratégica de evento, el diseño o los estudios de mercado; o de aumentar la cifra de instituciones públicas que ofrecen prácticas curriculares. Es más, una de las fortalezas del campus de Poblenou, donde se imparte el grado en su totalidad, es encontrarse en el corazón del 22@, siendo incluso uno de los pilares originales de este distrito, dedicado a empresas, instituciones y organizaciones en el ámbito de la sociedad digital, creativa, tecnológica y de la comunicación. El 22@ se encuentra en plena expansión, y el grado en Publicidad y RRPP por la UPF debe aspirar a tener un vínculo estrecho con empresas e instituciones del distrito. Naturalmente, esto ya se está produciendo, aunque hay margen de mejora en lo que se refiere a bases de datos, networking, participación en eventos, etc.

A pesar de que las prácticas curriculares no implican la obligatoriedad de remuneración por parte del centro, 60 de las 77 empresas o instituciones en las que los estudiantes de 4º curso hicieron prácticas, se acogieron a la remuneración mínima de hasta 6€. La cantidad media fueron 4€ /h. Sólo 17 centros decidieron no ofrecer compensación económica a los estudiantes.

El 75% de los estudiantes concentraron las prácticas en el segundo y tercer trimestre, debido a la menor carga lectiva en lo que a asignaturas presenciales se refiere. El 25% de los alumnos realizaron las prácticas durante el primer trimestre.

La **evaluación del Practicum** se lleva a cabo teniendo en cuenta dos indicadores: por una parte el informe y la calificación de la empresa o institución donde se realizan las prácticas y, por otra parte, la calificación obtenida a partir de la memoria de prácticas, evaluada por el tutor de prácticas. El tutor de prácticas solicita el informe de valoración a cada uno de los centros una vez el alumno/a finaliza su período de prácticas. Cada elemento tiene un valor del 50% sobre la calificación final.

Los elementos que valora, del 1 al 10, el centro de prácticas son los siguientes:

Capacidad técnica.
Capacidad de aprendizaje.
Administración del trabajo.
Habilidades de comunicación orales y escritas.
Sentido de la responsabilidad.
Puntualidad.
Creatividad e iniciativa.
Implicación personal y motivación.
Facilidad de adaptación.
Relación con el entorno laboral.
Capacidad de trabajo en equipo.
Receptividad a las críticas.
Capacidad de autonomía y toma de decisiones.
Capacidad analítica para interpretar los datos necesarios para elaborar estrategias de comunicación.
Capacidad para detectar cambios/tendencias y aplicarlos.
Capacidad para organizar grupos disciplinares y aprovecharlos para resolver problemas comunicativos.
Capacidad para exponer de manera clara ideas propias y establecer sinergias con el resto del equipo.
Capacidad para elaborar estrategias y mensajes publicitarios y de relaciones públicas.

Por otra parte, a los responsables de los alumnos en prácticas de cada uno de los centros se les plantean las siguientes cuestiones:

Si pudiérais mejorar algún aspecto de la formación del estudiante, ¿cuál sería?
¿Consideráis las prácticas útiles para la inserción laboral de los estudiantes?
¿Le habéis ofrecido o tenéis previsto ofrecerle un contrato laboral al estudiante?

En relación a estas cuestiones, cabe señalar que un porcentaje muy bajo de empresas -5%-, señalan el dominio de la lengua inglesa oral y, especialmente, escrita, como aspecto a mejorar.

La práctica totalidad de los centros de prácticas -95%, el resto, NS/NC-, consideran que las prácticas son útiles para la inserción laboral de los estudiantes. Pero sólo un 5% de las empresas o instituciones han ofrecido o tienen previsto ofrecer un contrato laboral al alumnado. La mayoría de ellas justifican esta decisión explicando que, a pesar de que la experiencia ha sido muy satisfactoria, de momento no tienen previsto aumentar la plantilla

Por otra parte, los elementos que el tutor valora en la memoria de Practicum entregada por los estudiantes, son los siguientes:

Ficha Técnica de la memoria: empresa/entidad donde se han realizado las prácticas, trimestre, horario y tutor asignado en el centro de prácticas
Descripción de las tareas asignadas.
Conocimientos y experiencia adquiridos.
Grado de complementariedad con las materias del grado: valoración cualitativa (con un texto descriptivo).
Valoración general de las prácticas externas: valoración cualitativa (con un texto descriptivo).
Comentarios, sugerencias y observaciones diversas.
Anexo con materiales producidos por el estudiante a lo largo del curso (si procede).

Como se ve en las pruebas de evaluación que se adjuntan, el estudiante calificado con aprobado presenta una memoria muy básica y poco profesional; pues combina prácticas profesionales con opiniones muy personales. Es además muy general y no especifica las tareas realizadas ni aporta materiales o ejemplos de las mismas. Se trata en suma de una memoria sin ningún tipo de formato. De forma congruente, la empresa asignó una nota de 6.23 al estudiante y admitió que no estaría dispuesta a incorporarlo laboralmente.

El estudiante evaluado con notable presentó una memoria muy esquemática y breve, presentó evidencias de gran valor, pues muestran la relevancia y significatividad del trabajo realizado en la empresa. Se trata de trabajos acabados sobre campañas integrales: desde un posicionamiento estratégico de marca hasta el diseño y fotografía, el plan de medios, acciones de publicidad y relaciones públicas, medios digitales, generaciones de textos (copy), etc. Se trata en muchos casos de grandes campañas, en las que la alumna no especifica su rol, implicación y ámbito de trabajo en las mismas. De hecho, aunque la empresa admite que podrian tenerla en cuenta para futuras oportunidades laborales, recomiendan "Mejorar la interacción y la comunicación con el equipo. Más iniciativa en el momento de propuestas nuevas en el día a día", y la valoran con un 6.53. Una memoria bastante completa, aunque básica, le permite alcanzar el notable.

En tercer lugar, la alumna con sobresaliente destaca precisamente por el nivel de precisión en el tipo de tareas realizadas en la empresa: atención telefónica siguiendo el protocolo correspondiente, prensa, actualización y creación de bases de datos, organización de actos y reuniones, *clippings*, *coverage*, notas de prensa, ideación de preguntas para entrevistas, etc. En esta línea, la memoria argumenta de forma concreta el tipo de conocimientos adquiridos y su conexión con el grado. De hecho, especifica la relevancia de tres asignaturas: Gabinetes de Prensa, Dirección de Cuentas y Estructura de la Empresa. Aunque la alumna no aporta muestras de su trabajo (en ocasiones este requisito intercede con la confidencialidad de los materiales de la empresa), el nivel de explicación se considera suficiente. Además, su tutora de prácticas en la empresa la evaluó con un 9.1. A nivel de informe de la empresa, la tutora comentaba lo siguiente: "A pesar de la brevedad de su estancia, creo que puede ser una buena profesional tanto por sus aptitudes como su actitud positiva y voluntad de mejora constante", y se permitía la licencia de hacerle la siguiente recomendación: "Ha sido una buena trainee. Como mucho puedo recomendarle que trabaje la presión para que no le afecte. Aún así, no ha representado ningún problema en su estancia".

Y en cuarto lugar, la alumna calificada con matrícula de honor presenta una memoria muy completa, en que todos los apartados son argumentados de forma significativa. La memoria especifica asimismo las tareas realizadas. Especialmente positiva es la creación de un Brand Book (que también se adjunta en la memoria), donde la alumna definió la "misión, visión, valores, posicionamiento, propuesta de valor, etc. así como la aplicación de la identidad visual" de las marcas de las diferentes empresas del conglomerado en el que hacía prácticas. También realizaba tareas de mantenimiento de perfiles en redes, presentaciones, webs, etc. Asimismo, la valoración de la formación recibida en la empresa por parte de la alumna denota una gran madurez en la consolidación de los conocimientos adquiridos: no había departamento de márketing o comunicación en la empresa, pero esto fue algo positivo porque su estancia de prácticas la convirtió en alguien importante pues era la única con formación en comunicación estratégica, publicidad y relaciones públicas. Confesaba además que el proyecto en el que estaba era "como cualquiera de los realizados en el grado", especialmente en asignaturas como Estrategia y Gestión de la Marca, Márketing Estratégico y Operativo Aplicado, Guión y diseño de interactivos para Publicidad y Comunicación Corporativa, Márketing Directo y Promocional, entre otras. Su tutora de prácticas en la empresa la evaluó con un 10 de nota, y con el siguiente comentario general: "La mejora vendrá le llegará de la práctica y la experiencia. Es un 10 como alumna (...). Le deseamos lo mejor. Ha sido un placer contar con ella estos meses".

Finalmente, como tarea complementaria a la memoria, los estudiantes pueden realizar un vídeo (2 minutos máximo), explicando su experiencia. Este vídeo es un valor añadido a la nota final, y puede suponer un incremento de la misma de hasta un punto. La alumna con matrícula de honor realizó un video de su experiencia con calidad profesional a nivel formal y de contenido.

Cabe señalar que las memorias realizadas por los estudiantes ponen de manifiesto la adecuación del centro, así como la adecuación de las tareas a realizar y la supervisión y tutorización de las propias prácticas. Por otra parte, también es remarcable que el global de las calificaciones otorgadas, tanto por parte del centro de prácticas, como por parte del tutor, suelen ser coincidentes, hecho que avala la calidad global del sistema de evaluación establecido.

Tanto los estudiantes como las empresas e instituciones que acogen alumnos en prácticas conocen de antemano los criterios de evaluación y supervisión del Practicum, ya que tanto el tutor académico como los responsables del “Campus Trabajo” facilitan esta información en el momento de firmar el convenio y se aseguran de que el centro de prácticas la tenga presente durante el período de acogida al estudiante. Este factor garantiza los criterios de transparencia definidos en el proceso de valoración de las prácticas externas.

El hecho de que los graduados valoren muy positivamente (4.5/5) la formación recibida en lo referente a la actividad profesional representa una garantia de calidad del grado. Informalmente, existe un clima de opinión entre las empresas del entorno, especialmente en el área de Barcelona, sobre la preparación y las actitudes de los estudiantes de Publicidad y RRPP de la UPF. En cualquier caso, cabe destacar que la valoración del parámetro “Las prácticas externas me han permitido aplicar los conocimientos adquiridos durante la titulación" es generalmente positiva.

Por último, el **Trabajo de Final de Grado (TFG)** condensa el conjunto de resultados del aprendizaje en el ámbito de la investigación y el análisis a lo largo de los cuatro años de formación del grado. El TFG es valorado por los estudiantes con un 4.1 sobre 5 (la media de la UPF es 3.5).

El TFG es una asignatura obligatoria de tercer trimestre de 4º curso. Se trata de 6 créditos no presenciales en que cada estudiante lleva a cabo un proyecto de investigación básica/académica o aplicada/profesionalizadora (resolución de un briefing) bajo la supervisión de un tutor/a. La evaluación es continua en un 50% y final en otro 50%. En el TFG de tipo briefing, la coordinación docente puede proponer tres tipologías: publicitario, de RRPP o de comunicación institucional y política, si bien el alumno puede proponer un bríefing propio, real (vinculado a las prácticas externas) o realista (en caso de ser inventado, los datos de los que se parte deben ser reales y recabados a través de la investigación), y acordar su resolución con el tutor/a. En caso de tratarse de bríefings reales, los resultados no podrán ser objeto de explotación antes de la evaluación final. El tipo de TFG académico debe contener el formato y contenido de un trabajo de investigación académica. En ambos casos, el/la estudiante debe mostrar autonomía y madurez en el proceso de investigación, que debe incluir un marco teórico y de referencia, unos objetivos y preguntas de investigación, una metodología, resultados y discusión/conclusiones. El tutor debe hacer un mínimo de tres tutorías, y no hay defensa pública. Como **plan de mejora**, se plantea añadir un *outcome* final: algún tipo de presentación o defensa pública de la investigación ante un tribunal de profesores permanentes y asociados.

El TFG es una actividad formativa con un funcionamiento similar a los TFM. Estudiante y tutor/a mantienen una relación muy cercana en que se discute y acuerda la temática, orientación y metodología del trabajo, manteniendo un equilibro entre los intereses personales y profesionales del estudiante y los intereses académicos y teóricos del tutor. Se trata de un trabajo de investigación, por lo que el alumno debe aprender a someter sus ideas y conocimientos a la teoría dominante en relación al objeto. Puesto que los tutores son asignados dependiendo de los intereses generales del estudiante, no es difícil integrar el TFG en las líneas y proyectos del tutor, utilizando las teorías y conceptos de la propuesta original del alumno/a. El alumno debe por tanto buscar información, leer, sintetizar y citar con normalidad. El otro momento clave es el diseño metodológico, para lo que se requiere una tutoría específica. Entonces el alumno debe aprender a utilizar las herramientas adecuadas. Por último, una tercera tutoría se destina a la interpretación de resultados, pues el alumno/a debe aprender a describir los mismos e inferir conclusiones con un nivel alto de abstracción y dialogando con el marco teórico establecido. A nivel formal, el estudiante debe aprender a citar, a maquetar y a escribir con un lenguaje académico. Asimismo, la visualización de datos es otro elemento de gran importancia en la actualidad.

En resumen, el TFG plantea una investigación que puede tener una orientación académica o profesional, por lo que se alinea claramente con este doble posicionamiento del grado. En ambos casos, se recomienda que el trabajo tenga entre 60 y 70 páginas y la siguiente estructura:

-Introducción: donde se especifica el objeto de estudio desde un punto de vista académico y profesional, y se hacen explícitos los objetivos.

-Marco teórico/Análisis e Investigación: el trabajo debe plantear un problema de conocimiento u oportunidad de mercado a partir de la revisión del estado de la cuestión y el análisis del entorno (competencia, públicos, historia, contexto social/cultural/económico...). Se valora la citación de un amplio abanico de documentos.

-Método: preguntas de investigación y protocolo de trabajo para que la investigación sea replicable; así como los pasos y herramientas de análisis.

-Resultados/Estrategia: se deberá mostrar el análisis cuantitativo y/o cualitativo de la investigación, con el objetivo de garantizar la originalidad de los resultados; así como los objetivos estratégicos que se derivan de estos resultados.

-Conclusiones/Creatividad: interpretación de resultados, contribución teórica, resumen del trabajo, limitaciones y futuras líneas.

En el caso de investigaciones aplicadas, las conclusiones pueden ir acompañadas de la ideación y diseño incipiente de piezas creativas derivadas de los resultados y de la estrategia planteada para resolver el problema del cliente.

En el plan docente, se incorpora un rúbrica general para el TFG. En ella se recomienda que el tutor asigne un punto a cada apartado y que valore tanto el seguimiento, calendario de trabajo, participación en las sesiones de tutoria, maduración e interés del estudiante (5 puntos) como el *outcome* final en forma de trabajo acabado (5 puntos). La primera evaluación (continua) se hace a través de un mínimo de tres tutorías y entregas parciales, concretamente el marco teórico, la metodología y los resultados. El tutor puede permitir que las tutorías no sean presenciales, y que se utilice cualquier medio de comunicación. Se recomienda siempre revisar la correcta citación de los trabajos mediante el software Turnitin. Ambas partes son evaluadas por el tutor del TFG.

En general, esta estructura propone criterios de evaluación basados en la aplicación de la teoría, las competencias en manejo de documentos y citación de fuentes, lectura y escritura académica, capacidad de abstracción, análisis y deducción, madurez académica, capacidad de trabajo, toma de decisiones y superación de problemas, y capacidad retórica, persuasiva y narrativa. Por último, las competencias personales (confianza, liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones, etc.) son cruciales para la realización exitosa del TFG.

Se aportan evidencias de las cuatro notas con las que se han calificado los TFGs en el curso 16-17. Estos cuatro trabajos coinciden en la temática general, estrategias de marca o *branding*, por lo que los criterios de evaluación y los resultados formativos se pueden percibir más claramente. En primer lugar, el TFG calificado con aprobado trata el tema de la marca personal en los nativos digitales o generación z. Se trata de un objeto de estudio de gran relevancia, pues plantea los canales de difusión y los rasgos de personalidad de marca de este segmento tan específico y de tanta importancia social y estratégica. Sin embargo, la estudiante no hizo un seguimiento de su trabajo con el tutor mediante entregas, tutorías periódicas e incorporación del feedback, sinó que planteo el tema y ya no contactó con el tutor hasta el final del proceso. El resultado es un trabajo con la estructura requerida (introducción, marco teórico, método, resultados, conclusiones y bibliografía) pero sin los estándares de calidad para tener una nota más alta. Es decir, la alumna ha completado el proceso de una investigación, con su correspondiente revisión teórica y metodología, y ha generado conocimiento con un trabajo empírico que después ha interpretado, pero con importantes carencias en cada apartado. En la Introducción no profundiza en el problema que aborda, no aporta teorías o conceptos académicos ni incorpora citas académicas. El marco teórico se limita a definiciones generales (e incluso meramente divulgativas) de la marca, la publicidad, la generación z, personalidad de marca,

identidad visual y digital o reputación, sin profundizar en el vacío de conocimiento o el problema de conocimiento al que el TFG puede contribuir. No incorpora por tanto citas de artículos científicos. En consecuencia, las preguntas de investigación no se derivan del marco teórico, y la metodología da una respuesta muy parcial a estas preguntas. Aunque la alumna diseña y ejecuta focus group correctamente, estos focus estan basados en unas preguntas y dinámicas en que las variables no están definidas. Y los resultados son una enumeración de comentarios de los integrantes del focus group sin responder de forma estructurada a las preguntas/objetivos planteados.

En segundo lugar, el TFG calificado como notable trata también la marca personal, pero en este caso en referencia al colectivo de millennials. En general, la gran diferencia con el TFG evaluado con aprobado es el proceso de maduración del tema tratado a partir de las tutorías, y la relevancia de la pregunta de investigación. Mientras el caso del aprobado se quedaba en un planteamiento superficial y básico, el TFG evaluado como notable plantea qué atributos de personalidad de marca son claves para la credibilidad del perfil social de los candidatos millenials en entrevistas de trabajo. La Introducción plantea el problema desde un punto de vista social y personal, sin una clara problematización académica o teórica, aunque claramente define conceptos clave, como millennials y sociedad digital. El marco teórico del TFG define conceptos claves de márketing y branding en un texto articulado con citas académicas, pero sin un marco claro para las preguntas de investigación. Se define una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa. En contraste con el anterior TFG, el método cualitativo permite localizar las variables relevantes de análisis, es decir los atributos de personalidad de marca: cambio de la fotografía de perfil en las redes sociales, aficiones, transparencia, topicidad y adjetivación en las frases escritas en el perfil, etc. En consecuencia, las conclusiones plantean algunas proposiciones a tener en cuenta para una correcta gestión de la comunicación en medios sociales por parte de los candidatos a puestos de trabajo.

En tercer lugar, el TFG calificado con sobresaliente es una sólida investigación sobre la influencia del *electronic word of mouth* en el *engagement*. Este trabajo cumple los estándares de calidad de un trabajo académico que podra optar a ser publicado en algun tipo de foro. Plantea un problema de conocimiento en el marco del *user-generated-brand* y hace una conceptualización clara y rigurosa de los conceptos clave (*prosumers, ewom, engagement)*. Esto le permite definir las variables correctamente, y plantear una encuesta con herramientas de medida de las mismas. En particular, el *engagement* es una variable compleja que puede ser medida de varias formas -la estudiante adopta la escala MAM de 0 a 5. Aunque la muestra del TFG es claramente insuficiente para una investigación cuantitativa (20), el diseño metodológico con encuesta permitiría correlacionar las variables del boca oreja electrónico y el *engagement* e intención de compra en una investigación con recursos (temporales y monetarios). La exposición de resultados es transparente y las discusión/conclusiones tienen la estructura académica adecuada: se valora la contrastación de hipótesis y se dialoga con la teoría, conceptos y autores de referencia.

Y por último, se otorgó matrícula de honor a aquellos TFGs con un nivel académico de máster de investigación, teniendo en cuenta la limitación de recursos (temporales y logísticos). En el caso de la evidencia aportada, se trata de un TFG sobre *branding* sonoro en que el estudiante realiza un casi-experimento con todo el rigor académico. Se trata de un estudio sobre la transmisión de valores de marca asociados a la melodía de los logos sonoros. El estudiante no sólo hace un planteamiento académico y profesional de gran relevancia (el márketing sensorial, *brand experiencies* o la teoria de las formas sonoras), y define las variables sonoras clave (*pitch* o tono, ritmo, intensidad y timbre), sino

que produce el estímulo experimental con un control total de variables y mide la respuesta autoperceptiva en escalas validadas de una muestra homogéneo de receptores. Este trabajo muestra claramente tres aspectos claves del TFG: la articulación de conocimientos adquiridos en el grado, el aprendizaje a través de las tutorías (planteamiento temático, metodología e interpretación) y la implementación de competencias personales.

Finalmente, la **satisfacción con la titulación en su globalidad** por parte de los estudiantes es de 4.2 sobre 5. Y la valoración de los graduados sobre la experiencia educativa global es satisfactoria: la estructura y aprendizaje se valora con un 3.8 (3.4 en el curso 14-15), el impacto personal con un 4.4 (4 en el curso 14-15), y los servicios y equipamientos con un 4 (3.5 en el curso 14-15). Por eso, es sorprendente que, según datos de la encuesta de inserción laboral de la AQU en enero de 2017, la voluntad de repetir la misma titulación haya bajado a un 55.6% (88.9% en 14-15); si bien se mantiene como la segunda ratio más alta del sistema universitario público catalán después de la Universidad Rovira y Virgili. Y en todo caso, la voluntad de repetir la misma universidad ha subido de un ya considerable 83.3% en el curso 14-15 a un 94.4% en el curso 16-17 (85.7% según datos AQU, 22 puntos porcentuales más que la Universidad Autónoma de Barcelona).

La mayoría de aspectos académicos concretos tienen una valoración superior al 3.3 sobre 5: plan de estudios (4.4), coordinación de contenidos (3.3), volumen de trabajo (3.4), profesorado (4.2), metodología docente (4), tutorización (2.9), campus virtual (3.8), sistemas de evaluación (3.6). Naturalmente, hay aspectos de mejora, como la coordinación de contenidos, volumen de trabajo y tutorización, y de hecho se han propuesto planes de mejora en los últimos años en este sentido. En particular, la baja valoración de la tutorización es un problema claramente identificado -de hecho, es un problema también reconocido por los profesores del departamento en la encuestas de satisfacción. En esencia, el problema es la escasa utilidad de un tutor que no tiene información de primera mano sobre el grado, pues se trata de un profesor-investigador sin un vínculo de gestión con el grado. Por eso, el trato personal entre tutor y alumno no puede sustituir los canales informativos formales y generales, esto es, reuniones periódicas del jefe de estudios con los diferentes cursos y con los delegados. En el plan de mejora, ya se han reflejado estas reuniones, que ya se están llevando a cabo.

