

## Informe de seguiment de titulació

**Titulació:** Grau en Publicitat i Relacions Públiques

**Curs d'inici de la implementació:** 2008-2009

**Centre:** Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna

**Responsable/es:** Prof. Antoni Solanilla, director del Grau de publicitat i relacions públiques i Dr. Joan Barata, Responsable de l'execució de l'IST

### 1. Informació pública sobre el desenvolupament operatiu del programa formatiu.

Link del web de centre: <http://www.blanquerna.url.edu/web/default.aspx?idf=4>

Link de la secció d'informació del Grau de Publicitat i Relacions Públiques (accés als estudis, matrícula, pla d'estudis professorat): <http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.estudis-grau.publicitat-relacions-publicues&idf=4&id=905>

Link de la secció de calendaris, guia i normativa:

<http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.secretaria-academica&idf=4&id=812>

Link de la secció de relacions internacionals:

<http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.relacions-internacionals&idf=4&id=782>

Link de la secció de pràctiques externes (institucions on fer pràctiques), els objectius es troben descrit en el pla d'estudis: <http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.estudis-grau.publicitat-relacions-publicues.practiques&idf=4&id=1753>

La normativa del Treball Final de Grau ( I i II ) es pot trobar a la secció del Pla d'estudis del web de la Facultat: <http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.estudis-grau.publicitat-relacions-publicues.pla-estudis&idf=4&id=1756>

Pel que fa a la informació pública disponible del desenvolupament operatiu de l'ensenyament, així com dels indicadors corresponents, informem que es troben disponible a través de l'aplicatiu transversal de la universitat, on es troba aquesta informació agregada de tots els títols de la Universitat, i d'accés a partir del web de la URL.

- ✓ [WEB de seguiment de les titulacions URL](#)

### 2. Indicadors (taula amb dades):

## 2. Indicadors (taula amb dades):

Dimensió	Indicadors	Curs		
		2008-2009	2009-2010	2010-2011
Accés i matrícula	Nombre de places ofertes de nou ingrés	130	130	130
	Ràtio demanda de places/ofertades	3,03	2,85	2,66,
	% Estudiants matriculats de nou ingrés segons via d'accés	82,12 % PAU 17,88 % 1er. Cicle d'estudis no tancat	89,6 % PAU 2,08 % COU, Batx. sense PAU, Logse 0,69 % alumnes FP / CF / CFGS 7,63 % 1er. Cicle d'estudis no tancat	PAU: 87%, F.P./C.F./CFGs: 2%, sense inf.9%, altres: 2%
	% Estudiants de nou ingrés matriculats per intervals de crèdits ordinaris matriculats	0 % matriculats de <15 cr 0 % matriculats de 16 <cr<30 0 % matriculats de 31 <cr<45 100 % matriculats de 46 <cr<60 0 % matriculats de > 60 cr	0 % matriculats de <15 cr 0,77 % matriculats de 16 <cr<30 0 % matriculats de 31 <cr<45 99,23 % matriculats de 46 <cr<60 0 % matriculats de > 60 cr	entre 0 i 30: 7%, entre 31 i 50: 2%, entre 51 i 60: 86% , + de 60: 4%

Dimensió	Indicadors	Curs		
		2008-2009	2009-2010	2010-2011
Característiques dels alumnes	% Estudiants de nou ingrés segons el nivell màxim d'estudis dels pares	MARES 4,64 % Sense resposta 0,66 % Sense estudis 6,62 % Primaris complerts 15,23 % Batxillerat elemental o similar 21,85 % Batxillerat superior o similar 21,85 % Diplomats universitaris o similars 29,14 % Dr, llicenciat, enginyer, arquitecte...	MARES 2,76 % Sense resposta 1,38 % Sense estudis 7,59 % Primaris complerts 15,86 % Batxillerat elemental o similar 19,31 % Batxillerat superior o similar 28,97 % Diplomats universitaris o similars 24,14 % Dr, llicenciat, enginyer, arquitecte...	sense estudis: 0,61%, estudis primaris: 3,68%, estudis secundaris: 25,15%, estudis superiors: 51,53%, no consta: 19,02%
	% Estudiants segons CCAA de procedència	1,99 % Indefinit 3,31 % Balears 94,04 % Catalunya 0,66 % Andalusia	1,38 % Indefinit 1,38 % Balears 94,49 % Catalunya 0,69 % Aragó 0,69 % Castella Lleó	Catalunya: 91,57%; País Basc: 1,20%, Balears: 0,96%, Galícia: 0,24%, Madrid: 0,24, la Rioja: 0,24,

			0,69 % Cantàbria 0,69 % Euskadi	Aragó: 0,24%, Cantàbria: 0,24%, Altres: 0,06%
	% Estudiants segons comarca de procedència	6,62 % Indefinit 0,66 % Al Empordà 0,66 % Anoia 0,66 % Bages 0,66 % Baix Camp 0,66 % Baix Empordà 7,28 % Baix Llobregat 53,64 % Barcelonès 5,30 % Maresme 0,66 % Noguera 0,66 % Osona 1,32 % Ripollès 1,99 % Selva 0,66 % Tarragonès 11,92 % Vallès Occidental 6,62 % Vallès