En todo caso, en todos los aspectos evaluados, también estos, la valoración del grado por parte de los estudiantes se sitúan de forma consistente por encima de la media de la UPF.

6.2 Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos

El grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pompeu Fabra ha trabajado intensamente en el desarrollo de una metodología docente y unos sistema de evaluación en línea con los principios marcados por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). A grandes rasgos, estos principios determinan una subdivisión de las clases en teóricas de tipo magistral y prácticas de tipo seminario, con una mayor participación de los estudiantes y contenidos basados en casos, ejemplos, prácticas en entornos reales y dinámicas de grupo. Sobre estos fundamentos, la UPF ha intentado definir un modelo docente original basado en la excelencia, la innovación, la creatividad y la experimentación.

Para ello, la implicación del profesorado y del alumno durante las diez semanas de cada trimestre es fundamental. Tal y como se puede comprobar en los planes docentes, las asignaturas están altamente estructuradas y planificadas: cada semana se suele corresponder con un tema del syllabus, y cada semana tiene contenido teórico (normalmente con todo el grupo) y práctico (en seminarios con grupos reducidos). De esta forma, se garantizan dos aspectos fundamentales: la coherencia e integralidad del syllabus, pues siempre se trabajan y evalúan todos los temas del programa; y la integración entre teoría y práctica, pues cada concepto, metodología o teoría se trabaja semanalmente en el seminario.

Los graduados valoran con un 4 y 3.6 sobre 5 la metodología docente y los sistemas de evaluación (la media en la UPF es 3.5 y 3.1 respectivamente). El volumen de trabajo se valora con una nota ligeramente inferior, 3.4; ciertamente, el volumen de trabajo es elevado debido, precisamente, a las exigencias de un sistema semanal/trimestral. Aunque el volumen de trabajo precisa de mecanismos de coordinación para ser ajustado, los graduados admiten que se trata de un volumen de trabajo centrado en la práctica, bien estructurado y planificado. En todo caso, este tema deberá ser tratado de forma sistemática en las reuniones con profesores tal y com se ha planteado en el plan de mejora.

En general, la mayoría de asignaturas del grado están reduciendo el tiempo de **clase magistral unidireccional**, y se están priorizando actividades formativas innovadoras y creativas. En todo caso, lo más importante es que el rol del estudiante sea **activo** y situado en un contexto **significativo** y **relevante**. El estudiante debe recibir un planteamiento general del tema e instrucciones precisas sobre una tarea, con un margen grande para la búsqueda y elaboración de información y la creatividad en la resolución de problemas. En cuanto al contexto de aprendizaje, se combinan grupos de trabajo de todo tipo según las competencias de aprendizaje (número, perfiles de los estudiantes, roles, etc.), así como el entorno físico (clase de seminario, estudio, plató, biblioteca o incluso espacios abiertos y al aire libre).

Las clases teóricas del grado sirven para que el estudiante adquiera reglas procedimentales fundamentadas por estudios científicos. Por ello, es importante que la presentación de la teoría tenga un desarrollo lógico y narrativo, y contenga elementos contextuales de los autores de referencia, así como ejemplos. Sin embargo, este conocimiento teórico sólo es asimilado en el correspondiente seminario semanal. En este sentido, el conocimiento teórico es aplicado para la resolución de problemas reales en forma de prácticas, casos, debates, análisis, etc.

Los sistemas de evaluación tienden generalmente a valorar la asistencia y participación en clase, la realización de prácticas semanales (grupales e individuales) -con presentación o no, grabadas en video o audio, escritas, visuales o gráficas, y con la posibilidad de emplear herramientas conceptuales; finalmente, suele haber un examen (de desarrollo o test) y/o uno o dos proyectos finales (grupales o individuales). Estas partes se presentan en el plan docente en un cuadro con porcentajes.

En general, la satisfacción de los estudiantes con la actuación docente es muy alta, con notas que oscilan entre el 7 y el 9 sobre 10. Las asignaturas con una mejor valoración suelen ser asignaturas muy específicas y prácticas, como son Márketing Directo y Promocional (9.27), Técnicas de Oratoria (9), o Planificación Estratégica (8.39), sin bien también hay asignaturas generales -Fundamentos de la Publicidad (8.56) y asignaturas teóricas -Estructuras Socioeconómicas (8.4). Muchas asignaturas se sitúan en la franja del 6 o 7, dependiendo del grado de dificultad, la temática o la cohorte, por lo que

no precisan grandes explicaciones. Sí conviene prestar atención a aquellas asignaturas con valoraciones cercanas al 5 o por debajo del 5. De un total de 56 asignaturas evaluadas, únicamente 10 tienen una nota inferior a 6. En general, los problemas han sido identificados, se hicieron reuniones con profesores y con alumnos (delegados y resto de la clase), y se ha hecho un seguimiento en los cursos siguientes. Por ejemplo, el caso de la asignatura Taller Copy obtuvo una baja valoración (5.84) debido a la incorporación de un nuevo profesor en una asignatura muy práctica. El profesor estaba acostumbrado al ritmo de la agencia, que no fue fácil de seguir por parte de los alumnos y el resto de profesores/as. Se han equilibrado los procesos de trabajo y en el curso pasado obtuvo una valoración de 8.21. En el caso de Cultura Visual Contemporánea (5.63) se debe a un temario disperso y poco orientado al grado. Aunque se está trabajando a nivel de guía docente para resolverlo, estos efectos aún no se han notado en la valoración (5.64). Hay una asignatura, Estadística y Métodos de Investigación de Mercado (3.31), en que el profesor viene de Económicas, por lo que no es fácil que los contenidos sean aplicables al ámbito profesional. El caso de Historia y Géneros de los Medios Audiovisuales (valorada con 5.59) es un problema de volumen de trabajo y de clarificar las actividades docentes. Por lo tanto, en general, se trata de casos aislados que son objeto de seguimiento intenso actualmente por parte del coordinador docente y el jefe de estudios con los profesores implicados y los estudiantes respectivamente (en particular con los delegados/as).

A continuación se presentan **cuatro asignaturas obligatorias** del grado como representativas del tipo de métodos y actividades docentes, y de los sistemas de evaluación, del título:

-22205 Fundamentos de la Publicidad (primer curso, primer trimestre). Itinerario de Estrategia.

-23870 Análisis de la Comunicación Digital Interactiva (segundo curso, segundo trimestre). Itinerario de Análisis.

-20371 Diseño Gráfico II (tercer curso, segundo trimestre). Itinerario de Creatividad.

-22279 Estrategias de las Relaciones Públicas (segundo curso, segundo trimestre). Itinerario de Relaciones Públicas.

La asignatura **22205 Fundamentos de la Publicidad** está valorada por los estudiantes con un 8,56. Consta de un amplio abanico de actividades formativas, cada una de ellas diseñada para la adquisición de ciertas competencias. Por un lado las clases magistrales, que permiten que el estudiante alcance resultados de aprendizaje comprendidos en las seis competencias generales y específicas detalladas en el plan docente (comunicar información e ideas a audiencias expertas y no expertas, saber interpretar datos relevantes para emitir juicios, aprender a aprender de forma autónoma, conocer la evolución del sector de la publicidad, profundizar en el conocimiento del sector de la publicidad, y comprender el proceso de desarrollo de una campaña publicitaria). En segundo lugar, los estudios de caso, en los que se presentan escenarios reales para su discusión y que están diseñados específicamente para que el alumnado aprenda a articular argumentos, a utilizar la terminología y vocabulario básicos del sector y a desarrollar el sentido crítico a la hora de analizar campañas publicitarias.

Los estudiantes realizan también exposiciones orales de parte de los contenidos teóricos de la asignatura para, además de adquirir la competencia de exponer una tarea de análisis de forma

rigurosa, aprender a identificar la infraestructura básica del sector publicitario y a distinguir los distintos perfiles profesionales existentes. Además, se proponen lecturas que les permiten conocer el marco normativo de la publicidad, adquirir conocimientos sobre las necesidades de consumo y su relación con los mensajes publicitarios, conocer las principales aproximaciones teóricas a la publicidad y conocer la función de la creatividad en el proceso publicitario. Finalmente, se organizan seminarios de debate y discusión en los que los estudiantes aprenden a articular argumentaciones válidas y relevantes.

Esta metodología docente plantea unas actividades formativas objeto de evaluación. Así, se establecen tres sistemas de evaluación diferenciados que permiten comprobar la adquisición de las seis competencias previstas en el plan docente: participación en clase, trabajo de curso y examen teórico. La participación del alumnado, tanto en los seminarios basados en las lecturas como al formular preguntas durante las clases magistrales, es un elemento de evaluación imprescindible para determinar la adquisición de las competencias relacionadas con la comunicación de información e ideas, la interpretación de datos relevantes para emitir juicios, el conocimiento del sector de la publicidad y la comprensión del proceso de desarrollo de una campaña publicitaria. El trabajo de curso (de carácter grupal y centrado en el análisis de las empresas y los perfiles profesionales de la publicidad), así como su exposición oral, permiten evaluar las habilidades de aprendizaje autónomo y autodirigido, el conocimiento adquirido sobre el sector de la publicidad y también la capacidad de argumentación en público. Finalmente, el examen teórico se utiliza para evaluar la adquisición de los contenidos teóricos desarrollados principalmente en las clases magistrales y en los estudios de caso.

En segundo lugar, la asignatura **23870 Análisis de la Comunicación Digital Interactiva** (Analysis of Interactive Digital Communication) tiene una valoración de 8.14. Se trata de una valoración muy positiva, teniendo en cuenta además el reto que representa impartir una asignatura obligatoria con un contenido importante de teorías y autores en segundo curso -cuando el estudiante valora más una formación práctica y especializada. Este reto se ha afrontado con el diseño de una metodología docente innovadora, aplicada y hasta cierto punto pionera.

Tal y como se indica en la guía docente, el objetivo de la asignatura es "introducir los métodos de análisis de los medios digitales e interactivos desde una perspectiva interdisciplinaria". Se trata de una asignatura teórico-analítica en la que se desarrollan competencias generales asociadas a la investigación y el análisis en general. Desde una vertiente deductiva, la asignatura plantea un aprendizaje en la aplicación de modelos teóricos, el análisis crítico y la búsqueda bibliográfica. Estas competencias, claramente teóricas, se complementan con la capacidad para comunicar los resultados de la fase teórica y de analizar, sintetizar y organizar la información obtenida (competencias transversales en una gran cantidad de perfiles laborales actualmente).

En realidad, se trata de una asignatura clásica sobre análisis de mensajes como parte del área de teorías, métodos y estudios de públicos de la disciplina. Sin embargo, el planteamiento e implementación de unos contenidos y una metodología docentes adaptados a las necesidades del sector profesional en general representan una transformación pedagógica de primer orden. En primer lugar, a nivel de contenidos, la comunicación digital e interactiva condiciona en la actualidad la mayoría de campañas publicitarias y de comunicación, por lo que se plantea el reto de aportar herramientas teóricas y conceptuales para la resolución de problemas estratégicos y globales. Y en segundo lugar, la asignatura plantea innovaciones en el diseño e implementación de actividades

formativas. En este sentido, las clases magistrales (de 1 hora y media) se basan en unos contenidos y una bibliografia relevantes, actuales, internacionales y locales, y conectados con la investigación. No en vano, el profesor, Carlos A. Scolari, es autor de algunas de las publicaciones de referencia en este ámbito. A nivel de programación docente, la asignatura plantea las siguiente cinco unidades: la nueva ecología de los medios, la publicidad en línea, las relaciones públicas y las marcas en línea, los métodos cuantitativos en los medios digitales y los métodos cualitativos en los medios digitales.

A nivel de metodología docente, las clases magistrales estan basadas en las referencias a autores con sus correspondientes lecturas, la definición de conceptos, la explicación de procedimientos, y el debate y discusión en clase. Por lo tanto, se huye del modelo *broadcast* en favor de dinámicas participativas y transaccionales. Y los seminarios (1h 30 minutos en grupos de 25-30 alumnos) se componen de dos partes: las guías de trabajo y la elaboración de un trabajo de investigación grupal coordinado por el profesor sobre un tema relacionado con la asignatura. Por un parte, la guía de trabajo consiste en la lectura de bibliografía específica, su operacionalización en ejercicios de aplicación y la discusión de informes. Por otra parte, el trabajo de investigación consiste en el planteamiento teórico, diseño metodológico y análisis de mensajes de un caso particular, actual y relevante en el ámbito de la comunicación digital interactiva.

Por último, es importante destacar que la asignatura se imparte en inglés íntegramente.

En tercer lugar, se presenta la asignatura **20371 Diseño Gráfico II** (segundo curso, tercer trimestre) del itinerario de Creatividad, con una valoración de 7.35. Esta asignatura plantea una formación integral en el diseño gráfico, es decir, una formación de alto nivel (conceptual, abstracta) combinada con una formación técnica y experta en el uso de herramientas de diseño. Se debe tener en cuenta que es la culminación del área de especialización en diseño gráfico, un sector con aplicaciones que engloban el diseño en el amplio rango de formatos y plataformas en medios digitales. La integración entre las herramientas conceptuales y las técnicas exige una metodología docente basada en seminarios en aulas de informática. Estos seminarios podrán ser de actuación rápida o de desarrollo evolutivo.

Se plantean cuatro tipos de competencias: generales (análisis y síntesis; de organizar y planificar; comunicar información, ideas, problemas y soluciones, tanto en audiencias expertas como inexpertas; resolución de problemas; gestión de la información); sistémicas (habilidades de investigación; generar nuevas ideas; trabajar de forma autónoma, diseño y gestión de proyectos, calidad); interpersonales (autocrítica y emocional); y específicas (pensamiento creativo y estratégico; expresión visual; habilidades tecnológicas, informáticas y audiovisuales).

Tanto los contenidos como el sistema de evaluación giran entorno a tres seminarios clave. En estos tres seminarios los alumnos presentan los avances del proyecto que llevan a cabo en grupos de dos: "comunicar un producto o un objeto" (seminario 1), en donde "los alumnos han de escoger un objeto o producto con el cual tengan afinidad, interés, curiosidad, utilidad..."; ": "El evento" (seminario 2), en donde se conceptualiza y contextualiza -corporativamente o institucionalmente- el objeto; y "Producto Editorial" (seminario 3), en donde "a partir de una publicación real, existente (...) se ha de diseñar una publicación del mismo formato y características gráficas". Estos tres seminarios representan las "actuaciones rápidas" y son evaluados como 30%, 30% y 40% de la nota. Los criterios de evaluación son el cumplimiento de objetivos estratégicos, la "profundidad del estudio y del

contenido intelectual de la investigación", "la calidad, cantidad y diversidad de las propuestas", "originalidad e innovación", "asistencia y participación activa en clase", "documentación del proceso de trabajo (apuntes, bocetos, estudios, ensayos, ejercicios complementarios, ejercicios de apoyo, pruebas de imprenta,...)", "interés y dedicación", "presentación de los ejercicios", "análisis y valoración de ejemplos realizados por los alumnos" y "comentarios colectivos e individuales del trabajo y de las pruebas impresas".

Además, estas tres fases son momentos culminantes de los seminarios de desarrollo evolutivo, en que los alumnos trabajan los cuatro tipo de competencias, esto es, defienden y discuten sus propuestas, aconsejan a compañeros y reciben tutorias personalizadas del profesor.

Siguiendo en la línea de combinar un conocimiento estratégico y conceptual con un conocimiento técnico e instrumental, en el curso 17-18 se ha implementado la metodología docente del "Proyecto 1 +1 = 3. Programa de cooperación en parejas en contextos pseudo-naturales". Esta iniciativa ha sido presentada en el congreso sobre innovación docente CIDUI por parte del profesor de la asignatura en la UPF, doctor Juan Jesús Arrausi. Como se indica en el artículo presentado, este proyecto plantea un aprendizaje basado en parejas y grupos cooperativos. Estas parejas constan de un perfil perfigurador (con aptitudes para el pensamiento estratégico y conceptual) y un perfil configurador (con aptitudes técnicas e instrumentales). De esta forma, el estudiante aprende del estudiante. Estas parejas se alteran para diferentes trabajos, creando combinaciones múltiples de los perfiles. Los resultados de la investigación indicaron "avances en el desarrollo de ambos perfiles y una mayor percepción de aprendizaje de la pareja de perfil opuesto".

Y en cuarto lugar, la asignatura **22279 Estrategias de las Relaciones Públicas**, incluída en el itinerario de Relaciones Públicas e impartida en el segundo curso del grado, tiene una valoración global de 7,71. La asignatura, que proporciona formación sobre el proceso estratégico de la comunicación corporativa y de las relaciones públicas, combina distintas metodologías docentes y actividades formativas que permiten acreditar la adquisición de las competencias establecidas en el Plan Docente. Estas competencias se dividen entre siete transversales (capacidad para aplicar el conocimiento teórico a la práctica, capacidad para trabajar de forma autónoma, capacidad para trabajar de forma cooperativa y para debatir en grupo, capacidad de análisis crítico, capacidad de comunicación, capacidad de escucha y capacidad de planificación y gestión del tiempo) y seis específicas (capacidad para entender la comunicación corporativa y las relaciones públicas como proceso estratégico, capacidad para identificar las fases de este proceso, capacidad para entender la importancia de la investigación en el proceso de comunicación corporativa y relaciones públicas, capacidad para identificar públicos, metas y objetivos y articular mensajes, capacidad para implementar y evaluar un programa de comunicación corporativa y conocimiento de la dinámica de los principales ámbitos de actuación de las relaciones públicas).

Las actividades formativas incluyen clases magistrales y casos prácticos. Por lo que respecta a las primeras, sirven para abordar la parte más teórica y conceptual de la asignatura, centrada en las competencias del saber: conocimiento de la comunicación corporativa y las relaciones públicas y de sus distintas fases, conocimientos sobre la investigación en relaciones públicas, saber identificar públicos y objetivos, conocer las técnicas de comunicación de los mensajes, conocimientos sobre el proceso de ejecución y evaluación de un programa de comunicación corporativa, y conocimientos sobre los principales ámbitos de actuación de las relaciones públicas.

Por otro lado, los casos prácticos se plantean como sesiones de grupo reducido orientadas al análisis, debate y resolución cooperativa de problemas con la pretensión de fomentar el aprendizaje a partir de la práctica, y con una preparación previa por parte del alumnado a partir de unos briefings que se les proporcionan. Además, durante la realización de estas actividades formativas se planifican debates para promover la participación y escucha activas del alumnado. Por lo tanto, se trata de sesiones que, además de asegurar que se adquieren las competencias específicas de la asignatura, facilitan la adquisición de las competencias transversales incluídas en el Plan Docente de la asignatura: aplicación del conocimiento teórico a la práctica, trabajo autónomo, en equipo y cooperativo, capacidad de análisis crítico, capacidad de comunicación oral y capacidad de escucha activa.

En coherencia con las metodologías docentes y actividades formativas diseñadas, se establecen dos sistemas de evaluación: prueba escrita final y análisis, debate y resolución de casos prácticos por escrito, ambos con el mismo peso. La prueba final incluye, además de preguntas conceptuales y de reflexión, la resolución individual de un caso práctico, con lo que resulta adecuada para determinar el grado de adquisición no sólo de los conceptos teóricos explicados en las clases magistrales sino también de las competencias trabajadas durante la discusión y resolución de los casos prácticos en grupo. Por lo que respecta al trabajo en el que se pide resolver un caso práctico, se realiza en grupo y permite evidenciar la capacidad del alumnado para trabajar cooperativamente, para aplicar el conocimiento teórico a la práctica, para la comunicación escrita y para implementar un programa de comunicación corporativa, todas ellas competencias incluídas en el plan docente y trabajadas durante las sesiones de casos prácticos. Como se ha explicado, para la evaluación de los trabajos se tiene en cuenta no sólo lo escrito y entregado por los equipos de trabajo, sino también su participación y escucha activa en las sesiones de debate sobre los casos prácticos, de modo que incluye también la evaluación de competencias transversales como la capacidad de comunicación oral.

En definitiva, Estrategias de las Relaciones Públicas plantea una metodología docente y unas actividades formativas que permiten adquirir las competencias previamente establecidas e incluye unos sistemas de evaluación acordes con este diseño, con lo que permiten comprobar el grado de adquisición de las competencias.

Por lo que respecta al **22779 Trabajo de Final de Grado**, ya se ha establecido que se trata de una asignatura de 6 créditos de tercer trimestre de cuarto curso. Representa por tanto el último contacto del estudiante con la universidad, e intenta incorporar todo el conocimiento acumulado durante los cuatro años de grado para resolver un problema de conocimiento, sea mediante investigación básica o investigación aplicada.

Tal y como se indica en el plan docente, el TFG permite implementar, reforzar y evaluar las competencias generales del grado; a grandes rasgos, la "capacidad de análisis y de síntesis; de organización y planificación; de comunicación escrita; de motivación y de razonamiento crítico; de aprendizaje autónomo y creatividad; y la capacidad de asociación de conocimientos". Para ello, el alumno/a tendrá un tutor/a asignado, con quien planteará la resolución de un bríefing -centrado en las RRPP, en la comunicación institucional y estratégica o en la Publicidad, acorde a un tema de estudio académico.

En conjunto, las notas del TFG son muy altas (39 sobresalientes, 28 notables y 8 aprobados), lo cual es ya un indicador de consolidación de los conocimientos. Además, basándonos en las evidencias

analizadas en el estándar 6.1, se concluye un alto grado de asimilación y ejecución de estas actividades formativas. El sistema de evaluación basado en la evaluación continua y final del TFG está en consonancia con el sistema de tutorías y las actividades formativas que conlleva. De hecho, en el curso 16-17, se publicaron en el repositorio de la biblioteca CRAI de Poblenou los TFGs considerados de interés por parte de los tutores. Y en el curso 17-18, se ha decidido publicar todos los TFGs bajo el consentimiento informado y firmado de los estudiantes, y el consentimiento informal de los tutores.

Tal y como se indicó en el estándar 6.1, este modelo de TFG ha funcionado correctamente en los dos últimos cursos. Ahora bien, se detecta la necesidad de culminar el trabajo como trampolín de salida de la universidad, es decir, que el alumno/a tenga la percepción de estar trabajando con un caso totalmente real. Para ello, planteamos una medida para el **plan de mejora** aplicable para los dos tipos de investigación, básica y aplicada. En el primer caso, hay margen para que el TFG se integre totalmente en las líneas y/o proyectos de los tutores con la posibilidad de acabar enviando un artículo académico a un journal. En el segundo caso, aprovechando que en muchos casos los alumnos están haciendo las prácticas externas durante el tercer trimestre, se puede conectar el TFG con un bríefing real con alguna de las empresas de prácticas. En ambos casos, el artículo académico y el bríefing resuelto y presentado no podrían ser explotados académica o profesionalmente hasta después de haber cerrado actas y siempre bajo el consentimiento del alumno/a como autor intelectual de la obra.

Por último, a nivel de plan de estudios, el equipo docente del grado y la facultad de comunicacion de la UPF en general detectan amplios espacios de colaboración entre los tres grados de comunicación: Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y RRPP. Esta tendencia está siendo abordada desde algunos másteres implantados recientemente, pero lo cierto es que se trata de prácticas que han adquirido gran protagonismo en la investigación y la profesión. La adaptación a nivel de asignaturas ya se está produciendo, con casos prácticos y talleres híbridos y dotados de gran flexibilidad. La fenomenología de las relaciones públicas, la comunicación estratégica, la creatividad o el ámbito transmedia son ejemplos estructurales del grado donde se trabajan competencias de comunicación audiovisual, transmisión de la información periodística y tecnologías digitales e interactivas. A nivel de comunicación interactiva, el grado ya está generando TFGs híbridos de comunicación estratégica en medios interactivos (contenidos mayormente en el grado de Comunicación Audiovisual) y que pudieran ser presentados como candidatos al Starting Lab de la UPF (https://www.upf.edu/web/starting-lab) en el futuro. Son territorios en que el TFG de Publicidad y RRPP puede dialogar con el TFG de otros grados: el *branded content*, transmedia, publicidad móvil, las RRPP y los gabinetes de prensa, etc. El objetivo de este plan de mejora es estimular a los tutores para que den un enfoque híbrido al TFG, sin descartar otras fórmulas, como la colaboración entre estudiantes de diferentes grados, a través de un TFG compartido o de dos o tres TFGs complementarios.

Finalmente, las **prácticas externas o practicum** es la asignatura exclusivamente profesionalizadora del grado. Se trata de 10 créditos académicos en que el alumno hace un mínimo de 200 horas presenciales en la agencia/empresa. Estas prácticas estan orientadas a una formación integral del estudiante que se complemente con el aprendizaje teórico-práctico en el grado. Para ello, el estudiante debe realizar actividades regidas por la innovación, la creatividad y la emprenedurría a través de una metodología profesional, y desarrollando competencias técnicas, metodológicas, personales y participativas.

El estudiante tiene el tutor en la UPF y un tutor en la empresa. Y debe integrarse en el funcionamiento normal de ésta. Al final del periodo de prácticas, el estudiante debe entregar una memoria que será evaluada en un 50%, y que se complementa con el informe de la empresa. La memoria debe tener un máximo de 8 páginas, y es evaluada por el tutor de prácticas. Y el informe consiste en la respuesta a 17 preguntas sobre las competencias ejercidas por el estudiante, la valoración de las cuales se hace sobre 10 y la media de las cuales da el 50% final de la nota. El tutor también recibe comentarios cualitativos de las empresas, que le sirven para hacer un seguimiento sobre los resultados de aprendizaje del grado. Los alumnos dan gran valor a las prácticas curriculares, tal y como se desprende de sus comentarios (se aporta comentario de la alumni Abigaíl como evidencia).

6.3 Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación

Las tasas de graduación en los cursos 2012-2013 (78.82%) y 2013-2014 (65.52%) fueron sensiblemente superiores a las previstas en la Memoria de verificación (60%). Dado que se trataba de un grado nuevo que iniciaba su recorrido, la memoria indica que dicho parámetro se estableció por ser la tasa de la UPF en general, ligeramente superior a la tasa media del sistema universitario catalán para estos estudios (50%). No se dispone de datos de graduación de los últimos 3 cursos.

La tasa de rendimiento y la tasa de éxito en el curso 2016-2017 se mantienen muy altas, un 98.23% y un 99.49% respectivamente. El total de graduados en los cursos 2015-2016 es de 66, lo que supone una bajada importante respecto del 2013-2014 (73) y sobre todo respecto del curso 2014-2015 (86). La duración media de los estudios sube ligeramente hasta los 4.11 años. Estos datos no parecen atribuibles a causas estructurales, sino circunstanciales de la cohorte; máxime cuando la tasa de abandono por curso académico es de 6, 11, 1 y 0 para los cursos del 2013-2014 al 2016-2017.

Por lo que respecta a la tasa de abandono, la memoria preveía una tasa entre el 15 y el 20%, basándose en el 28% general de la UPF y el 15% del grado en Publicidad y RRPP en el sistema universitario catalán. Los datos de la tasa de abandono de los últimos años se mantienen ligeramente por debajo de este parámetro: 9, 6, 12, 17, 7, en los cursos 12-13, 13-14, 14-15, 15-16 y 16-17, respectivamente.

Igualmente, la memoria se fijaba en la tasa general de la UPF para fijar la previsión de la tasa de eficiencia del grado, que se estableció en el 90%. En los últimos cinco años, esta tasa se ha mantenido muy cercana al 99% (98.88% en el curso 2016-2017).

En general, el conjunto de parámetros de acceso y obtención de la titulación se mantienen en niveles altos en los cinco últimos cursos. La tasa de rendimiento era de 97.92% en el curso 2012-2013 y de 95.79% en el curso 2016-2017. La tasa de presentación de estudiantes ha pasado en este tiempo del 98.53% al 96.82%. La tasa de éxito roza el 99% (99.38% en 2012-2013), así como la tasa de éxito en el primer curso (98.8%). Sin embargo, el 7.61% no supera el régimen de permanencia en 1º (7 en total), el porcentaje más alto de los últimos cinco cursos, alejado del 4.71% del curso 14-15 y de los 2.35% y 2.30% de los cursos 12-13 y 13-14. De momento consideramos que no es un dato que deba comportar medidas específicas más allá de las reuniones normales con estudiantes de 1º y con

delegados, en las que se deberá tratar la satisfacción con el grado y el contraste entre el 1º curso de la titulación y lo que se esperaba de la misma.

6.3 Resultados globales de la titulación

Curso académico	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Tasa de rendimiento (% superados/matriculados)	97.92	98.25	97.21	98.28	95.79
Tasa de presentación (% presentados/matriculados)	98.53	98.80	97.91	98.78	96.82
Tasa de éxito (% superados/presentados)	99.38	99.43	99.28	99.49	98.94
Créditos matriculados por primera vez (%)	99.25	99.39	99.03	99.34	98.68

Curso de la cohorte	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Tasa de presentación en 1r curso	96.92	98.10	96.41	99.37	93.28

Tasa de éxito en 1r curso	99.19	100.00	98.73	99.18	98.38

Curso académico	**2012-2013**	**2013-2014**	**2014-2015**	**2015-2016**	**2016-2017**
Total graduados	82	73	85	66	68
Tasa de eficiencia (%)	98.62	99.19	98.88	98.70	98.88
Duración media de los estudios (años)	4.13	3.99	4.04	4.11	4.13

Curso de la cohorte	**2012-2013**	**2013-2014**	**2014-2015**	**2015-2016**	**2016-2017**
Graduados en t	57	57	0	0	0
Graduados en t sobre Nuevo Ingreso a 1r curso (%)	67.06	65.52	0.00	0.00	0.00
Graduados en t o t+1	67	57	0	0	0
Tasa de graduación (graduados en t o t+1) (%)	78.82	65.52	0.00	0.00	0.00

Curso acadèmico	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Total abandono	9	6	12	17	7

Curso de la cohorte	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Total abandono	15	7	9	6	7
No superan el régimen de permanencia en 1r curso	2	2	4	0	7
% no superan régimen de permanencia en 1r curso	2.35	2.30	4.71	0.00	7.61
Tasa de abandono(%)	17.65	8.05	0.00	0.00	0.00

En la línea del dato de permanencia en primer curso, las tasas de rendimiento, presentación y éxito en primero bajan ligeramente en el curso 16-17, sobre todo las dos primeras (91.76% y 93.28%, respectivamente; 98.56% y 99.37% en el 15-16, y entorno al 96% en 12-13).

6.4 Resultados globales del primer curso

Curso de la cohorte	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Tasa de rendimento	96.13	98.10	95.18	98.56	91.76

(en 1r curso)					
Tasa de presentación (en 1r curso)	96.92	98.10	96.41	99.37	93.28
Tasa de éxito (en 1r curso)	99.19	100.00	98.73	99.18	98.38

Si analizamos los resultados de la evaluación de cada asignatura (ver evidencias), se observa que por lo general los datos siguen un modelo de Campana de Gauss: de 0 a 5 matrículas de honor, de 10 a 25-30 sobresalientes, 30-40 notables y de 0 a 3-4 suspensos. Naturalmente, los datos absolutos cambian en asignaturas optativas; y en general hay una cierta variabilidad entre asignaturas, especialmente en la proporción entre sobresaliente y notable. Pero en lo sustancial, los datos generales de la titulación se ven reflejados aquí con unos porcentajes muy bajos de suspensos y no presentados.

Por lo que respecta a los no presentados, destacan las asignaturas Análisis de la Forma, el Color y la Composición (8), Análisis de Mensajes (6), Diseño Gráfico I (8), Estructuras Sociales y Tendencias Culturales (7), Historia y Géneros de los Medios Audiovisuales (7), Introducción al Lenguaje Gráfico (5), Prácticas Externas (7) y Psicosociología del consumo (8). Se trata de asignaturas de primer curso, que es precisamente donde se concentra una tasa de abandono mayor pero dentro de la media de la UPF.

Por lo que respecta a la tasa de suspensos, únicamente tres asignaturas alcazan los cuatro suspensos (Estrategias de las Relaciones Públicas, Fundamentos de las Relaciones Públicas y Estructuras Sociales y Tendencias Culturales), hay algunas con 1-3 suspensos, y abundan las asignaturas sin suspensos. Teniendo en cuenta la nota de corte de la titulación, estos datos parecen razonables y son un buen indicador académico de un correcto funcionamiento de los sistemas de evaluación del título.

Según se desprende de la tabla de matriculados y notas de las diferentes asignaturas, las asignaturas básicas u obligatorias tienen una matrícula normal de alrededor de 80 alumnos, y las optativas entre 30 y 50, dependiendo de la cantidad de grupos de seminario. Las asignaturas que figuran con menos de 10 estudiantes no se imparten, sino que han sido convalidadas a partir de movilidad u otros programas.

6.4 Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación

Estándar 6.4. Inserción Laboral

	Encuesta 2014	Encuesta 2017
Tasa de ocupación		
% Ocupados	97.73	97.1
% Parados	-	2.9
% Inactivos	2.27	-
Tasa de adecuación (Tipo de funciones que desarrollan las personas ocupadas)		
% Vinculadas al título	51.22	37.1
% Universitarias	26.83	51.4
% No universitarias	21.95	11.4
	(Escala de 1 a 7)**	(sobre 10)
Satisfacción con la formación teórica	4.8	6.4
Satisfacción con la formación práctica	4.71	5.9

** Valorada en una escala de 1 a 7, en la que 1 es muy bajo, y 7, muy alto. Fuente: Encuesta Inserción Laboral AQU 2014 y 2017. Graduados 2010 y 2013 respectivamente

La **empleabilidad** de los graduados que se deriva de la actividad formativa recibida durante los cuatro años es uno de los puntos fuertes del grado. Según datos de la encuesta de inserción laboral de la AQU de enero de 2017, la tasa de ocupación se mantiene en el 97% en el 2017 (por encima de la media de 93.5% de la UPF). Este índice es el más alto del sistema de universidades públicas de Cataluña, sólo superado por la Universidad de Vic (privada). Además, el 80% encuentra trabajo en los tres primeros meses.

Aunque la vinculación de la ocupación con el título que hacen los graduados ha bajado al 37.1% en 2017 (51.22% en 2014), lo cierto es que la vinculación de la ocupación con los estudios universitarios ha pasado del 26.83% en 2014 al 51.4% en 2017, disminuyendo la vinculación no universitaria de los 21.95% (2014) a los 11.4% (2017). Estos datos son indicadores de la polivalencia y la relevancia de la formación obtenida en el título. El grado está diseñado para que el estudiante adquiera competencias específicas del sector de la comunicación estratégica y persuasiva, por una parte, y competencias básicas en una gran cantidad de perfiles de trabajo del mercado laboral actual. Se trata de uno de los grados en el amplio campo de la comunicación mejor adaptados a los tiempos que corren.

Si se profundiza en los datos sobre inserción laboral siguiendo los datos de la **encuesta de inserción laboral de la AQU (2017)**, se puede destacar que el 8.6% de la ocupación de los graduados de la UPF se ha hecho a través de "Prensa, ETT, empresas de selección, servicios de las universidades" (2.6% UAB, 3.7% UdG, 13.2% URV). En relación al salario, los graduados en Publicidad y RRPP por la UPF ganan una media de 1491€, sólo superados por los de la UAB con una media de 1827€. A raíz de la crisis económica, los salarios se han reducido en su conjunto desde 2014, y los mileuristas han aumentado hasta el 36.8%. Esto es claramente atribuible a la crisis económica.

Las funciones que cumplen estos egresados se dividen entre el I+D (11.4%), comercio y distribución (14.3%), funciones de dirección -propia empresa, dirección de producción, financera... (40%), de diseño (25.7%) y de soporte técnico (40%), diferenciándose de los egresados por el resto de universidades por su considerable dedicación al I+D y al diseño. Por lo que respecta al tipo de contrato, los datos de la encuesta AQU informan que un 51.2% de los graduados en Publicidad y RRPP de la UPF tienen un contrato fijo, frente al 49.9% del conjunto del sistema universitario. Aunque es un dato inferior en seis puntos al de 2008, la diferencia con los datos pre-crisis es menor que el conjunto de la UPF (10 puntos inferior).

La satisfacción con la ocupación se mantiene alta y estable (7.8 sobre 10) y es, en particular, la más alta en referencia al contenido de ésta (8.7). Aunque la utilidad de los conocimientos es valorada con tan sólo un 5.6, se trata de una de las valoraciones más altas entre los graduados de las diferentes universidades, sólo superado por UVic con 5.7.

En este sentido, desde el 2011 se ha producido un aumento sostenido en el porcentaje de graduados por la UPF que ejercen funciones propias de su titulación, 74.4% frente al 59.1% del conjunto del sistema universitario catalán. Es más, este dato es el mejor en los últimos diez años, claramente superior al de 2008 (48.7%).

El nivel adquirido en la formación de la titulación es valorado muy positivamente por los graduados por la UPF, un 4.33 en 2017 (4.48 en 2014): la formación teórica es valorada con un 6.4 sobre 10, de nuevo la universidad con la valoración más alta después de la Universidad de Vic (6.6); la formación

práctica con 5.9, la segunda más alta; y lo mismo ocurre con la resolución de problemas (5.3); el pensamiento crítico es valorado con un valor intermedio en la escala de las universidades catalanas (5.8); y la creatividad es valorada con un 7, la valoración más alta del sistema universitario catalán. La expresión oral se valora con un 6.7, después de Vic y la URV; la expresión escrita con un 6.1; y el trabajo en equipo tiene la mejor valoración (7.8). Estos tres aspectos se consideran de gran utilidad por parte de los graduados, con puntuaciones entre 6.4 y 7.4.

En cuanto a las competencias instrumentales, el grado en Publicidad y RRPP por la UPF destaca por la capacidad de gestión (5.6 de nivel y 6.4 de utilidad; máxima puntuación en el sistema universitario catalán, máxima puntuación de 5.9 y 6.4 respectivamente); y no tanto por el nivel de informática (4 y 5 sobre 10, siendo la máxima puntuación 6 y 6.6). Las competencias en idiomas tienen puntuaciones generales bajas (2.7 y 4.1 respectivamente; máxima puntuación 3.2 y 4.8).

Respecto del conjunto de la UPF, la formación de los estudios en Publicidad y Relaciones Públicas obtiene una valoración inferior al conjunto de grados de la UPF. Sin embargo, los estudios destacan claramente por la formación en competencias transversales, excepto en gestión, idiomas, solución de problemas y formación teórica y práctica. Destaca pues la creatividad, el trabajo en equipo, expresión oral y escrita, y las competencias de documentación.

Por último, los graduados por la UPF tienen las mejores notas del sistema universitario catalán, con el 97% con una nota de notable o superior (la UAB es la siguiente con el 76%). Se debe tener en cuenta que el 80% de los graduados por la UPF tienen un trabajo remunerado durante el grado, y el 45.7% lo hacían a tiempo completo, sólo superados por los de la Universidad de Vic con un 50%.

Estos datos se complementan con la valoración que los estudiantes hacen de las prácticas externas como escenario donde aplican los conocimientos adquiridos durante la titulación (4.2 sobre 5) y la valoración de la formación recibida en lo referente a la actividad profesional (4.5).

Por último, aunque no se dispone de datos cuantitativos de la satisfacción de los empleadores, a nivel cualitativo, las referencias son muy positivas. En el año 15-16, una alumna de 3º año inició unas prácticas en la agencia de estudios cualitativos Idèria Insights, y fue renovando hasta obtener un contrato indefinido en el momento de graduarse. Esta estudiante fue premio extraordinario de la titulación de la promoción 2017, y en la actualidad es una empleada más en esta agencia. Sus comentarios, y los del ocupador/a, se pueden consultar como evidencia de este estándar. Otro ex-estudiante, graduado en 2017, trabaja actualmente en Código Nuevo y ha estado un año en VICE como redactor. También ha trabajado en el Festival de Sitges, McCann y KingEClient (sus comentarios y los de su ocupador/a se adjuntan como evidencia). Por último, con un perfil creativo, una alumni de 2017 trabaja desde hace más de un año en la Fundación Miró (ver comentario de la alumni y de su ocupador/a como evidencias).

M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos

6.1 Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación

El Máster Universitario en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos (MECAC) de la Universidad Pompeu Fabra tiene como objetivo ofrecer a los estudiantes los conocimientos sólidos y críticamente contrastados necesarios para poder iniciarse en la investigación dentro de los estudios cinematográficos en relación con el audiovisual contemporáneo.

Las tres asignaturas obligatorias que vertebran el Máster ofrecen a los estudiantes las herramientas metodológicas necesarias para aprender distintos marcos teóricos de referencia que deben servirles para sus investigaciones. En paralelo, las asignaturas optativas proporcionan a los estudiantes un abanico de puntos de vista, perspectivas, y aspectos de la investigación de forma más específica, siendo aplicaciones de teorías y metodologías a campos de estudio concretos.

El MECAC es el único programa de Máster en investigación sobre cine y audiovisual en toda España, aunque en Europa y Norteamérica se encuentren en algunas universidades un enfoque similar. El MECAC se inspiró sobre todo en el modelo universitario francés que vertebra sus líneas de actuación en posgrado a partir de la especificidad cinematográfica en el audiovisual. Así, las Universidades de Nanterre-Paris 10 i Sorbonne Nouvelle-Paris 3, puntos de referencia esencial a nivel internacional en lo que a estudios cinematográficos se refiere, ofrece un Máster de investigación específica en "Cinema et Audiovisuel" a partir del ordenamiento académico de Bolonia. También el Birbeck College de Londres ofrece un Máster de Investigación en Cine, perfectamente equiparable en intenciones al Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos, aunque incluye aspectos prácticos de la creación audiovisual que nuestro Máster en principio no contempla de la misma forma. También la Università degli Studi di Udine, ofrece el Master in Film and Audiovisual Studies, pero el estudio se centra en los orígenes del cine, la archivística y la conservación del patrimonio cinematográfico.

Del mismo modo, la tradición en la investigación en el campo cinematográfico en relación con la televisión y los medios interactivos se encuentra en los prestigiosos estudios norteamericanos con la especialidad denominada “Film Studies” en Másters como el Cinema and Media Studies MA de la Universidad Los Angeles California (UCLA) y el Máster en Film and Media Studies de la Washington University in St. Louis, referentes absolutos para la construcción de nuestro plan de estudios.

Pero el MECAC tiene la particularidad de poner el énfasis en el estudio contemporáneo del audiovisual: el cambiante contexto estético y tecnológico del audiovisual de nuestros días requiere de investigadores que sean capaces de hacer entender el presente y el futuro del audiovisual contemporáneo.

6.1. Satisfacción de los graduados con la experiencia educativa global

2016-2017	Valoración (1-5)	% respuestas

Enseñanza y aprendizaje	4.2	27.3
Resultados	3.5	27.3
Servicios y equipamientos	4.1	27.3
Voluntad de volver a repetir el mismo titulo (%)	88.9	27.3
Voluntad de volver a repetir en la misma Universidad (%)	88.9	27.3

En esta encuesta de satisfacción de los graduados en el curso 2016-17 realizada por el UPEQ se demuestra el alto grado de satisfación general de los estudiantes con la experiencia educativa global.

Para mostrar cómo se garantiza el logro de los resultados de aprendizaje previstos, descritos en la memoria del MECAC y verificadas como adecuadas al nivel del MECES, nos centraremos en el TFM y en dos asignaturas obligatorias -Historia Crítica de las Metodologías II y Estética del Cine Contemporáneo- , haciendo referencia a los trabajos de los estudiantes que se pueden consultar en el portal de evidencias.

Trabajo fin de Máster

El TFM es un trabajo de investigación valorado en 20 créditos obligatorio para todos los estudiantes matriculados. El TFM es la práctica teórica que el alumno realiza cuando ha finalizado todas las asignaturas. Es aquí donde el estudiante demuestra si ha adquirido las herramientas teóricas y metodológicas del Máster.

Una de las competencias más importantes del TFM (y de la titulación en general) es dominar los métodos y técnicas de investigación de la teoría del cine en relación a los modelos prestados de estudios filosóficos, literarios, sociológicos, antropológicos y estéticos aplicados a objetos novedosos en el campo de los estudios cinematográficos y audiovisuales mediante el análisis de imágenes. Por ello el trabajo de investigación tendrá que incluir, como mínimo:

Una presentación del tema específico escogido y justificación de su importancia, novedad y relevancia académica.
Estado de la cuestión.
Problema de investigación, pregunta de investigación y/o hipótesis, objetivos.
Metodología, especificando las técnicas concretas a aplicar en la investigación.

Estructura y contenidos de la investigación a desarrollar, definición de los conceptos principales sobre los que se construirá la investigación.
Bibliografía, documentación y materiales necesarios para los objetivos de la investigación.

Estos requisitos básicos (que se encuentran en la web del master: https://www.upf.edu/web/mastercinema/treball-de-fi-de-master#8) forman parte de manera implicita o explícita en los TFM y demuestran los resultados de aprendizaje que el alumno ha adquirido. Así, se logran los siguientes resultados de aprendizaje que la titulación pretendía:

R1. Estructurar con claridad y sentido crítico los métodos y teorías a aplicar en la investigación.
R2. Evaluar las fuentes científicas y los datos recogidos de forma sistemática para la investigación.
R3. Delimitar el ámbito de investigación y evaluar las posibilidades de estudio del tema escogido.

De la misma manera, el estudiante demuestra su capacidad de formular juicios críticos a partir de los conocimientos adquiridos y argumenta o defiende el propio trabajo de investigación.

En el listado de los títulos de TFM del curso 2016-17 que se encuentra en el portal de evidencias punto 6.1.1. se detecta sólo con leer los enunciados que los temas escogidos por el estudiante responden satisfactoriamente al perfil formativo requerido por la titulación en relación a las investigaciones de los docentes del grupo de investigación CINEMA. En la memoria de verificación se justifica que las asignaturas se dividen en cuatro Materias (al margen de las teorías y metodologías de investigación) que son: Estética del Audiovisual, Imaginarios del Audiovisual Contemporaneo, Nuevos formatos y Nuevas miradas a lo real. Así, los TFM del curso 2016-17 se inscriben en estos amplios temas que tienen como objetivo último teorizar, analizar y reflexionar sobre el cine y audiovisual contemporáneo desde el cine comparado, la icolología el estudio de los motivos visuales, la mitocrítica y la narratología, los Star Studies o los Gender Studies.

Estos temas (materias) y las metodologías mencionadas son la base de las investigaciones del grupo CINEMA (https://www.upf.edu/web/cinema) en el que participan la mayoría de los profesores del Máster (sólo un profesor no forma parte de CINEMA y esta integrado a otro grupo de investigación). Las líneas de CINEMA, que pueden encontrarse publicadas en https://www.upf.edu/web/cinema/descripcio-del-grup, son totalmente afines a las metodologias y materias del Máster:

Cine comparado.
Cine, teatro y literatura. El cine y las otras Artes.
Motivos visuales del cine. Iconología, Gestualidad y Figuración en el audiovisual
Mitocrítica y narratología
Star Studies y Gender Studies
Calidad e innovación televisiva. El archivo INPUT
Cines de lo real. Documental de creación.
Historia y Teoría del cómic

Cada año el grupo CINEMA ofrece jornadas o conferencias en relación a las investigaciones del profesorado que se vinculan con las asignaturas del Máster. De este modo, los alumnos participan en las actividades formativas del grupo CINEMA. En el curso 2016-17 se realizó el coloquio "Deseo y

erotismo en tiempos dictatoriales", presentación del número monográfico que la revista "L'atalante. Revista de estudios cinematográficos" con la participación de Elisa Hernández Pérez (coordinadora del número de la revista), Dra. Annalisa Mirizio (UB y miembro del grupo de investigación GLICIART) y Dr. Xavier Pérez, profesor del Máster en nuestra Universidad. El coloquio presentó parte de los resultados del proyecto I+ D "El cuerpo erótico de la actriz bajo los fascismos: España, Italia y Alemania (1939-45)" que dirigen dos profesores del Máster -Dres Núria Bou y Xavier Pérez- financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (ver cartel que publicitó la sesión en el portal de evidencias para el apartado 6.1).

Al margen de las conferencias que se realizaron en distintas asignaturas impartidas por profesores internacionales, destaco la invitada Dra Sara Nadal de la New York University, el historiador y documentalista Luis E. Pares o el director Christophe Farnarier. En los tres casos ampliaron desde nuevos puntos de vista la asignatura "Historia Crítica de las metodologías" para que los alumnos pudieran dicutir y/o reflexionar de manera teórica y también práctica sobre los nudos metodológicos de la asignatura.

De la misma manera, la revista *Cinema Comparat/ive* (http://www.ocec.eu/cinemacomparativecinema/), bajo dirección de profesores del Máster, funciona como una plataforma visible a partir de la cual los estudiantes pueden exponer sus conocimientos, beneficiándose de los intereses de los profesoreses o de los invitados afines al grupo CINEMA. A finales del año 2016 hubo una participación en la revista de tres alumnas del Máster que publicaron un ensayo audiovisual (ver en http://www.ocec.eu/cinemacomparativecinema/index.php/ca/31-n-8/417-video-ensayo). Esta experiencia se valoró muy positivamente y se espera poder tener la oportunidad de repetirla. El becario del Máster participa también en la edición de la revista, del mismo modo que se le encargan trabajos en relación a los proyectos de investigación del grupo CINEMA (a finales del curso 2016-17 el becario participó en la edición del libro "El cuerpo erótico de la actriz bajo los fascismos" (Cátedra, 2018) y realizó una investigación de documentación para la web del proyecto (https://www.eroscensura.com/).

Se trata, con los ejemplos mencionados, de que los estudiantes puedan participar de las actividades del grupo CINEMA, en la medida que suponen experiencias formativas donde los alumnos, ademas de acrecentar sus conocimientos de investigación, demuestran, con su participación, que han adquirido las competencias de la titulación.

Criterios de Evaluación del TFM

La evaluación del TFM la realiza un tribunal compuesto por tres profesores del Máster. Uno es el tutor y dos son profesores del Máster que no han tutorizado ningún trabajo para asegurar su imparcialidad. Los dos miembros fijos del tribunal son doctores, miembros del grupo CINEMA y con una gran experiencia posdoctoral y miembros de proyectos de investigación I + D financiados por el Ministerio.

Los estudiantes tienen 20 minutos para exponer su TFM oralmente. Pueden acompañar su exposición con una pieza audiovisual para hacer comprender mejor su investigación. Después, los dos miembros del tribunal que no son el tutor aportaran sus juicios de valor objetivos a partir de la exposición del

alumno de su TFM. El tribunal realiza también preguntas para esclarecer algunos puntos de la investigación del estudiante. Se trata de una sesión en la que es importante que se consiga un diálogo académico entre el estudiante y los profesores. Cada sesión tiene una duración de 60 minutos y es ante un público académico.

El sistema de evaluación es fiable en tanto que es un acto público y dos de los profesores no han sido tutores de ningún estudiante del curso académico. Es más: el tutor es sólo una figura informante para los otros dos miembros del tribunal que no participa ni discute la evaluación final del estudiante. El tutor ha tenido la potestad de sugerir a su alumno tutorizado que no se presente si cree que el trabajo no está a la altura de las competencias requeridas. En estos casos, el estudiante normalmente retira el trabajo o directamente no se presenta, matriculándolo el año siguiente. Este funcionamiento explica por qué raras veces hay suspendidos en el TFM y que, en cambio, haya renuncias o no presentados. Insistimos: es una manera de asegurar que los trabajos esten a la altura de lo que se exige desde la titulación.

De hecho, los alumnos valoran muy positivamente el TFM, tal y como se evidencia en la encuesta que realizó la UPEQ a los graduados del Máster del curso 2016-17:

Resultats de l'enquesta de satisfacció dels titulats de màster 2016-17 (puntuación sobre 5)	
10.Estoy satisfecho/a con el TFM	**4,4**

Debe señalarse también que no se ha recibido nunca ninguna reclamación de los estudiantes en relación a las notas finales del TFM.

Historia Crítica de las Metodologías de investigación en el Cine y el Audiovisual II

Los estudiantes han evaluado en la encuesta AVALDO del curso 2016-17 la asignatura con un 7,67 sobre 10 con una participación del alumnado del 40%. Es ciertamente una buena evaluación, pero un poco inferior a la media del Máster y de muchas asignaturas optativas . Por un lado, no puede ser sorprendente que las asignaturas escogidas libremente por los estudiantes tengan evaluaciones más positivas que las obligatorias.

En el plan docente de esta asignatura (ver https://www.upf.edu/web/mastercinema/plans-docents-2017-2018) se explica que el objetivo del curso es proponer un recorrido por algunas líneas teórico-metodológicas principales en los estudios de cine para llegar a las nuevas tendencias de investigación actuales. Se pretende brindar a los alumnos un marco de referencia teórico y metodológico para que puedan aprender y desarrollar perspectivas transversales a la hora de plantear sus propios proyectos

de investigación. En la asignatura se explican diferentes corrientes metodológicas contemporáneas que provienen de campos diferentes, poniéndose en práctica sobre textos, películas y cinematografías concretas.

Por ello, en los trabajos finales se puede constatar (ver los trabajos en el portal de evidencias) la importancia del marco teórico escogido por el estudiante. La asignatura se evalúa a través de una evaluación continuada. Los resultados del aprendizaje en la asignatura Historia Crítica de las Metodologías de Investigación en el Cine y en el Audiovisual II se materializa en tres fases diferentes: la revisión y comentario crítico de una propuesta de establecimiento y análisis del núcleo de la futura investigación, la entrega de un esbozo previo de desarrollo relacional de la investigación para su discusión en tutorías y su eventual presentación en clase y, finalmente, la entrega de un trabajo final a modo de ensayo preparatorio para el proyecto de TFM. El nivel de asimilación de las metodologías se ve bien reflejado en los trabajos producidos por los estudiantes que se adjuntan como evidencia. Señalamos el nivel de análisis desarrollado por los estudiantes así como la capacidad de aplicar a su cuerpo de estudio una metodología determinada. De la misma manera, subrayamos el rigor formal que de manera más explícita o implícita se encuentra en estos trabajos: la claridad de los objetivos e hipótesis son altamente valorados tal y como se percibe en los trabajos evaluados excelentemente.

Los cuatro ejemplos adjuntos, correspondientes a las calificaciones de "aprobado", "notable", "excelente" y "matrícula de honor", constituyen modelos diversos respecto a los resultados del aprendizaje, pasando de aquellos trabajos que se limitan a hacer una exploración bibliográfica básica y a plantear campos conceptuales más o menos simples, a otros que contrastan fuentes y materiales diversos ensayando relaciones entre objetos de estudio y conceptos más elaborados; hasta aquellos, más destacables, que elaboran un propuesta muy sólida y original de trabajo, bibliográficamente densa, argumentalmente muy trabajada y que demuestran una gran competencia y conocimiento en el campo de estudio específico.

Estética del cine contemporáneo

Los estudiantes han evaluado en la encuesta AVALDO del curso 2016-17 la asignatura con un 8'88 sobre 10 con una participación del 50% del alumnado.

El objetivo de la asignatura -que se encuentra en el plan docente- es poner a prueba la noción de estética cinematográfica analizando sus mutaciones constantes en el contexto cultural contemporáneo. En lugar de profundizar en ámbitos muy específicos del cine contemporáneo (ámbito bien cubierto por otras asignaturas del máster), el curso plantea una visión amplia y transversal, a gran escala, que ponga en crisis la noción de “autor” y de “espectador”, a la luz de las recientes hibridaciones en el seno de la cinefilia global. Se busca, por tanto, consolidar un discurso analítico sobre cómo leer la estética fílmica hoy, a través de la cuestión clave de la filiación con el pasado –histórico, cinematográfico– y los cambios en sus modos de representación visual y narrativa.

El hecho de poner en crisis algunas nociones teóricas ha fomentado que el profesor organizara tres sesiones de seminario en las que los estudiantes (por grupos de tres) analizan una serie de lecturas y filmes vinculados y luego las presentan para ser discutidas con los otros estudiantes y el profesor. Después de esta primera fase, los estudiantes deben presentar su propuesta de trabajo de forma

individual, pero antes el profesor recibe los estudiantes uno por uno para comentar la idea/propuesta que tienen para su trabajo final. Así el profesor propone nueva bibliografía y visionados adicionales.

De esta manera, tal y como se demuestra en los trabajos finales que se encuentran en el portal de evidencias, el estudiante entrega un trabajo fruto de la evaluación continuada que va del trabajo en grupo a la tutoría individual.

Esta evaluación continuada puede constatarse comparando los trabajos finales con los dos ejemplos de trabajo en grupo (calificados con "aprobado" y "excelente" respectivamente) que se encuentran en el portal de evidencias (6.1ejercicios). Con ellos puede observarse cómo en el primer caso los resultados de aprendizaje se limitan a cubrir las principales citas y conceptos del tema tratado, mientras que en el segundo, el trabajo en grupo germina en una expansión del proceso de aprendizaje, puesto que los alumnos no solo hacen suyos los conceptos estudiados, sino que proponen además modelos alternativos y ejemplos propios de gran originalidad, en un proceso de reflexión estética colectiva extraordinariamente positivo.

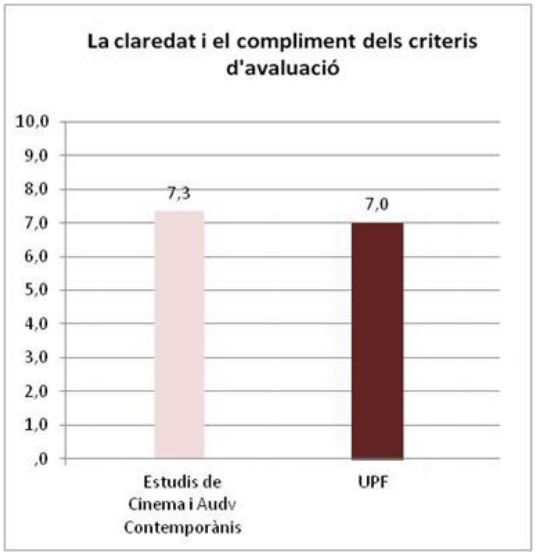
En la encuesta de la UPEQ realizada a los graduados señalan un alto grado de satisfacción de los estudiantes en relación a las metodologías utilizadas por los docentes y a los sistemas de evaluación

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster 2016-17 (puntuación sobre 5)	
I5- La metodología docente ha favorecido mi aprendizaje	4,3
I6-Los sistemas de evaluación han permitido reflexionar adecuadamente mi aprendizaje	4,0

de las asignaturas:

Finalmente valoramos muy positivamente la pregunta para la coordinación del Máster más importante de la encuesta:

Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster 2016-17 (puntuación sobre 5)	
I15. Estoy satisfecho con el máster	**4,4**



Fuente: EVSOE

6.2 Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos

Las asignaturas del MECAC, tanto las obligatorias como las optativas, utilizan distintas actividades formativas como las clases magistrales, seminarios, conferencias, tutorías y prácticas. Estas actividades son interdependientes.

Las clases magistrales basadas en la explicación del profesor proporcionan los contenidos fundamentales para la adquisición de los conocimientos teóricos comprendidos en la competencias específicas de las asignaturas. Las sesiones magistrales, especialmente las bidireccionales, fomentan la participación de los estudiantes y, por lo tanto, impulsan a los estudiantes a aplicar los conocimientos adquiridos, formular juicios y generar sus propias conclusiones.

En los seminarios se realizan discusiones sobre lecturas previamente asignadas para que el estudiante elabore reflexiones y articule un sentido crítico ante textos que ayudan a comprender las metodologías enseñadas.

Con las conferencias se pretende que los estudiantes adquieran los mismos resultados de aprendizaje que en las clases magistrales, pero la exposición del conferenciante complementa desde otro punto de vista el contenido dado en la asignatura, de manera que el estudiante deba aprender a debatir y contraponer de forma individual los contenidos adquiridos con nuevas perspectivas.

El MECAC insiste mucho en la importancia del trabajo autónomo de los estudiantes, especialmente en tocante a las lecturas de textos y la realización de trabajos individuales como un instrumento para desarrollar, por parte del alumnado, una visión crítica de los argumentos expuestos en clase. Cabe subrayar, en este sentido, que la mala citación (y por supuesto el plagio) no son admisibles en los trabajos. Por ello, tal y como se especificará en el plan de mejoras, para asegurar que las investigaciones de los estudiantes sean originales y cumplan los requisitos de la ética académica, se quiere instar a profesores y alumnos a que utilicen la aplicación Turnitin. El objetivo es que, mediante

un proceso auto-evaluativo, profesores y alumnos sean capaces de detectar y corregir una mala utilización de las fuentes empleadas, lo cual contribuye, a su vez, a respaldar un aprendizaje indispensable en toda formación universitaria.

En las tutorías individuales de las asignaturas o del TFM el profesor guía al estudiante de manera presencial y telemática para realizar los trabajos. Con estas tutorías los estudiantes aprenden a concretar lo que quieren investigar, formular un índice al profesor, tener claros los objetivos del trabajo y demostrar que pueden aplicar la metodología aprehendida en las clases magistrales o conferencias.

La participación de los estudiantes es una actividad esencial de la actividad formativa de todas las asignaturas del Máster, incorporada como actividad docente, tal y como se especifica en los planes de estudio de la mayoría de las asignaturas. Dicha participación se circunscribe dentro de las clases magistrales y a las conferencias, así como la discusión de textos en los seminarios. La discusión y participación en las clases magistrales, seminarios y conferencias debe hacer constatar al estudiante que puede dialogar académicamente con los profesores o conferenciantes para poder finalmente adquirir un dominio de los métodos y técnicas de investigación.

Las prácticas se realizan sólo en una asignatura optativa "El pensamiento de las imágenes: Ensayo audiovisual" (ver plan docente en https://www.upf.edu/web/mastercinema/plans-docents-2017-2018). Este aprendizaje práctico es aprovechado por los alumnos para entregar sus trabajos teóricos acompañados de un ensayo audiovisual. Estas prácticas que tienen como objetivo saber realizar un ensayo audiovisual generan que el estudiante desarrolle un enfoque teórico desde la práctica del montaje y sepa leer las imágenes como textos. Los profesores del Máster potencian este tipo de prácticas porque consideran que es una manera distinta de adquirir las competencias definidas en la titulación (ver la plataforma que se realizó desde la coordinación del Máster para poder visualizar estas prácticas de ensayos audiovisuales: https://www.upf.edu/web/clarobscur).

Los sistemas de evaluación son variados e incluyen presentaciones orales en clase, que pueden ser en grupo o individuales, elaboración de breves trabajos escritos, elaboración de ensayos más largos (trabajos finales) o ensayos audiovisuales.

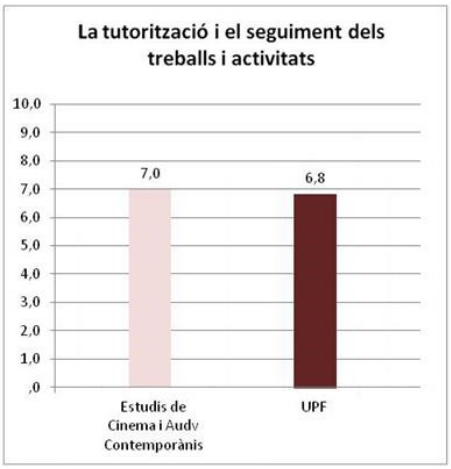
Las presentaciones orales y las discusiones de textos orales proporcionan al estudiante la capacidad de organizar, elaborar y presentar un punto de vista sobre un tema específico. Las discusiones en clase con el profesor ayudan a los estudiantes a afinar su capacidad de exposición. Por otro lado, los trabajos cortos exigen un esfuerzo de sintetización sobre diferentes temas y puntos de vista, mientras que las redacciones de pequeños ensayos ayudan al estudiante a desarrollar su capacidad de argumentación.

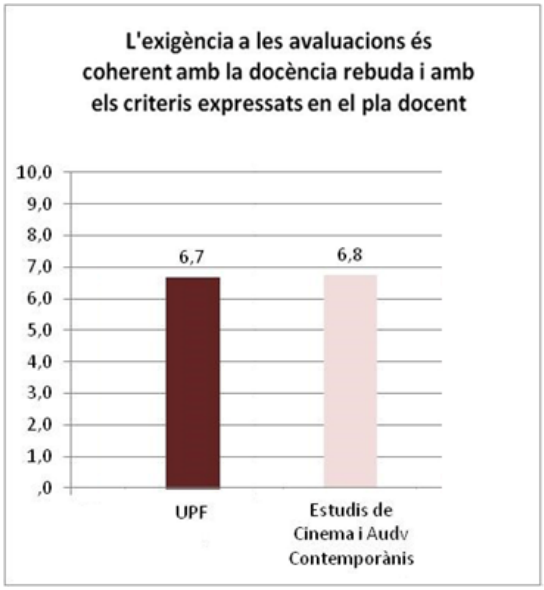
En la encuesta de la UPEQ a los graduados los estudiantes valoran muy positivamente la metodología docente y los sistemas de evaluación del Máster:

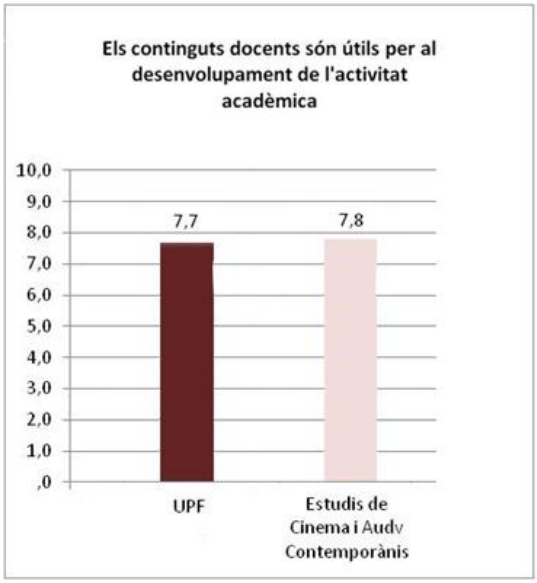
Resultados de la encuesta de satisfacción de los titulados de máster 2016-17 (puntuación sobre 5)

5 - La metodologia docente ha favorecido mi aprendizaje	4,3	
I6 - Los sistemas de evaluación han permitido reflejar adecuadamente mi aprendizaje	4,0	
I7 - El volumen de trabajo exigido es coherente con el número de créditos de las asignaturas y el TFM	4,1	

De la misma manera, en la encuesta EVSOE realizada por la UPEQ los estudiantes valoran positivamente la actuación docente:







A continuación se incluyen las notas de las evaluaciones de los profesores por asignatura del curso 2016-17 para demostrar la satisfacción general de los estudiantes con la totalidad de las asignaturas:

Tabla 6.2 Satisfacción de los estudiantes con la actuación docente

Trimestre	Asignatura	Valoración actuación docente	Desviación respeto a la media del estudio y el período	Matriculados	Participación %	Agrupación
1T	Cruïlles Contemporànies entre Cinema, Televisió i Còmic(31152-T-1)	10	1.66	21	9.52	5

1T	Imaginaris del Cinema de Hollywood(31150-T-1)	9	0.66	18	11.11	4
1T	Història Crítica de les Metodologies de Recerca en el Cinema i l'Audiovisual I(31000-T-1)	7.67	-0.67	35	8.57	2
1T	Estètica del Cinema Contemporani(31026-T-1)	7.33	-1.01	28	10.71	1
2T	Tendències del Cinema Digital(31024-T-1)	8	2	18	11.11	5
2T	Cinemes del Real(31148-T-1)	6	0	13	7.69	3
2T	Història Crítica de les Metodologies de Recerca en el Cinema i l'Audiovisual II(31014-T-1)	5.5	-0.5	30	6.67	1
3T	Cinema i Televisió: Nous Imaginaris i Fronteres de la Ficció(31151-T-1)	10	0.5	13	7.69	5

3T	Cinema, Teatre i Literatura(31925-T-1)	10	0.5	15	6.67	5
3T	Iconografia del Cinema(31944-T-1)	9	-0.5	15	6.67	3
3T	Els Gèneres en el Cinema Contemporani(31021-T-1)	7	-2.5	17	5.88	1

Fuente: Encuesta AVALDO

Estimamos muy positivas las valoraciones de los estudiantes que en la mayoría de los casos es notable y sobresaliente (de las 11 asignaturas, 5 obtienen una puntuación de 9 o 10). La dos únicas asignaturas que están por debajo del 7 tienen un 6 i un 5,5. La asignatura "Historia crítca de las metodologías de investigación en el Cine y el Audiovisual", la nota más baja de la tabla, tiene una participación muy baja y si se compara con otros años puede constatarse que esta nota es excepcionalmente baja en la historia de esta asignatura.

La participación continua siendo baja y continua preocupando a la coordinación del Máster. En el curso 2017-18 se ha activado una nueva medida en la que hemos conseguido una participación más alta, llegando casi al 50% . En el plan de mejora se explica esta medida para que pueda implantarse en los cursos siguientes.

Para explicar bien las actividades formativas, metodologías docentes y el sistema de evaluación del MECAC, detallaremos estos tres asuntos en las dos asignaturas de Historia Crítica de las metodologías, Estética del Cine Contemporáneo y el Trabajo Final de Máster.

Trabajo Fin de Máster

En los TFM los estudiantes concentran las competencias adquiridas a lo largo del recorrido formativo. Los estudiantes redactan su TFM bajo la supervisión de un tutor y lo defienden delante de un tribunal formado por el tutor (que no tiene derecho a participar en la determinación de la nota) y dos profesores del máster. El TFM es un trabajo de investigación de extensión máxima de 80 páginas de 2100 espacios que consiste, fundamentalmente, en un ejercicio original del estado de la cuestión sobre un tema. El estudiante debe demostrar en el trabajo un buen dominio de la materia que trata,

lo que implica un uso exhaustivo de la bibliografía, un análisis profundo de ésta y una adecuada capacidad de síntesis de los resultados.

Para conseguir los resultados de aprendizaje previstos en el TFM según las competencias redactadas se ejecutan las siguientes fases:

Fase preparatoria: se ofrecen dos sesiones de formación para los alumnos. En la primera sesión, se les informa de las fases, plazos y requisitos de que consta la asignatura TFM. Asimismo, en esta sesión se proporcionan consejos y conocimientos sobre el planteamiento y desarrollo del trabajo. En otra sesión, realizada conjuntamente con personal especializado de la biblioteca, se busca mejorar la capacidad de gestión y búsqueda de la información y datos por parte de los estudiantes así como mejorar los aspectos formales que todo trabajo de investigación debe incluir.

Fase de tutorias: a partir de la tutoría de matrícula en la que el estudiante rellena una ficha donde escribe qué tipo de trabajo quiere realizar, se le asigna un tutor afín a sus objetivos de investigación. Desde este momento, el estudiante puede pedir una tutoría con su tutor siempre y cuando pueda explicar cuál es el objeto de su investigación. A lo largo del curso se establecerán tantas tutorías como el profesor vea necesarias para que el estudiante pueda presentar un buen trabajo fin de Máster. Los estudiantes aprenden a concretar lo que quieren investigar, formular un índice de trabajo al profesor, tener claros los objetivos y demostrar que pueden aplicar la metodología dada en las clases magistrales o conferencias. Así, estas tutorias permiten desarrollar los resultados de aprendizaje más generales previstos para el TFM: capacidad de organización y planificación; habilidades de gestión de la información (apoyadas por las sesiones formativas previas anteriormente mencionadas), capacidad de aplicar conocimientos al propio trabajo, capacidad de adaptación y aprendizaje autónomo (del propio trabajo a las discusiones con los tutores).

Fase de adquisición de conocimientos (Apoyo desde las asignaturas): el estudiante realizará obligatoriamente dos asignaturas metodológicas (Historia crítica de las metodologías I y II), donde deberá proponer una investigación propia (normalmente la de su futuro TFM) con una propuesta metodológica que sea la base de la investigación del trabajo final. De la misma manera, las asignaturas optativas aportan una metodología concreta que el profesor está llevando a cabo en sus investigaciones y docencia. El estudiante escoge las optativas teniendo en cuenta la propia investigación que debe realizar para el TFM.

Fase final (Evaluación): el TFM se presenta en un acto público ante un tribunal de tres profesores doctores (uno de ellos el mismo tutor del estudiante). En la web del Máster se encuentra una pestaña con los requisitos formales y normativos de cómo presentar el TFM (ver http://www.upf.edu/mastercinema/informacio_academica/treball_fi_master/). La lectura del TFM tiene como objetivo conseguir que el estudiante desarrolle al máximo las competencias que se han concretado. La exposición oral del estudiante debe ser una oportunidad para argumentar en público su investigación, así como ser capaz de defender sus ideas. Subrayamos la palabra oportunidad porque los docentes del Máster defienden que el acto de lectura pública debe ser un espacio para dialogar académicamente con los miembros del tribunal –también profesores del Máster- de tal modo que los alumnos puedan poner en pie un dominio real de los métodos y técnicas de investigación aprendidas y puedan disfrutar intelectualmente con los nuevos conocimientos adquiridos.

Uno de los objetivos del MECAC es que los estudiantes puedan seguir formándose después del máster a través de programas de doctorado. En efecto, muchos de nuestros alumnos han continuado con su formación en investigación, siendo admitidos en programas de doctorado.

Historia Critica de las Metodologías de Investigación en el Cine y en el Audiovisual II:

Los resultados del aprendizaje en esta asignatura (ver plan docente en la web del Máster: https://www.upf.edu/web/mastercinema/plans-docents-2017-2018), como ya se ha especificado en el apartado 6.1, se materializa en tres fases diferentes:

Revisión y comentario crítico de la propuesta que se ha trabajado en la asignatura anterior Historia Crítica de las Metodologías de Investigación en el cine y la televisión I.
Entrega de un esbozo previo del desarrollo relacional que la investigación pretende abordar, para su discusión en tutorías y la eventual presentación en clase.
Entrega de un trabajo final a modo de ensayo preparatorio para el proyecto de TFM.

En la primera fase, al principio del curso, el alumno debe entregar un trabajo en el que desarrolla una idea de trabajo para un posible TFM y aborda analíticamente un primer núcleo de partida de su investigación. Este trabajo responde de forma sustancial a todo el periplo que los alumnos han llevado a cabo en Historia Crítica de las Metodologías I y debe mostrar los puntos fuertes y débiles detectados a partir de las tutorías con el profesor de aquella asignatura. Este texto inicial sirve como base sólida para ver el punto de partida del periplo de trabajo de la asignatura.

En una segunda fase, hacia el final del curso, el alumno debe entregar un esbozo desarrollado o esquema de la propuesta de TFM que pretende desarrollar a partir de la progresión o transformación, según convenga, del trabajo analítico y de la idea o premisa inicial. Este esquema o esbozo de trabajo es discutido en tutorías individuales con el profesor, que indica errores, cuestiones a rectificar o vías de mejora.

La tercera fase esencial para la evaluación es la entrega del trabajo final, por escrito, de un proyecto de Trabajo Final de Máster, concretado en un objeto de estudio, una idea para el trabajo, un punto de partida analizado y un desarrollo del proyecto en una serie de campos de interés o de constelación de imágenes y conceptos. Además se exige a los alumnos la entrega de un “Estado de la cuestión” y de una bibliografía completa, acompañada ésta del comentario desarrollado de las cinco referencias bibliográficas fundamentales. El objetivo es sentar las bases de un futuro trabajo fuerte, obligar a un trabajo bibliográfico profundo y desarrollado, y constatar un conocimiento sólido del campo de investigación en el que se mueve el estudiante.

Estética del Cine Contemporáneo

Los resultados del aprendizaje en la asignatura Estética del cine contemporáneo (ver plan docente en la web del Máster: https://www.upf.edu/web/mastercinema/plans-docents-2017-2018) se materializan, como se ha mencionado en el apartado 6.1, en dos ámbitos complementarios: por un lado, las presentaciones grupales en forma de seminarios y, por otro, los ensayos escritos individuales que se entregan como trabajo final.

En el caso de las presentaciones en grupo, dado que se basan en una serie de lecturas y visionados obligatorios (entorno a tres temas de estética cinematográfica), el nivel de aprendizaje y profundización de cada grupo es muy fácil de detectar, puesto que la puesta en común, la crítica y el *feedback* del resto del alumnado vuelve evidentes los aciertos y errores de cada presentación en el aula. Es decir, los resultados son tangibles en tanto que cada grupo está obligado a seleccionar fragmentos de texto y escenas audiovisuales que ilustren los conceptos principales de cada tema, comunicándolos al resto de la clase en vivo (de modo similar al de un panel en congresos académicos), por lo que no solo se asegura la correcta asimilación del temario sino que se fomenta la habilidad de presentar resultados en público oralmente de forma cooperativa (entre miembros de cada grupo) pero también de forma competitiva (entre grupos distintos), pues los estudiantes valoran mucho la claridad, brillantez y pertinencia de las presentaciones de sus compañeros. Es importante tener presente que, tras las presentaciones de cada grupo (de media hora de duración), se reserva siempre un tiempo amplio de debate para realizar un Q&A en el que tanto el profesor como el resto de estudiantes plantean críticas y preguntas, testando el aprendizaje en común.

El segundo ámbito de comprobación de los resultados de aprendizaje, consistente en un trabajo final de análisis y pensamiento estético escrito individualmente, tiene la ventaja de insertarse en el proceso pedagógico del curso que los diversos grupos realizan en paralelo. En ese sentido, suele ser habitual que cuanto más completas e innovadoras son las presentaciones en el aula de un determinado grupo, más suelen retroalimentarse la motivación y el aprendizaje a título individual, puesto que las lecturas y visionados de los seminarios grupales inevitablemente enriquecen el proceso de maduración del ensayo personal. A efectos del aprendizaje en sí, cabe señalar que a mitad de trimestre se realizan una serie de tutorías personalizadas en el despacho (de unos 15 minutos cada una) en las que los estudiantes presentan uno o dos temas posibles para desarrollar en sus trabajos finales, momento en el cual el profesor comprueba el nivel de conocimientos previos y, por tanto, el margen de mejora posterior materializado en el ensayo. Además, durante las mencionadas tutorías, cada estudiante recibe *feedback* específico para su trabajo, tanto de tipo metodológico como bibliográfico y filmográfico, afianzando el proceso de aprendizaje en un contacto directo con el docente que además de generar confianza permite un seguimiento crítico del trabajo en curso antes del resultado final.

6.3 Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación

6.3 Resultados globales de la titulación

Curso académico	**2012-2013**	**2013-2014**	**2014-2015**	**2015-2016**	**2016-2017**

Tasa de rendimiento (% superados/matriculados)	83.21	85.78	87.38	86.24	87.62
Tasa de presentación (% presentados/matriculados)	83.46	86.02	88.37	86.51	87.62
Tasa de éxito (% superados/presentados)	99.70	99.72	98.88	99.69	100.00
% Créditos matriculados por primera vez	86.67	91.71	92.08	94.71	92.99

Curso académico	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Total graduados	34	33	26	19	35
Tasa de eficiencia (%)	88.48	93.59	94.16	95.51	95.32
Duración media de los estudios (años)	1.97	1.70	1.58	1.58	1.74
Curso de la promoción	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Graduados en t	10	17	16	9	14

Graduados en t sobre Nuevo Ingreso a 1er curso (%)	37.04	53.13	47.06	28.13	46.67
Graduados en t o t+1	20	24	25	27	[redacted]
Tasa de graduación (graduados en t o t+1)	74.07	75.00	73.53	84.38	46.67

Curso académico	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Total de abandono	4	3	7	5	2

Curso de la promoción	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Total de abandono	4	7	7	2	0
No superan el régimen de permanencia a 1er curs (%)	3	2	0	2	0
Tasa de abandonos (%)	14.81	18.75	17.65	6.25	0.00

6.4 Resultados globales del primer curso

Curso de la promoción	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Tasa de rendimento (a 1er curso)	81.58	83.71	86.43	92.53	88.64
Tasa de presentación (a 1er curso)	81.87	83.96	87.38	92.80	88.64
Tasa de éxito (a 1er curso)	99.64	99.70	98.91	99.71	100.00

La memoria de verificación indicaba que la tasa de graduación que se estimaba para los másteres oficiales de la Universidad Pompeu Fabra era de alrededor del 70%. La tasa de graduación del Máster de Cine y Audiovisual Contemporáneos (MECAC) ha subido considerablemente hasta llegar a un 84.38% en 2015-16. Para el curso 2016-17 la cifra de 46.67% no es significativa porque no es definitiva (no se tiene la totalidad de los datos, puesto que los estudiantes a tiempo parcial aun no han finalizado el Máster).

Aquí se quiere subrayar que se ha conseguido hacer llegar a los estudiantes la posibilidad de realizar el máster en dos años (cuestión que preocupaba a la coordinación del Máster y que se encuentra en el anterior plan de mejora) de manera que en el curso 2016-17 se matricularon a tiempo parcial 30 alumnos y 25 estudiantes a tiempo completo (ver excel 6.3 en el portal de evidencias). Aunque la cifra haya aumentado no es suficiente: aun son muchos los estudiantes que dejan pendiente el TFM para un siguiente año, habiendo pagado 20 créditos que deberán volver a pagar (y con un recargo de penalización). En el curso 2017-18 se ha añadido en la web del Máster una nueva pestaña en la que se informa de la posibilidad de realizar el Máster en dos años. Ver el punto "Consideraciones relevantes antes de realizar la matrícula" en la web del Máster (https://www.upf.edu/web/mastercinema/informacio-academica). Con esta medida se espera que en el curso 2018-19 los estudiantes se matriculen del TFM sólo si pueden permirtirse dedicarse totalmente al Máster.

La tasa de abandono que se estimaba en la memoria para los másteres oficiales de la Universidad Pompeu Fabra era de alrededor del 18%. La tasa correspondiente en el MECAC ha experimentado un descenso notable, pasando de un 17.65% en 2014-2015, a un 6.25% en 2015-2016 y llegando a cero en el curso 2016-2017.

Mientras tanto la tasa de eficiencia que se preveía para los másteres oficiales de la Universidad Pompeu Fabra se sitúa alrededor del 90%. Desde 2012 la tasa de eficiencia del MECAC no ha dejado de crecer sensiblemente hasta mantenerse estable en un 95,51% desde 2015. Significativamente, a partir de ese mismo año, se produce un marcado descenso en los indicadores de abandono. Por otro lado, la tasa de graduación creciente, junto al

tiempo medio de graduación (alrededor de 1,58 años desde 2014 y 1,74 en 2016) evidencia que cada vez más estudiantes cumplen con éxito el plan de estudios recomendado, repartiendo los créditos matriculados en dos años, tal y como se recomienda desde la coordinación del Máster. Así mismo, la tasa de éxito por curso académico se ha mantenido visiblemente alta oscilando, en los últimos cinco años, entre el 98% y el 100%.

En lo que respecta a los resultados globales del primer curso, la tasa de rendimiento ha crecido exponencialmente hasta un 92.53% en 2015 y un 88.64% en 2016 mientras que la tasa de éxito se ha mantenido de forma estable por encima del 98.91%.

En el portal de evidencias se encuentra una tabla donde pueden verse los resultados de las notas de los estudiantes por asignatura. En ella se observa una variedad de notas, pero, en general, hay pocos no presentados por asignatura, menos en el caso del TFM (10 NP por 43 matriculados). En el curso 2018-19 se ha cambiado la hoja de tutoría de manera que se sugiere realizar el TFM en dos años para aquellos alumnos que no puedan dedicarse a tiempo completo (ver https://www.upf.edu/web/mastercinema/consideracions-rellevants-abans-de-fer-la-matricula). De esta manera, esperamos que el curso 2018-19 disminuyan los "no presentados" en esta asignatura.

Valoramos de manera positiva que no hayan suspensos o pocos "no presentados" en la mayoría de las asignaturas. Al tratarse de un Máster de investigación de 60 créditos no tendría demasiado sentido que los estudiantes no llegaran al nivel requerido. También valoramos positivamente que las notas no sean mayoritariamente sobresalientes. Con la excepción de la asignatura "El pensamiento de las imágenes: el ensayo audiovisual" que el profesor ha valorado de manera muy alta a los estudiantes -la mayoría tiene un sobresaliente. Esta excepción se debe a que se trata de la única asignatura práctica del Máster; el estudiante realiza varias entregas y el profesor va dando las indicaciones en las clases de manera que se va mejorando en un permanente "work in progress". Pero las otras asignaturas tienen menos de la mitad de sobresalientes (algunas asignaturas un 30% o incluso un 10%). En esta misma dirección, las MH no se dan en todas las asignaturas (de 15 sólo 7).

Las notas del TFM son también muy variadas: 2 MH, 6 sobresalientes, 19 notables y 5 aprobados, siendo el notable la nota más dada, hecho que demuestra la exigencia del Máster. Se valora favorablemente que se distinga la excelencia en casos merecedores, pero también que la nota generalizada sea de notable y no de aprobado. De esta manera, se demuestra que la mayoría de los estudiantes terminan el Máster con un buen trabajo de investigación que pueden convertir en un artículo o incluso en un primer proyecto de tesis doctoral.

6.4 Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación

Estándard 6.4. Inserción Laboral

Tasa de ocupación (% ocupados)	**Indicador 2014**	**Indicador 2017***
% Máster	70.6	81.3

% UPF		86.8
% Sistema universitario catalán		85.8
% Encuesta Población Activa (1er trimestre 2017)		84.2
% Parados	17.6	18.7
% Inactivos (no trabajan y no buscan trabajo)	11.8	-
Tasa de adecuación (las funciones que se desarrollan en el trabajo actual son las propias del nivel de titulación del máster)		
% Máster	35.7	31.3
% UPF		61.8
% Sistema universitario catalán		51.34
% Funciones universitarias	42.9	37.5
% Funciones no universitarias	21.4	31.3
Satisfacción con la FORMACIÓN TEÓRICA recibida	Escala de 1 a 10, donde 1 es muy baja y 10 muy alta	
Máster	7.2	7

UPF		7.1
SUC		6.78
Satisfacción con la FORMACIÓN PRÁCTICA recibida		
Máster	2.7	3.6
UPF		6.3
SUC		5.93
Satisfacción con la utilidad de la FORMACIÓN TEÓRICA para el trabajo		
Máster	4.1	3.7
UPF		5.2
SUC		5.47
Satisfacción con la utilidad de la FORMACIÓN PRÁCTICA para el trabajo		
Máster	1.8	4.1
UPF		5.8
SUC		5.32

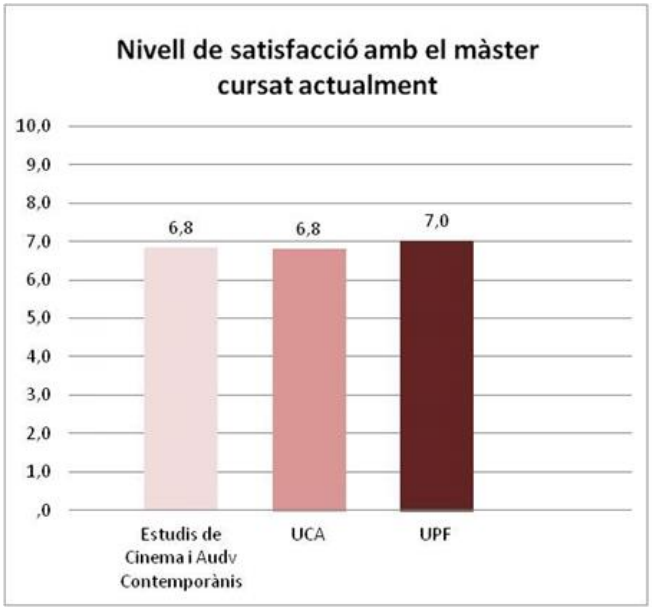
% Repetirían el Máster		
% Máster	52.9	75
% UPF		71.7
% Sistema universitario catalán		66.17

A partir de la encuesta que realizó la AQU en los años 2014 y 2017 de estudiantes graduados en 2010 y 2017 respectivamente (con una respuesta de 16 titulados de un total de 52, con un nivel de respuesta, pues, de un 30,8% de respuesta) entre los graduados del MECAC hay una tasa de ocupación alta: 70.6% en el 2014 y 81.3% en el 2017. Aunque la tasa de adecuación es baja, los graduados valoran en un 35.7% en 2014 y en un 31.3% en 2017, constantando que las funciones que se desarrollan en el trabajo actual tienen poca relación con la titulación del Máster.

Con esta encuesta no sabemos qué trabajos tienen los graduados, por lo que esta cifra no nos preocupa tanto como que se valore de manera baja la utilidad de la formación teórica para los trabajos: 4.1 y 3.7 para los años 2014 y 2017 respectivamente. En el plan de mejoras se propone, desde la coordinación del Máster, detectar las partes del programa formativo que podrían potenciar las relaciones entre la teoría y las prácticas futuras laborales de los graduados.

Sin embargo, como ya se ha mencionado en otros apartados, la satisfacción de los graduados con la formación teórica es alta: sobre el 7 en los dos años indicados. La satisfacción práctica recibida, en cambio, es muy baja, pero lo cierto es que el MECAC no ofrece prácticas a los estudiantes (al margen de las extracurriculares). Por ello, no es significativa tampoco la cifra en relación a la satisfacción con la utilidad de la formación práctica para el trabajo.

De todas maneras, los estudiantes graduados del MECAC repetirían el Máster. Nótese que del 52.9% de estudiantes del año 2014 se ha pasado al 75%. Cifra que concuerda (con un valor aun más alto y por encima de los másters de la UPF) con la encuesta EVSOE de la UPEQ:

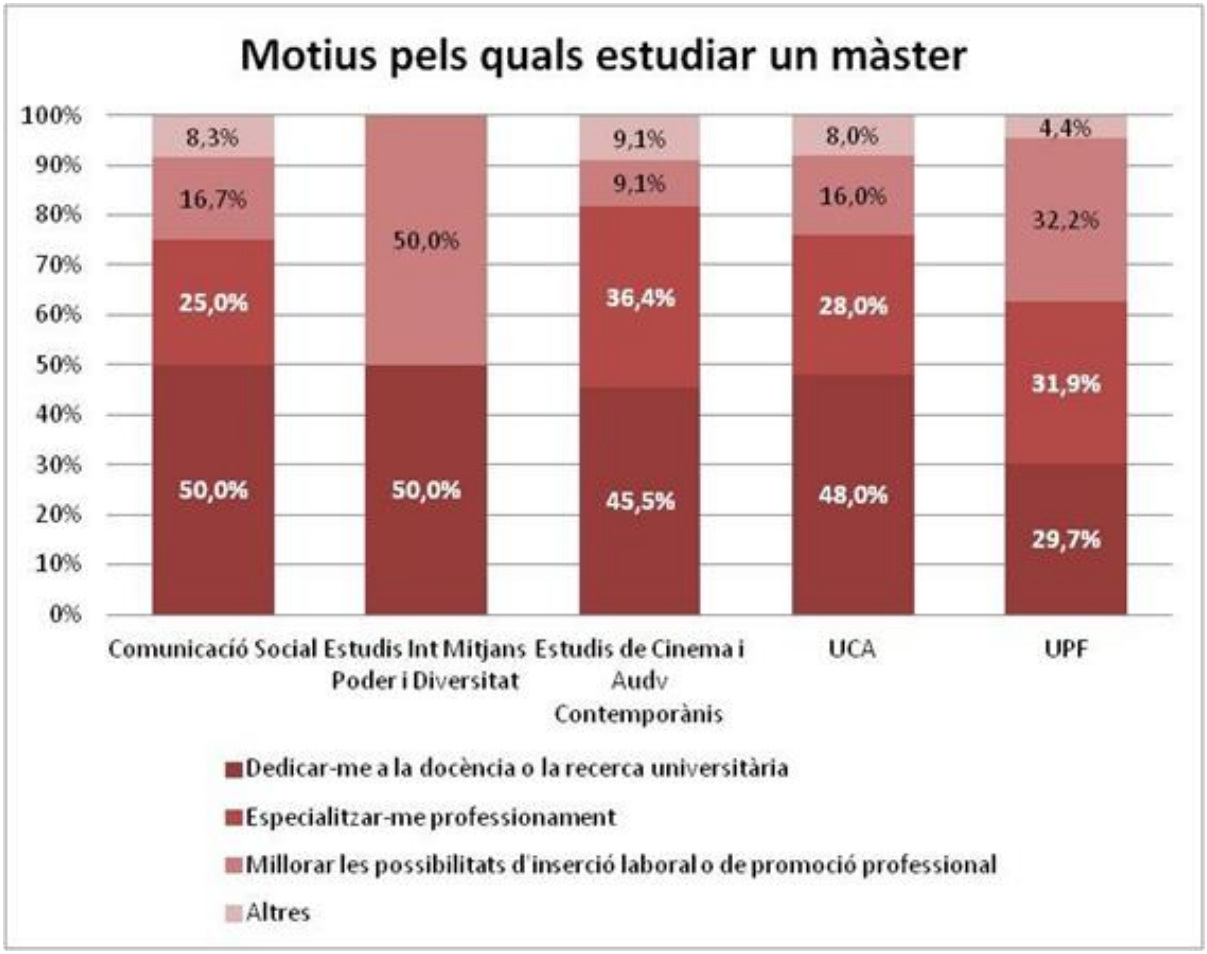


Para poder tener más datos sobre las trayectorias profesionales de los egresaros desde la coordinación del Máster pedimos que el Departamento de Comunicación realizara una nueva encuesta a los estudiantes que finalizaron el curso 2015-16 y 2016-17 (ver portal de evidencias 6.4). Participaron 22 graduados de 79 encuestados. A continuación, se analizaran estos datos en relación a la encuesta EVSOE de la UPEQ, en la que participaron también pocos graduados: 16 de 56 encuestados. Por ello, como se verá en el plan de mejoras, se insistirá en la necesidad de tener una más alta participación sobre la inserción laboral. Si se compara con el informe anterior, en el que no teníamos ningún dato, podemos constatar que hemos logrado realizar distintas encuestas, pero ahora debemos reforzar la participación.

De todas maneras, creemos que muchos de nuestros estudiantes se matriculan a nuestro Máster para realizar un doctorado, hecho que deberiamos contabilizar entre la ocupación futura de nuestros estudiantes. Recordamos que el Máster en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos es un posgrado de investigación que tiene como objetivo primero preparar al estudiante para que pueda realizar un doctorado. El máster ofrece paralelamente una amplia formación en el campo de la cultura audiovisual para abrirles salidas profesionales que partan de la investigación, como las que se apuntan a continuación:

Gestión y programación en instituciones dedicadas a la conservación, catalogación o divulgación de la obra cinematográfica y audiovisual, como filmotecas, festivales, museos, centros culturales o empresas editoriales en relación con el sector audiovisual.
Docencia en el campo de los estudios cinematográficos y de la comunicación audiovisual en general.
Ejercicio de la crítica cinematográfica y audiovisual especializada.

El objetivo primero de acceder a un doctorado es comprendido por los estudiantes como la encuesta del EVSOE demuestra: un 45,5% de los estudiantes de matriculan al MECAC para dedicarse a la docencia o a la investigación universitaria,



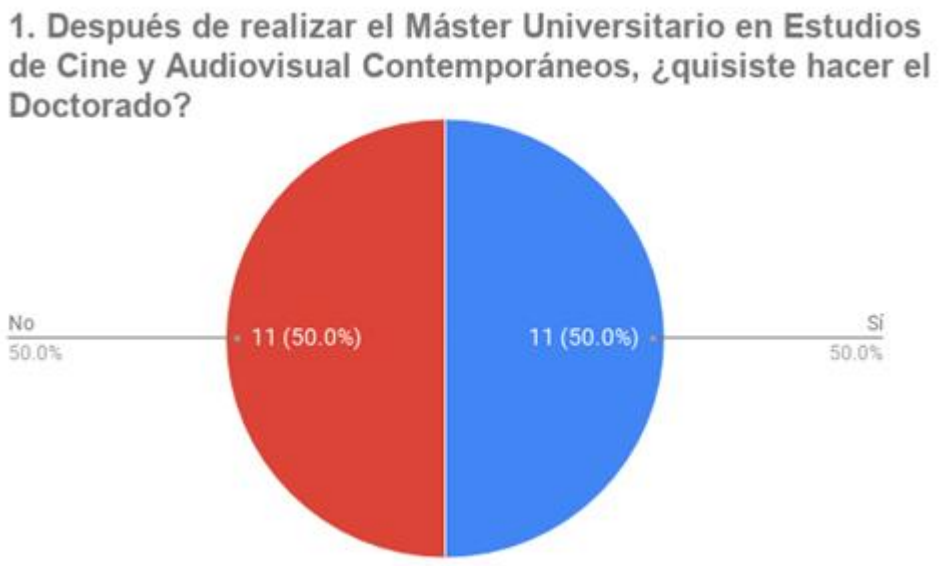
El dato de que sólo un 9,1% de los estudiantes se matricularon para mejorar las posibilidades de inserción laboral o de promoción profesional indica hasta qué punto los estudiantes se matriculan en el MECAC para formarse académicamente sin el objetivo concreto laboral. Nótese en este sentido la gran diferencia de las opiniones de los encuestados en otros másters de la UPF donde encontrar trabajo tiene unas expectativas más altas. Ambos datos nos reafirman en que las expectativas de nuestros estudiantes son esencialmente formativas y que muchos de ellos esperan poder dedicarse a la investigación realizando en el futuro un doctorado.

En el último informe de seguimiento se señalaba que el número de matriculados en el Doctorado de Comunicación de la UPF que proceden del Máster de Cine iba en aumento: de los 4 estudiantes en el curso 2012-13 a los 6 alumnos matriculados en el curso 2014-15. Cifras que valorábamos como muy altas, teniendo en cuenta que el Doctorado de Comunicación sólo admite 20 estudiantes de las distintas líneas de investigación del Departamento (aparte de las líneas del grupo CINEMA, están las distintas líneas de investigación de Comunicación Social, Periodismo, Publicidad y Sociedad, Comunicación Digital y Interactiva o Comunicación Científica).

Estas cifras se han mantenido igualmente altas en los años siguientes, teniendo en cuenta la proporción de número de plazas de doctorandos que desean realizar una tesis dentro las líneas de investigación del grupo CINEMA. En el curso 2015-16 pudieron matricularse 7 estudiantes del MECAC

(de los 9 que se adscribieron al grupo CINEMA). En el curso 2016-17 se matricularon 4 del MECAC de los 5 que se adcribieron al grupo CINEMA .

En la encuesta que se realizó desde la secretaría de Comunicación se vuelve a constatar la importancia de matricularse en un doctorado después de graduarse en el MECAC:



Como se constata en la pregunta 2 de la encuesta, la mayoría fueron aceptados en un doctorado. Es importante -dada la información que se ha dado anteriormente de la imposibilidad del Doctorado de aceptar a más de 20 estudiantes- señalar la responsabilidad que desde el Máster supone no poder ofrecer a todos los interesados una plaza en el Doctorado de Comunicación de la UPF. Por ello, en el plan de mejora se propone poder ofrecer a los estudiantes una información contrastada de otros doctorados prestigiosos a los cuales podrían acceder. Esta información se daría paralelamente a las acciones que se han descrito en el plan de mejoras del punto 5.1. Se trata de que los estudiantes puedan conocer lo que se encontrarían en el doctorado de comunicación de la UPF y en otros doctorados de otras universidades.

De todas formas, se valora muy positivamente la demanda de plazas de Doctorado en nuestra Universidad -y en las otras que se citan en la pregunta de la encuesta 1.2- dado que es uno de los objetivos de nuestro Máster.

En la encuesta que se realizó desde la secretaria del Departamento de Comunicación se observa una mayoritaria satisfacción de los estudiantes sobre los conocimientos que han adquirido en el Máster. Ver las respuestas en el portal de evidencias (xxxx). De los 21 comentarios, 16 son totalmente positivos (no sólo muestran su satisfacción de haber cursado el Máster sino que también constatan que profesionalmente les está sirviendo o les podrá ser útil en el futuro).

Se percibe, pues, un general entusiamo por la formación lograda que les posisibilita cursar un doctorado o poder aplicar lo que han aprendido. Sin embargo, hay 3 respuestas en las que se muestra un descontento por las pocas perspectivas de futuro, aunque se defienda los conocimientos adquiridos en el MECAC y hay 2 respuestas totalmente criticas con el Máster y la percepción del futuro laboral. Pero el número de estas respuestas negativas es bajo y valoramos de manera positiva las respuestas de los estudiantes.

En la pregunta 2 (¿Después de realizar el MECAC has podido aplicar los conocimientos adquiridos en algún trabajo?), en 12 casos responden que sí y en 9 que no. Deberíamos tener una más alta participación de estudiantes, pero la valoración que hacemos es positiva, ya que la mayoría de los encuestados han podido aplicar los conocimientos aprendidos en algún trabajo. De la misma manera, los trabajos concretados en la pregunta 2.1 (Indica que tipo de trabajo -publicaciones en revistas, tareas en instituciones culturales, trabajos audiovisuales, enseñanza... etc- tienen total relación con las expectativas que el Máster prevee en los objetivos de la titulación. Se trata de trabajos en instituciones culturales, relacionadas con el cine y el audiovisual como festivales, centros artísticos y culturales, enseñanza, creación audiovisual, publicación de artículos en revistas o escritura de textos para festivales que forman parte de las salidas profesionales que se encuentran en nuestra web (ver https://www.upf.edu/web/mastercinema/presentacio-del-master).

M.U. en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad

6.1 Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación

Correspondencia general de los resultados del aprendizaje

Al margen de las competencias generales relacionadas con la comunicación y las ciencias sociales, este programa tiene como objetivos específicos que los graduados hayan podido profundizar en el papel de los medios de comunicación en la construcción, representación y reconocimiento de la diferencia y de la diversidad a través de los colectivos considerados como más vulnerables. El programa, que se imparte en inglés, ofrece una mirada transversal y crítica desde diferentes perspectivas de las ciencias sociales sobre las estructuras de poder existentes detrás de las practicas comunicativas (tanto periodísticas como persuasivas o de influencia) y que impactan con los procesos sociales relacionados con la diferencia/diversidad, los reflejan e interaccionan con ellos. Consideramos que las competencias específicas se encuentran muy bien reflejadas en todas las temáticas de trabajos de asignatura y trabajos finales de los estudiantes (centrados en temas de derechos y justicia social principalmente), así como en las diversas metodologías aplicadas (análisis de contenido, de discurso, economía política de la comunicación, etnografía, entrevista en profundidad, focus groups, experimental, etc.). Los títulos de los TFMs preesntados durante el curso 2016-17 son ilustradores de ello (consultar portal de evidencias):

Si bien las temáticas son de libre elección de los estudiantes, en la mayoría de ocasiones estan inspiradas en los contenidos tratados en el aula y por ello entroncan directamente con los temas de investigación de los profesores y sus grupos de investigación. En algunos casos la conexión es tan

directa que los trabajos de máster se postulan para convertirse en tesis doctorales en el mismo departamento de comunicación de la UPF, como así ha sido para el caso de diversos alumnos en el curso 2016-2017, que han convertido sus TFMs en proyectos de tesis aceptados en el departamento por su profunda imbrincación con los grupos y líneas de investigación del departamento. Es el caso de Laura Fernández, Jaime Gil, Tuge Ataci, Fortunat Miarintsoa Andrianimanana y Jwana Aziz. La aceptación de un número relevante de graduados del máster en el programa de doctorado del departamento informa también del resultado satisfactorio de su formación.

Se proporcionan evidencias (programas docentes, rúbricas de evaluación y ejemplos de trabajos) para las asignaturas:

Ethics of Mediation (obligatoria de 7,5 ECTS) con los siguientes docentes: Núria Almiron, Ruth Rodriguez y Manel Jiménez.
Research Methods (obligatòria de 10 ECTS) con el siguiente docente: Carles Roca
Final project (trabajo final de máster de 15 ECTS) con los siguientes docentes: Núria Almiron, Christopher Tulloch, Pilar Medina, Carles Roca, Ruth Rodríguez, Mercè Oliva, Manel Jiménez, Carlos Scolari, Eva Pujadas, Carles Feixa, Xavier Ramón y Óliver Pérez.

Sobre los Trabajos finales de máster

Los TFMs son también el resultado de una planificación previa importante relativa al procedimiento y requerimientos. Así, en primer lugar, la coordinadora del máster entrevista a los estudiantes en enero para ayudarles a definir la temática del trabajo final y asignarlos no solo al tutor académicamente más adecuado sino también permitir a los estudiantes expresar sus preferencias sobre el tutor o tutora a asignar, de modo que la decisión de la coordinadora al respecto tiene en cuenta esto último.

Desde enero también los estudiantes cuentan con la guía del TFM (Final Project Guidelines), un documento en el que se incluye información general básica, consejos y requerimientos de tipo académico para todos los tipos de TFM, descripción de los tipos de TFM aceptados y la rúbrica de su valoración. Entregamos la última versión de esta guía en pdf, de modo que no vamos a replicarla aquí pero sí nos gustaría señalar que en ella los estudiantes conocen de antemano y con meses de antelación lo que se espera de este trabajo y cómo se evaluará, en concreto por ejemplo:

Se les notifica en primer lugar que se les asignará un supervisor del TFM cuya función es ayudar al alumno a desarrollar un proyecto y una metodología adecuados y que es responsabilidad del estudiante acordar con el supervisor un cronograma de trabajo para la entrega de los capítulos del borrador y para las sesiones de trabajo.

El proceso de supervisión consiste en un mínimo obligatorio de tres sesiones de trabajo, aunque en la mayoría de casos la media es superior, en las que el supervisor:

Guía bibliográficamente, para encontrar fuentes y referencias útiles.
Da consejos sobre la estructura y el contenido dentro de los diez días hábiles posteriores a la recepción de un borrador.
Revisa los borradores iniciales (incluidos cuestionarios, guías de entrevistas, etc.).
Revisa y brinda retroalimentación de todos los capítulos una vez redactados.

A los estudiantes se les exige, por su lado, que preparen adecuadamente cada sesión de trabajo, envíen borradores bien revisados y gestionen bien sus dudas y tiempo.

En la guía del TFM también se describe los tres tipos de proyectos a los que pueden optar: una propuesta de doctorado, un informe de investigación o un artículo académico. Cada uno de estos tipos de trabajo tiene especificadas sus características en la guía pero para todos es común que el alumno adquiera los siguiente conocimientos:

La capacidad de reunir, seleccionar, sistematizar y administrar información, documentación y materiales bibliográficos.
La capacidad de diseñar, estructurar y articular un proyecto de investigación o documento académico.
La capacidad de plantear y formar propuestas originales para resolver problemas de investigación relevantes.
La capacidad de articular un discurso complejo.
La capacidad de crítica y autocrítica.
La capacidad de análisis y síntesis.
La capacidad de trabajar solo.
Rigor en la presentación del material escrito.

La guía del TFM también explicita el procedimiento que se seguirá durante la presentación oral del trabajo, que tiene lugar durante la primera semana de julio ante un tribunal formado por el tutor y dos investigadores expertos en la temática, todos ellos doctores. El acto, de 45 minutos de duración, está perfectamente sistematizado y la capacidad de los estudiantes de ajustar su presentación al procedimiento y tiempo requeridos es valorada también como una competencia importante a asimilar por parte de graduados que van a basar en la comunicación y la expresión pública su trabajo.

Finalmente, la guía del TFM también informa de la rúbrica de evaluación del trabajo final. La nota final es la suma del proyecto final presentado en pdf y papel (75%) y la presentación oral (25%): En el proyecto (75%) se valoran dos cuestiones:

Por un lado, se tiene en cuenta la valoración del tutor, que no está estipulada en un porcentaje concreto del peso total del trabajo pero que es determinante en la nota del trabajo. El tutor valora la participación en las sesiones de tutoría, la seriedad del estudiante a la hora de seguir el plan de trabajo y su evolución hasta la redacción final).
Por otro se valora la calidad del proyecto en sí, incluyendo su organización, estructura, hipótesis/objetivos/preguntas de investigación, dundamentos teóricos, metodología, creatividad e innovación y trabajo de campo si lo hay).

Con respecto a la presentación oral, la guía establece criterios claros al respecto de lo que se valorará, incluyendo: audibilidad, ritmo, fluidez, tono y energía, contacto visual, lenguaje corporal y gestos, estructura y cohesión de la presentación y apoyo visual. Todos estos criterios están descritos con claridad en la guía y están a disposición de los estudiantes desde meses antes, como se ha dicho. De modo que los estudiantes disponen de una guía clara de lo que se espera de ellos y de cómo se valorará su trabajo.

Finalmente es preciso mencionar que todos los trabajos se someten a una verificación de plagio a través del programa Turnitin y antes de su presentación oral ante el tribunal.

Sobre la formación impartida

Con respecto a la formación impartida, se proporcionan evidencias para dos asignaturas obligatorias, The Ethics of Mediation y Research Methods. Ambas constituyen ejemplos de cómo se imparte la docencia en este programa. En este caso, y a disposición de AQU, los estudiantes cuentan con el plan docente de la asignatura y una o diversas rúbricas. En el caso de las tareas de evaluación continuada, en la mayoría de casos la evaluación es oral en el aula pero en el caso de la tarea final la evaluación sigue una rúbrica donde el estudiante dispone, desde el primer día, de toda la información con respecto a lo que se espera de ella en esa tarea y cómo se evaluará.

A este respecto, la satisfacción de los estudiantes con respecto a los resultados de aprendizaje es muy alta, habitualmente por encima de la media de la UPF.

Para el curso 2016-2017 en general los estudiantes otorgan las siguientes notas sobre 5:

Valoración global de aprendizaje: 4,8
Valoración global de resultados obtenidos: 4,5
Voluntad de repetir el mismo título: 100%
El máster está bien organizado: 4,5 (3,5 es la media de la UPF)
El contenido de las asignaturas se adecua al perfil formativo del máster: 5 (3,9 es la media de la UPF)
La metodología docente ha favorecido el aprendizaje: 4,8 (3,7 es la media de la UPF)
Los sistemas de evaluación han permitido reflejar adecuadamente mi aprendizaje: 4,5 (3,6 es la media de la UPF)
El volumen de trabajo exigido es coherente con el nombre de créditos de las asisgnaturas y del TFM: 4,8 (3,6 es la media de la UPF)
Satisfacción con el profesorado: 4,8 (4,0 es la media de la UPF)
Satisfacción con el TFM: 4,3 (4,1 es la media d ela UPF)
El máster me ha dado oportunidades de acceso a una comunidad de investigación y/o profesional: 4,5 (3,9 es la media de la UPF)
Satisfacción con los conocimientos, habilidades y aptitudes adquiridas: 4,8 (4,0 es la media de la UPF)
Satisfacción con los recursos especializados puestos a disposición: 4,8 (4,3 es la media de la UPF)

La nota general de satisfacción con los conocimientos, habilidades y aptitudes adquiridos en el máster fue para el curso 2016-2017 de 4,8 sobre 5 (por encima de la media de la UPF, situada en 4,0).

Respecto este apartado se puede consultar la opinión de los estudiantes sobre el Máster.

The Ethics of Mediation: Difference and Power

Los estudiantes han evaluado en la encuesta AVALDO del curso 2016-2017 la asignatura The Ethics of Mediation con puntuaciones muy altas con una participación del 24% del alumnado en la encuesta (la baja participación probablemente se debe a que los estudiantes deben valorar por separado a los distintos docentes y algunos no lo hicieron así, y solo valoraron a un docente creyendo que era

suficiente, lo cual dispersó la participación entre los diversos docentes de la asignatura, se ofrecen a continuación las valoraciones de la docente con más horas de docencia):

Clases magistrales: 9 sobre 10
Clases prácticas: 9,17 sobre 10
Clases de seminario y otras actividades docentes: 8,83 sobre 10
La asignatura en su conjunto: 8,83 sobre 10
Cumplimiento del profesor con sus obligaciones docentes: 9,33 sobre 10
Satisfacción global con la docencia: 8,83 sobre 10

Como puede verse en el plan docente de la asignatura, disponible online y que se adjunta en el portal de evidencias, esta asignatura es una materia introductoria a la temática del programa y se centra en los conceptos y enfoques centrales que proporciona perspectivas prácticas para aplicar la ética de la comunicación en los campos del periodismo, los estudios cinematográficos y audiovisuales, la publicidad y las relaciones públicas.

La materia dispone de diversos docentes, uno de principal que coordina la asignatura, y otros especializados en cada uno de los campos de aplicación de las perspectivas éticas. La evaluación de la asignatura se realiza a partir de una evaluación continuada formada por dos tipos de actividades. La primera es la participación en las discusiones y seminarios en clase, con tareas concretas para las distintas sesiones que reciben feedback del profesor en el aula o en tutorías. La segunda es un trabajo a entregar al final del trimestre que para este curso que se evalúa permitía elegir entre un ensayo o la crítica de un libro.

En el portal de evidencias se proporciona un ejemplo de rúbrica de discusión en clase (Casos de estudio de periodismo) con 5 casos de estudio que se someten a discusión después de la presentación en clase de los principios esenciales de la ética periodística. La discusión es oral, de modo que no se pueden proporcionar evidencias de sus resultados más allá de las valoraciones positivas finales de los estudiantes en la encuesta, pero al finalizar la sesión se envía una breve rúbrica con recomendaciones aplicables a cada caso de estudio.

En el portal de evidencias también se proporciona la rúbrica para el ensayo o crítica literaria y 3 ejemplos de trabajos excelentes, 3 ejemplos de trabajos mostrando un ejemplo de resultados moderados, otro con resultados notables y otro con resultados excelentes. Se suministra el trabajo con el feedback proporcionado por el profesor a través de Turnitin.

Se trata esta de una asignatura de introducción básica al pensamiento ético aplicado a la comunicación a partir de las propuestas éticas más extendidas (ética de la virtud, ética deontológica, ética consecuencialista y ética de las relaciones humanas, junto a una mirada a las éticas aparecidas como respuesta a las anteriores a partir de la mitad del siglo XX: ética feminista, ética medioambiental, ética antiespecista, postmodernismo, etc.). No se espera, lógicamente, que los estudiantes dominen las características y complejidad de un campo tan vasto como es el de la ética moderna sino acercarles a los orígenes del pensamiento ético aplicado en comunicación y que sean capaces de aplicar al análisis y práctica comunicativa razonamientos lógicos basados en valores compartidos. Como puede verse en los ejemplos incluidos en el portal de evidencias, este objetivo se alcanza incluso para el trabajo peor valorado.

Research Methods

Los estudiantes han evaluado en la encuesta AVALDO del curso 2016-2017 la asignatura Research Methods con puntuaciones muy altas con una participación del 48% del alumnado en la encuesta:

Clases magistrales: 8,92 sobre 10
Clases prácticas: 8,62 sobre 10
Clases de seminario y otras actividades docentes: 7,46 sobre 10
La asignatura en su conjunto: 8,62 sobre 10
Cumplimiento del profesor con sus obligaciones docentes: 8,69 sobre 10
Satisfacción global con la docencia: 9,15 sobre 10

Como puede verse en al plan docente de la asignatura, disponible online y que se adjunta en el portal de evidencias, esta asignatura es una materia dedicada a formar metodológicamente a los alumnos. La materia proporciona un acercamiento a los principales métodos de investigación en ciencias sociales aplicables a la comunicación mediática y social. Aborda tanto las dimensiones prácticas de los métodos de investigación como los principios epistemológicos de estos métodos.

Esta asignatura permite a los estudiantes diseñar una investigación social aplicada a la comunicación con herramientas como la recopilación de datos, encuestas, observación, entrevistas, grupos focales, análisis de contenido, análisis de discurso, etc. La materia también ayuda a los estudiantes en aspectos concretos como la preparación y forma de citar y referenciar la bibliografía, la realización de una revisión literaría o la redacción y presentación de un artículo académico. Por lo general, los estudiantes utilizan esta asignatura para desarrollar el aparato metodológico que luego aplicarán a su trabajo final de máster.

La evaluación de la asignatura sigue un modelo parecido a la anterior asignatura descrita, con una parte de trabajo relacionado con la participación en clase y un trabajo final, si bien en este caso el trabajo final tiene mucho mayor peso, pues se trata de un diseño metodológico completo y aplicable. En el portal de evidencias se proporciona la rúbrica de evaluación del proyecto que se presenta como trabajo de clase y dos ejemplos que muestran una propuesta excelente y una propuesta valorada como correcta. Ambas reflejan el grado de aplicación práctica de la asignatura y la asimilación de la misma con proyectos que incorporan todos los elementos esenciales de una propuesta de investigación que, como se comentaba, en un elevado porcentaje de casos se traduce al final en el trabajo final de máster. De este modo, se consigue que los estudiantes lleguen al trabajo final con un trabajo previo realizado tanto temático como metodológico. Este es el caso de uno de los dos ejemplos de trabajos que se proporcionan, que se convirtió finalmente en un TFM, lo que ayuda a reflejar el nivel de asimilación de la materia.

6.2 Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos

Las actividades formativas del programa están orientadas a obtener unas competencias generales y específicas a partir de distintas metodologías docentes y una variedad de sistemas de evaluación. A continuación se describen las más importantes.

Actividades formativas

Las principales actividades formativas del título son las clases teóricas, los seminarios/talleres, las sesiones con conferenciantes invitados y las actividades fuera del aula.

Las **clases teóricas** sirven para trasladar los conocimientos básicos teóricos a los estudiantes, que luego se aplicarán de forma práctica en los seminarios o talleres, según la asignatura. A pesar de tener como principal instrumento docente la clase magistral los estudiantes son invitados a participar activamente en estas sesiones mediante preguntas y aportaciones, como así sucede. Todas las sesiones teóricas están apoyadas por lecturas obligatorias y optativas. De manera que estas sesiones sirven para que los estudiantes descubran conocimientos teóricos, amplíen y clarifiquen conocimientos obtenidos en las lecturas y desarrollen también las habilidades de participación oral en público.

Los **seminarios o talleres** sirven para aplicar los conocimientos teóricos y pueden llevarse a cabo de forma que se apliquen a casos concretos propuestos por el profesor o bien que los estudiantes propongan unos casos de estudio. En estos seminarios se aprende a trabajar en grupo, compartir ideas, debatir con argumentos razonados, defender opiniones sin prejuicios y a descubrir en definitiva como la teoría emana de la realidad y es aplicable a ella. Habitualmente los estudiantes tienen que ampliar la base teórica recibida en clase con unas lecturas que pueden constituir el foco de la discusión durante el seminario o bien preparar algún tipo de presentación. Es habitual que estas sesiones estén guiadas por preguntas concretas o incluso tengan rúbricas aplicas a ellas en concreto (donde no solo se especifica la tarea a realizar más detalladamente sinó también la forma en cómo se evaluará en el seminario).

Los seminarios/talleres pueden estar vinculados a asignaturas o a todo el máster. Los primeros forman parte de la carga docente de un curso y los segundos pueden ser de distinto tipo, ofrecidos por algún profesor del máster o externo o por los graduados del curso anterior. Por ejemplo:

Tres estudiantes graduadas en el curso 2016-2017 dieron un seminario a los estudiantes del curso 2017-2018 sobre cuestiones metodológicas aplicadas a sus campos concretos de estudiod doctoral (todos ellos relacionados con la temática del máster).
En el curso 2017-2018 el profesor de la UAB Xavier Giró ofreció un seminario sobre análisis crítico del discurso como complemento a la formación metodológica ofrecida en la asignatura de Research Methods.
Durante los cursos 2016-2017 y 2017-2018 distintos estudiantes de doctorado o graduados en el máster han sido invitados a dar ponencias sobre sus trabajos finales de máster o tesis doctorales a los cursos de estudios de género y poder, pobreza y justicia social, estudios críticos animales y comunicación intercultural

Las sesiones con **ponentes invitados** tienen como principal función traer al aula en particular o al máster en general investigadores destacados y expertos en aspectos concretos de la temática abordada en las sesiones teóricas. La principal utilidad de estas sesiones es poner en contacto a las estudiantes con expertos nacionales e internacionales. Estas sesiones sirven por lo tanto para que los estudiantes confronten sus propias ideas con las de otras culturas y realidades debido al carácter internacional del máster (con alumnos procedentes de todos los continentes) y de los expertos invitados. En los años 2016-2017 y 2017-2018, por ejemplo, algunos de los ponentes internacionales invitados fueron **Roza Tsagarousianou** (catedrática de la Universidad de Westminster, Reino Unido), **Pete Porter** (catedrático de cine documental en la Eastern Washington University, EEUU), Tobias Linne (profesor titular del Departamento de Comunicación de la Universidad de Lund, Suècia), **Federico Bodganowitz** (director para España del Instituto Jane Goodall) i **Robin Mansell** (catedrática del Departamento de Comunicación de la London School of Economics, Reino Unido). Además, estos dos años tuvieron también distintos invitados nacionales en las aulas.

Finalmente, también se realizan cada año **actividades fuera del aula**. La función de estas actividades es ofrecer una vivencia experiencial relacionada con los conocimientos teóricos y temas abordados en las aulas o no abordados pero complementarios a ellas. Hasta el momento se han realizado diversas actividades externas en el máster:

Una visita con contenidos relacionados con la interculturalidad a la ciudad de Girona, donde se mostró a los estudiantes la imprompta que la cultura judía tuvo en esta ciudad y se visitó la exposición Génesis del reputado fotográfo Sebastiao Salgado.
Una visita de carácter medioambiental y político-cultural al alt Empordà, donde se visitó la restauración del antiguo Club Mediterraneé en el Cap de Creus, lo que permitió conocer a los estudiantes la estrecha relación entre regímenes políticos y medioambiente (debido a los vínculos del Club Mediterranée con el franquismo y las enormes dificultades políticas que la restauración medioambiental del espacio experimentó en plena democracia). Esta visita aprovechó para visitar el museo Dalí en Port Lligat, en la casa de pescadores que el artista restauró en la cala de Port Lligat.
Un intercambio intercultural entre nuestros estudiantes y un grupo de estudiantes de Casa Asia, en las instalaciones de esta institución en Barcelona.
Diversas asistencias a conferencias en Barcelona, propuestas por los profesores de asignaturas concretas, que han acompañado a ellas a sus estudiantes para posteriormente discutir en clase sus contenidos.

Metodologías docentes

Las metodologías docentes utilizadas en el aula, o fuera de ella, en el caso de las actividades fuera del aula, son variadas y todas ellas tienen objetivos de aprendizaje concretos. A continuación se describen los objetivos de aprendizaje de las metodologías más importantes utilizadas por los diferentes profesores:

Clases magistrales: para proporcionar contenidos teóricos.
Presentaciones orales de los estudiantes: en los seminarios y talleres, para formar en la oratoria en público, el trabajo en grupo y la discusión estructurada y fundamentada.
Trabajo personal, lecturas e investigación individual: para aprender a localizar, seleccionary manejar bibliografía.

Tutorías individuales y grupales: para ayudar a resolver dudas y cuestiones concretas tanto del trabajo en grupo como individual.
Trabajo colaborativo: para aprender a compartir conocimientos y construir a partir del trabajo de otros y facilitar que otros construyan a partir de nuestro trabajo.
Estudio de caso: para aprender a aplicar los conocimientos teóricos a casos concretos (por ejemplo cómo aplicar un código deontológico periodístico a la cobertura de un conflicto con refugiados).
Resolución de problemas: para aprender a seleccionar las mejores opciones posibles cuando nos enfrentamos a dilemas, situaciones complejas o socialmente muy sensibles.
Evaluación por pares entre estudiantes: con esta metodología los estudiantes aumentan en particular su implicación en el proceso de aprendizaje (los evaluadores) y mejoran el aprendizaje a través de los comentarios de los compañeros (los evaluados). En general, la evaluación por pares entre alumnos impulsa el pensamiento crítico y la necesidad de fundamentar sus argumentaciones.
Autoevaluación de los estudiantes: La autoevaluación permite al estudiante reflexionar sobre su trabajo. Independientemente de que el instructor utilice esta autoevaluación en su evaluación propia final, su uso és útil para fomentar el pensamiento autocrítico y la honestidad.

Sistemas de evaluación

El título implementa distintos sistema de evaluación que permiten comprobar con mecanismos distintos si se han alcanzado y en qué grado los resultados de aprendizaje. Los más importantes son:

- **Redacción de ensayos**: permite comprobar la capacidad de trabajar con bibliografía, redacción, estructuración temática y capacidad de construir una narración argumentada. Ejemplo: reflexión comparativa en la asignatura The Ethics of Mediation sobre cómo los principios éticos afectan a la comunicación informativa, a la comunicación persuasiva y al entretenimiento.

- **Elaboración de trabajos de investigación**: permite comprobar la capacidad de aplicar metodologías de investigación concretas, empíricas y experimentales y de manejar la bibliografía que les da apoyo. Ejemplo: análisis crítico del discurso de pequeñas muestras de prensa sobre la crisis de los refugiados en la asignatura Global Justice, War and Poverty in the media.

- **Redacción de artículos académicos o de carácter profesional**: permite comprobar si los estudiantes han adquirido las rutinas y habilidades básicas para adecuar sus textos al entorno académico (por ejemplo a revistas académicas concretas) o profesional (bien se trate en este último caso de un texto periodístico o del ámbito de la comunicación persuasiva). Ejemplo: mejora de un artículo periodístico sobre experimentación con animales en la asignatura Critical Animal and Media Studies.

- **Presentación oral**: permite comprobar si los estudiantes son capaces de construir discursos bien ordenados y argumentados de forma oral y presentarlos de forma convincente. Se evalúa aquí su capacidad de síntesis, oratoria y persuasión. Por ejemplo: Presentación de propuestas metodológicas concretas aplicadas a casos concretos en la asignatura Research Methods.

- **Debates en el aula**: permite comprobar si los estudaintes son capaces de discutir temas sensibles de forma razonada, con una preparación adecuada y siendo conscientes de sus propios prejuicios. Por ejemplo: Discusión en el aula en la asignatura Power and Gender Diversity sobre cómo la publicidad perpetúa estereotipos.

- **Evaluación por pares entre estudiantes**. Esta es también una técnica de evaluación útil. No es utilizada por todos los instructores pero sí por algunos que creen que al fomentar el pensamiento crítico y la argumentación razonada puede servir al instructor también de medida de evaluación (no sólo de los estudiantes evaluados sino de los evaluadores). Ademés, supone la inclusión de una fórmula democrática de evaluación que es muy útil en el caso de trabajos en grupo (siendo los pares los grupos, que se evalúan entre sí).

Todos estos sístemas acostumbran a resolverse en forma de nota final numérica, normalmente justificada a partir de una rúbrica y un comentario final, que se sumnistra al estudiante. No obstante, en algunos casos, el comentario final puede ser oral. Es así por ejemplo en el caso del trabajo final de máster, en el que el estudiante recibe el comentario del tribunal de forma oral durante el acto, lo es también en el caso de muchas presentaciones orales que forman parte de la evaluación continuada y lo es también en el caso del feedback de algunos instructores a la nota final de los estudiantes en su curso, que se proporciona en el despacho, durante el tiempo de revisión de nota final. El feedback oral se considera una fórmula muy enriquecedora para el estudiante, pues a menudo permite más amplitud y detalle que cuando se ofrece por escrito y, quizás lo más importante, permite al instructor realizar los pertinentes émfasis académicos y personales, trabajar elementos emotivos y de persuasión, para lograr que el estudiante tenga una percepción más ajustada de su evaluación (tanto si es muy positiva como si es negativa).

Para el TFM, en concreto, la supervisión y evaluación de los mismos está explicitada en la guía del mismo (Final Project Guidelines), que se ha descrito en detalle en el apartado anterior y se suministra como evidencia. Hay que añadir, no obstante, que el proceso de mejora de estas guías de evaluación y las rúbricas en general es anual, pues cada año se implementan cambios en todas las rúbricas, incluyendo la guía del TFM, a partir de la experiencia acumulada.

Sobre las guías docentes y académicas

Este programa ha implementado desde su creación distintas rúbricas y guías docentes y académicas, algunas de las cuales ya se han mencionado en esta acreditación. A modo de resumen, no obstante, se detallan aquí:

Final Project Guidelines: guía para la elaboración del TFM que incluye la rúbrica de evaluación y todos los detalles administrativos y académicos que deben conocer los estudiantes. Su primer versión es la de 2016-2017, se incluye en esta acreditación la versión modificada para el curso 2017-2018.
Originality of Course assignments: guía para evitar el autoplagio en los trabajos del máster. A raíz de la enorme interseccionalidad existente entre todas las asignaturas, se decidió crear una guía para evitar el autoplagio, es decir, una rúbrica donde se explicita a los estudiantes hasta que punto pueden utilizar materiales propios de otras asignaturas en sus trabajos de curso.
Attendance to sessions: guía para que los estudiantes conozcan en qué casos pueden justificar la no presencialidad en clase y qué significa que el máster sea presencial.
Guidelines for bibliography in the final course assignments: guía para que los estudiantes tengan unos criterios claros al respecto de cómo debe presentarse la bibliografía en un trabajo de curso, tanto en las citas intratexto como en la lista final de referencias. La guía también explicita el número de refererencias mínimas necesarias por trabajo según extensión

Valoración de las y los estudiantes

En general, las y los estudiantes muestran un grado de satisfacción muy elevado al respecto de actividades formaticas, metodologías docentes y sistemas de evaluación. Así valoran como siguen las siguientes cuestiones para este título:

La metodología docente ha favorecido mi aprendizaje: 4,8 sobre 5 (la media de la UPF es 3,7)
Los sistemas de evaluación han permitido reflejar adecuadamente mi aprendizaje: 4,5 sobre 5 (la media de la UPF es 3,6)
El volumen de trabajo exigido es coherente con el número de créditos de las asignaturas y el TFM: 4,8 sobre 5 (la media de la UPF es 3,6)
Estoy satisfecho/a con el máster: 4,8 sobre 5 (la media de la UPF es 3,9).

A continuación se explican brevemente el sistema de actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación para el trabajo final de master y las dos asignaturas presentadas, The Ethics of Mediation y Research Methods.

Trabajo final de máster

Como es habitual, en el TFM los estudiantes reflejan todas las competencias adquiridas durante el curso. Todos los TFM tienen un tutor asignado y son presetandos oralmente delante de un tribunal formado por el tutor y dos profesores del máster o investigadores del departamento expertos en la materia (para casos temáticos muy específicos).

El TFM del Master Universitario en Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad es un trabajo que puede adoptar tres formatos distintos: una propuesta de investigación para postularse a un doctorado, un trabajo de investigación aplicada o un artículo académico. La extensión para los dos primeros formatos es de entre 40 y 80 páginas y para el tercer caso el artículo debe adecuarse a las normas de publicación de una revista académica internacional e indexada. El estudiante debe en los tres casos demostrar un buen dominio de la materia de estudio, de la metodología empleada y de la bibliografía correspondiente.

Para conseguir los resultados de aprendizaje previsto en el TFM se aplica la siguiente estructura formativa, muy parecida a la del resto de másteres del departamento, pues este máster, el más reciente de todos, los toma como referencia:

1. Fase preparatoria: Se ofrece una sesión informativa sobre el TFM a principios de curso a todos los estudiantes, donde se les informa de la guía del TFM disponible con los requisitos, tipologías, rúbrica de evaluación y cuestiones administrativas.

2. Fase de adquisición de conocimientos: Durante los dos primeros trimestres el estudiante recibe apoyo para definir el tema y la metodología desde todas las asignaturas pero especialmente desde la asignatura Research Methods. Durante este periodo también se ofrecen o recomiendan actividades formativas complementarias bien temáticas (relacionadas con los temas de los futuros TFMs) como metodológicas (para ampliar la formación metodológica). Por ejemplo ello incluye la conferencia inaugural del máster, los distintos expertos invitados a las asignaturas o seminarios metodológicos

que ofrecen otros programas de forma abierta o nuestro mismo programa. Durante el curso 2017-2018 por ejemplo Xavier Giró realizó un seminario sobre análisis crítico del discurso cuya metodología influyó directamente en dos de los TFMs de ese año. Por otra parte, cada año, diversos profesores invitan además a sus asignaturas a estudiantes del año anterior para que presenten su TFM y compartan su experiencia con los estudiantes.

3. Fase de asignación de tutor: Se realiza una ronda de tutorías a mitad del segundo trimestre para ayudar a los estudiantes a identificar el tema de estudio y definir la mejor asignación posible de tutor o tutora al mismo.

4. Fase de tutorías: Durante el tercer trimestre se llevan a cabo las tutorías necesarias del estudiante con su supervisor para preparar y ejecutar el TFM. Se recomienda a los supervisores realizar un mínimo de tres tutorías, que en la práctica acaba siendo siempre un mínimo superado.

5. Fase final: el TFM se presenta en un acto público ante un tribunal de tres doctores del departamento. La lectura del TFM tiene como objetivo que el estudiante desarrolle sus competencias de oratoria y argumentación y de discusión con los miembros del tribunal. El acto es público y constituye también una actividad formativa para los estudiantes que participan como público y todavía no han presentado el trabajo o lo hacen en el año siguiente (por ser de tiempo parcial).

The Ethics of Mediation: Difference and Power

Como se ha mencionado ya en el apartado 6.1., los resultados del aprendizaje de la asignatura The Ethics of Mediation se materializan por un lado a partir de la evaluación continuada en el aula, con discusiones y presentaciones por parte de los alumnos, y, por otro, con un trabajo final.

En el caso de la evaluación continuada, esta asignatura tiene diversos docentes que realizan un ejercicio en clase cada uno de ellos. En el apartado de evidencias se incluye la rúbrica de una de ellas. En concreto se trata de actividades para las que los estudiantes tienen que aplicar los aspectos teóricos vistos en clase a ejemplos prácticos concretos (bien proporcionados por el profesor bien aportados por el estudiante) y que deben presentarse en el aula bien individualmente o en grupo. Normalmente cada profesor dedica una sesión a estas presentaciones/discusiones que acostumbran a ser muy animadas por tratarse de dilemas éticos en su mayoría habitulamente complejos como puede ser la cobertura periodística, la comunicación persuasiva, la publicidad o el cine en su abordaje de las diferencias culturales de las sociedades actuales. Se trata de un aprendizaje colaborativo que de hecho se corresponde con una de las perspectivas éticas analizadas en las sesiones teóricas, muy vinculada a la pedagogía emancipadora. Por lo tanto el aprendizaje, y sus resultados, está basado en el diálogo, el respeto y la escucha atenta en el aula.

En el caso del trabajo final, el estudiante puede elegir entre hacer una revisión de un texto que esté relacionado con los contenidos del curso o bien escribir un ensayo aplicando estos contenidos a un caso real o bien reflexionando sobre un sistema ético concreto. Los estudiantes durante el curso 2016-2017 debían enviar una propuesta al coordinador de la materia a mitad de curso y tener al menos una tutoría con el docente asignado para corregir el trabajo. En estas tutorías se ofrece consejo metodológico y bibliográfico y permite un contacto directo con el docente que genera

confianza en el estudiante y permite al docente valorar el grado de aprovechamiento y las necesidades o carencias del estudiante antes del resultado final.

Research Methods

Como se ha mencionado ya en el apartado 6.1., los resultados del aprendizaje de la asignatura Research Methods se materializan por un lado a partir de la participación en el aula, con una presentación individual, y, por otro, con un trabajo final.

La primera cuestión, la presentación individual, permite al estudiante presentar oralmente ante la clase el borrador o esquema primigenio de lo que constituirá el proyecto de investigación a presentar como trabajo final. Esta presentación oral permite a los estudiantes obtener feedback no solo del profesor sino también del resto de estudiantes y acostumbra a generar discusiones útiles para todos. Además la presentación oral de un trabajo de este tipo permite a los estudiantes entrenarse en la estructura de lo que constituye la presentación oral del trabajo final de máster, pues se trata de un proyecto de investigación que, como se ha dicho en el apartado 6.1., se convierte en muchos casos en el trabajo final de máster.

El trabajo final de esta materia es un proyecto de investigación que debe incorporar todos los aspectos básicos de un proyecto de este tipo aplicados a un caso concreto. Antes del resultado final los estudiantes tienen la posibilidad, si así lo desean, de concertar una o varias tutorías con el profesor de esta materia para discutir las dudas concretas. En realidad, el docente de esta asignatura ofrece apoyo constante a lo largo de todo el recorrido formativo, durante los tres trimestres, para todas las cuestiones metodológicas. Ello permite que identifiquemos claramente de forma global qué estudiantes tienen más problemas metodológicos no solo para esta asignatura concreta sino en general.

Para las asignaturas concretas, la evaluación de la actuación docente es muy alta en general. Por ejemplo:

Critical Animal and Media Studies: **9,6** sobre 10
Power and Gender diversity in the media (31972): **9,4** sobre 10
Research Methods (31975): **9,2** sobre 10
Global Justice, War and Poverty in the media: **9,2** sobre 10
The Ethics of Mediation (31975): **8,83** sobre 10

6.3 Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación

A continuación se reflejan los principales resultados globales de la titulación en su evolución entre el primer (2015-2016) y segundo año (2016-2017). Los resultados son muy satisfactorios y solo algunos

aspectos ven marginalmente reducido su éxito por el hecho de que en el primer curso sólo se graduaron 5 estudiantes mientras que en el segundo se graduarion 21. Por lo general, este programa está por encima de la media de másteres de la UPF y del departamento de comunicación de la misma.

6.3 Resultados globales de la titulación

Curso académico	**2015-2016**	**2016-2017**
Tasa de rendimiento (% superados/matriculados)	96.89	96.19
Tasa de presentación (% presentados/matriculados)	96.89	96.19
Tasa de éxito (% superados/presentados)	100.00	100.00
% Créditos matriculados por primera vez	100.00	98.96

Curso académico	2015-2016	2016-2017
Total graduados	5	21
Tasa de eficiencia (%)	100.00	99.05
Duración media de los estudios (años)	1.00	1.14

Curso de la cohorte	2015-2016	2016-2017
Graduados en t	5	18

Graduados en t sobre Nuevo Ingreso en 1r curso (%)	50.00	72.00
Graduados en t o t+1	8	18
Tasa de graduación (graduados en t o t+1)	80.00	72.00

Curso académico	2015-2016	2016-2017
Total abandono	1	0

Curso de la cohorte	2015-2016	2016-2017
Total abandono	1	0
No superan el régimen de permanencia en 1r curso (%)	0	0
Tasa de abandono (%)	10.00	0.00

6.4 Resultados globales del primer curso

Curso de la cohorte	**2015-2016**	**2016-2017**
Tasa de rendimiento (en 1r curso)	94.87	97.01

Tasa de presentación (en 1r curso)	94.87	97.01
Tasa de éxito (en 1r curso)	100.00	100.00

Valoración de los resultados de las asignaturas

Finalmente, como puede verse en la evidencia 6.3.3.3 Resultados de las Asignaturas incluida en el portal de evidencias, todas las materias tienen buenos resultados académicos por parte de los estudiantes, con un porcentaje mayoritario de notables y una cuota buena de excelentes. Es preciso señalar que desde la coordinación del programa, y tras discusión y consenso con el equipo docente, desde el primer año del programa se determinó que los docentes debían ser muy estrictos en la asignación de cualificaciones y solo otorgar excelentes cuando ello estuviera muy justificado –y más aún en el caso de matrículas de honor. Sin embargo, el número de excelentes no es bajo porque el perfil mayoritario de los estudiantes de este máster es especialmente singular. Lógicamente, existe variedad entre el nivel académico y el bagaje personal y profesional que trae cada estudiante consigo, pero un porcentaje muy elevado de los estudiantes son estudiantes de excelencia, con expedientes académicos muy por encima de la media, bastantes con experiencia profesional y académica relevante y el 90% con un enorme compromiso personal. Todo ello se refleja en su evolución en el aula y en su evaluación final.

6.4 Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación

La titulación no dispone todavía de resultados de las encuestsa de inserción laboral.

Los graduados muestran un elevado grado de satisfacción con respecto a las oportunidades de acceso a la comunidad investigadora y o profesional facilitadas por el máster. En concreto valoran con un 4,5 sobre 5 (la media de la UPF es 3,9) estas oportunidades. Los estudiantes ven como una oportunidad de interacción real con la investigación el hecho que todos los docentes tengan carreras investigadoras muy dinámicas, con grupos de investigación en activo y con mucha actividad investigadora visible para los estudiantes (conferencias, mesas redondas, paneles, seminarios, etc. organizados por los grupos de investigación de los profesores del máster), en las que los estudiantes de máster puede además participar. Ello permite a los estudiantes entrar en contacto con la investigación del departamento y ha permitido en algunos casos realizar colaboraciones puntuales con algunos de los grupos de investigación. Algunos de estos estudiantes han optado posteriormente a becas de investigación que han obtenido para quedarse en el departamento (como se detalla a

continuación), lo cual también visibiliza para los estudiantes entrantes cada año las posibilidades investigadoras existentes.

Es de precisar que, a pesar de que el programa no ofrece prácticas curriculares, un porcentaje importante de los estudiantes consiguen prácticas extracurriculares durante el año que en algunos casos tienen una vinculación directa con los contenidos y resultados formativos del máster. Algunos ejempos destacados son:

Tugce Ataci, una graduada del curso 2016-2017, que obtuvo una importante plaza primero como asistente de investigación de un proyecto del departamento de ingeniería del campus de Poblenou y posteriormente una plaza de investigadora asistente en un proyecto internacional dirigido por el profesor Carlos Scolari en el departamento de investigación.
Laura Fernández Aguilera, una graduada del curso 2016-2017, que obtuvo la beca de personal investigador en formación primero y luego la homónima de la AGAUR para trabajar en el grupo de investigación CRITICC del departamento de comunicación de la UPF.
Inés Crosas Remón, una graduada del curso 2015-2016, que inició una colaboradción con la University of United Nations con la que publicó un artículo que fue el más leído de 2016 en esa organización.
Karen Matthews, una graduada del curso 2015-2016 que consiguió promocionar en la universidad RMIT Europe en la que trabajaba gracias al máster, pasando a ser Communications Advisor.
Natalia Khozyainova, una estudiante del curso 2017-2018 que consiguió unas prácticas extracurriculares en la UNFCC (United Nations Framework Convention) en Bonn, Alemania.

4. Valoración y propuesta del plan de mejora

Código	Nivel afectación	Origen informe	Requerida por AQU	Estándard	Problema detectado	Acción propuesta	Objetivo a conseguir	Indicador	Prioridad	Responsable	Plazo	Estado	Resultado	Implica modificación de la memoria
COMUNICACIO.0010	M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporá neos	Seguimiento 2015-16 (Inf. 12/02/2018)	No	3.2	Baja participación en las encuestas que se realizan a los graduados para conocer la inserción laboral.	Realizar de forma sistemática (anualmente) una encuesta desde la secretaría del Departamento de Comunicación, según el modelo utilizado en el 2018 (ver portal de evidencias).	Mejorar la participación de los graduados para conocer su situación laboral en relación a nuestro Máster.	Porcentaje participación encuesta situación laboral	Alta	coordinadora / Dep. Comunicación	2020-07-01	En proceso	Parcialmente conseguido	no
COMUNICACIO.0011	M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporá neos	Acreditación grados 2016-17 (Autoinform e XXXX)	No	6.4	Alta demanda de plazas del doctorado de Comunicación y oferta limitada de plazas del mismo.	Ofrecer información contrastada de otros doctorados en España y Europa en relación a nuestro Máster.	Facilitar a nuestros estudiantes que puedan escoger el mejor doctorado posible para realizar su tesis doctoral.		Alta	coordinadora del máster	2020-12-31	Abierta	-	no
COMUNICACIO.0012	M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporá neos	Acreditación grados 2016-17 (Autoinform e XXXX)	No	4.1	Necesidad de que todos los estudiantes cuenten con responsables de asignaturas que sean doctores con suficiente experiencia investigadora.	Contratar sólo a profesores doctores con suficiente experiencia investigadora.	Todos los estudiantes deben contar con la experiencia investigadora de profesores doctores.		Alta	coordinadora del máster	2019-01-10	Abierta	-	no
COMUNICACIO.0013	M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporá	Seguimiento 2015-16 (Inf. 12/02/2018)	No	5.1	Desconocimien to de algunos estudiantes de las prácticas extracurricula-	Realizar una sesión informativa para los estudiantes en relación al	Seguir potenciando las prácticas extracurricula-res entre los	Nº prácticas extracurricul ares anuales / Nº horas	Alta	coordinadora del máster	2020-12-31	En proceso	Parcialmente conseguido	no

	neos				res, después de haber incrementado la demanda con las acciones realizadas a partir del anterior plan de mejora.	servicio profesional de carreras de la Universidad.	estudiantes. Velar para que las prácticas sean atractivas en relación a nuestro Máster.							
COMUNICACIO.0014	M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	6.2	Necesidad que los alumnos se auto-evaluen utilizando la aplicación Turnitin. Necesidad de los profesores de detectar y corregir una mala utilización de las fuentes empleadas.	Facilitar a todos los profesores y alumnos la aplicación Turnitin en las aulas globales de sus asignaturas.	Mediante un proceso auto-evaluativo, profesores y alumnos tienen que ser capaces de detectar y corregir una mala utilización de las fuentes empleadas.	Porcentaje utilización/ total alumnos	Alta	coordinadora /servicio bibliot	2020-08-01	Abierta	-	no
COMUNICACIO.0015	M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos	Seguimiento 2015-16 (Inf. 12/02/2018)	No	6.2	Necesidad de seguir implantando medidas para conseguir aún más participación en las encuestas AVALDO y EVSOE, aunque haya aumentado la participación desde el último informe.	Instar a los profesores para que concentren los últimos minutos de una clase a informar sobre la necesidad de rellenar la encuesta y ofrecer la posibilidad de realizarla en aquel momento.	Incrementar la participación de los estudiantes en las encuestas AVALDO y EVSOE.	Porcentaje participación AVALDO i EVSOE	Alta	coordinadora del máster	2020-07-31	Abierta	-	no
COMUNICACIO.0016	M.U. en Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	5.1	Poca relación en el MECAC y el Doctorado de Comunicación de la UPF.	Abrir a los estudiantes algunas de las actividades formativas del Doctorado.	Tener informados a los estudiantes de los objetivos investigadores del grupo CINEMA que forman parte del doctorado de Comunicación	Nº actividades formativas abiertas a MECAC de Doct.	Alta	coordinadora del máster	2020-12-31	Abierta	-	no

							de la UPF.							
COMUNICACIO.0019	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	1.2	Baja demanda del itinerario de Análisis y desconocimiento de sus contenidos y orientación laboral. Los datos de satisfacción e inserción son positivos, por lo que se propone un cambio terminológico.	Cambio de nombre del itinerario. Se propone: itinerario en investigación de la publicidad y estudios de mercado.	Aumentar la demanda de estudiantes en este itinerario y aprovechar las oportunidades laborales de este sector (estudios de mercado); así como potenciar las competencias de investigación.		Media	Equipo de Dirección del grado	2020-09-01	Abierta	-	No
COMUNICACIO.0020	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Acreditación grados 2016-17 (Autoiniforme XXXX)	No	1.2	Deficiente incorporación de la investigación en la docencia; baja demanda del máster de investigación del Dpto; voluntad de los estudiantes de colaborar con los profesores en proyectos y líneas.	Incorporación de una asignatura optativa con créditos de investigación asociada al itinerario de Análisis.	Resultados de aprendizaje basados en la investigación; sinergias entre estudiantes y profesores; modelos de aprendizaje one-to-one bottom-up.	Memoria del estudiante, informe de supervisión	Media	Equipo de Dirección del grado	2020-09-01	Abierta	-	No
COMUNICACIO.0022	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	1.4	Cierta desinformación entre el equipo docente, especialmente asociados, y los estudiantes, sobre cuestiones básicas pdas, horarios, planes, asistencia, solapamientos, idiomas, oferta docente...	Sistematizar las reuniones de profesores, concretamente en el marco de las cuatro áreas de estudio (RP, estrategia, creatividad, investigación), y con delegados, y realización y envío de actas.	Seguimiento de los temas circunstancia-les y trimestrales del grado, y espacios de debate sobre cuestiones estratégicas del grado: TFG, practicum, movilidad, oferta docente o planes de estudio.	Nº reuniones de coordinación	Alta	Equipo de Dirección del grado	2019-09-02	Abierta	-	No

COMUNICACIO.0023	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	6.1	Desequilibro en el pool de empresas para hacer prácticas entre diferentes ámbitos; y necesidad de un seguimiento más intenso de la labor de los estudiantes en las empresas.	Contratar a un profesional con amplios contactos en el sector para que haga esta tarea específica, genere una base de datos y mantenga un contacto con las empresas del entorno y con asociados.	Aumentar la oferta de creatividad, evento, diseño, investigación o instituciones; generar acciones de networking con el 22@; mayor implicación de las empresas en el practicum.		Alta	Directora de los estudios	2021-09-01	Propuesta	-	No
COMUNICACIO.0027	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	6.1	El TFG es la última actividad formativa del grado y necesita: Generar situaciones profesionales reales. Reconocimiento público. Experiencia real del grado con participación del entorno.	Defensa pública de la investigación ante un tribunal de profesores permanentes y asociados.	Una mayor satisfacción de los estudiantes y profesores con el Trabajo de Final de Grado, y una difusión de estos trabajos entre el equipo docente de la facultad, los profesores asociados y empresas.		Media	Coordinador docente	2020-09-01	Propuesta	-	No
COMUNICACIO.0028	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	6.2	Bajo interés por la investigación en general (académica y de mercado) y baja demanda del itinerario de Investigación y del máster en investigación en comunicación social.	En la medida de los posible, que el TFG sea de la línea de investigación del profesor y los grupos, y que sea enviado como artículo.	Alinear intereses personales y profesionales de estudiantes e intereses académicos y científicos de los profesores.		Media	Equipo de Dirección	2019-09-01	Propuesta	-	No

COMUNICACIO.0030	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Seguimiento 15-16 (Inf. 16/03/2018)	No	E1	Los alumnos de primer curso suelen dudar sobre el funcionamiento del grado y del campus en general.	Integrar en el Curso de Introducción a la Universidad (CIU) un espacio en que el delegado de segundo presenta la iniciativa de conectar alumnos de primero con alumnos de segundo como tutores.	Recomendacio-nes de su mentor de segundo curso sobre asignaturas, profesores, itinerarios, movilidad, prácticas...		Media	Coordinador docente	2018-03-11	Cerrada	Conseguido	No
COMUNICACIO.0031	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Seguimiento 15-16 (Inf. 16/03/2018)	No	1.2	Hay que complementar la oferta formativa con información de las muchas actividades externas al máster que son de interés para nuestros estudiantes. Los estudiantes internacionales (la mayoría) han solicitado más información para participar en conferencias y actividades externas a la UPF.	Se necesita un asistente a la coordinación que regularmente detecte e informe de las actividades que se realizan en Barcelona, pero también fuera de Barcelona si es de bastante interés. El foro para informar será no solo un canal de comunicación interno con los estudiantes sinó también las redes sociales del Máster.	Ampliación de las actividades fuera del aula.		Alta	Coordinadora del máster	2018-06-30	Cerrada	Conseguido	No
COMUNICACIO.0032	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Seguimiento 15-16 (Inf. 16/03/2018)	No	1.4	Los profesores del máster no tienen información completa i actualizada del programa. Los estudiantes han detectado algunas carencias informativas y	Creación de una comisión de profesorado del máster que asesore a la coordinación y consensúe con ella las cuestiones básicas transversales.	Todos los profesores con un número de horas de docencia significativos en el máster deben estar informados permanente-mente y poder participar de		Alta	Coordinadora del máster	2018-07-16	Cerrada	Conseguido	No

					de conocimiento del máster entre los profesores.		las decisiones clave.							
COMUNICACIO.0033	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	1.3	Un número indeterminado de estudiantes no hace efectiva la reserva de plaza una vez aceptado o, incluso, hay casos que son baja habiendo pagado la reserva de plaza. No hay una causa identificable.	Aunque nos cuesta alcanzar los 30 estudiantes, por las bajas de última hora, estamos casi en esta cifra ya y se aceptarán algunos estudiantes más cada año para poder garantizar los 30 estudiantes.	Aumentar la difusión del máster y el número de matrículas.		Alta	Coordinadora del máster	2018-09-10	Abierta	-	No
COMUNICACIO.0034	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	3.2	Hay una bajísima participación en la encuesta de valoración del máster por parte de los estudiantes.	Creación de una encuesta propia del máster fácilmente accesible online o conseguir aumentar respuestas de la encuesta oficial.	Incrementar el feedback recibido de los estudiantes.		Alta	Coordinadora del máster	2020-06-15	Abierta	-	No
COMUNICACIO.0035	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Seguimiento 15-16 (Inf. 16/03/2018)	No	1.2	Baja optatividad	Hay que ampliar la oferta de optatividad cuando se consolide el programa. Se ha hecho ampliando también asignaturas optativas a programas de otros másteres.	Ampliación de la oferta de optatividad programada cada año.		Alta	Coordinadora del máster	2019-06-24	En proceso	Parcialmente conseguido	Si
COMUNICACIO.0036	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	5.1	El programa requiere mantener un contacto permanente con la realidad	Creación de una comisión de expertos externos. Contratación de un asistente de	Contacto con el mundo laboral a través de los sponsors. Vinculación de los trabajos		Alta	Coordinadora del máster	2018-07-16	Abierta	Conseguido	No

	Diversidad				exterior.	docencia. Realización de una encuesta a los sponsors del master.	finales de máster a ONGS. Promoción de TFMS que puedan competir en concursos.							
COMUNICACIO.0037	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	6.1	Hay que refinar las herramientas de valoración de la obtención de resultados.	Se han hecho 4 rúbricas: TFMs, Referencias bibliográficas, Autoplagio y Presencialidad. Otras rúbricas más en proceso (guía de estilo del máster, cómo hacer un TFM).	Extensión y mejora de las rúbricas de evaluación de resultados.		Alta	Coordinadora del máster	2019-06-17	Abierta	-	No
COMUNICACIO.0038	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	6.2	Limitación lingüística de las actividades formativas.	Esta es una propuesta de mejora permanente. Para el curso 2018-2019 está previsto implementar una Lista de convocatorias en todos los idiomas más comunes de interés para los estudiantes.	Incremento de la oferta de actividades formativas en otras lenguas (sin perjudicar que siempre haya una oferta de actividades importante en inglés).		Alta	Coordinadora del máster	2019-06-17	Abierta	-	No
COMUNICACIO.0039	M.U. en Estudios Internacionales en Medios, Poder y Diversidad	Acreditación grados 2016-17 (Autoinforme XXXX)	No	1.2	Es necesario complementar la oferta formativa con sesiones complementarias que refuercen los puntos débiles de los estudiantes y armonicen sus conocimientos.	Creación de dos seminarios breves: - Seminario de aspectos de estilo y formato de los trabajos académicos - Seminario sobre análisis crítico del discurso.	Creación de actividades complementarias que pueden ser obligatorias u optativas.		Alta	Coordinadora del máster	2019-06-17	Abierta	-	No
COMUNICACIO.0040	Grado en Publicidad y		No	4.1	No se llega al 50% de horas	Acciones para integrar en lo	Incrementar el número de		Media	Equipo de	2020-09-01	Abierta	No	No

	Relaciones Públicas				de docencia impartida por doctores.	posible a doctorandos y asociados no doctores en proyectos, grupos de investigación o cátedras para promover su interés por realizar y/o finalizar el doctorado.	doctores en el cuerpo docente del grado.			dirección			conseguido	
UPF.0002	UPF	Revisión SGIQ curs 2017-2018	No	E3	Faltan datos sobre la inserción laboral de los titulados/ graduados. Únicamente existe la encuesta que realiza el AQU (cada 3 años).	Enviar una encuesta a los titulados/ graduados para analizar la inserción laboral.	Reforzar las competencias dirigidas a la empleabilidad.		Media	UPEQ	2019-07-31	En proceso	-	No
UPF.0003	UPF	Revisión SGIQ 2018 (22/02/2018)	No	E3	Los cambios institucionales han hecho que: 1) Una parte de los procesos necesiten modificarse para adaptarse a la realidad cambiante 2) Sea necesario crear procesos nuevos para dar respuesta a la realidad actual.	Diagnosticar cuales son los procesos afectados. / Analizar si se pueden reformar estos procesos a nivel de Universidad o es necesario reelaborarlos a nivel de UCA. / Crear nuevos procesos.	Adaptar el Manual del SIGQ y los procesos que lo requieran a la nueva organización de las UCA.		Alta	UPEQ / OTQ / UOP / secretaría centro	2019-07-31	En proceso	-	No
UPF.0004	UPF	Revisión SGIQ curso 2017-2018	No	E3	Se detecta la necesidad de unificar las diferentes herramientas existentes para la gestión de la calidad y de crear nuevas.	Trabajo conjunto de la Oficina Técnica de Calidad, el Servicio de Informática y los Centros, para el diseño y elaboración de una herramienta	Mejora la gestión de los procesos de calidad del Centro.		Alta	OTQ / Informática	2019-07-31	En proceso	-	No

						integral de gestión de la calidad								
UPF.0005	UPF	Seguimiento programas doctorado enero 2017	No	E3	Se detectan algunas incoherencias entre los indicadores del programa facilitados por la Unidad de Proyectos, Estudios y Calidad (UPEQ) y los datos a los cuales tiene acceso la secretaría del centro.	Trabajo conjunto de la Oficina Técnica de Calidad, la UPEQ y el centro para definir las necesidades actuales en materia de datos.	Asegurar la coherencia y fiabilidad de los datos disponibles.		Alta	UPEQ / OTQ / Centro	2019-07-31	Cerrada	Conseguido	No
UPF.0008	UPF	Seguimiento programas doctorado enero 2017	No	E3	Se detectan algunas incoherencias entre los indicadores del programa facilitados por la Unidad de Proyectos, Estudios y Calidad (UPEQ) y los datos a los cuales tiene acceso la secretaría del centro.	Creación de un repositorio web único, en abierto, que sirva al centro como fuente principal de datos para el seguimiento de la calidad de los programas.	Asegurar la coherencia y fiabilidad de los datos disponibles.		Alta	UPEQ / OTQ / Centro	2019-07-31	cerrada	Conseguido	No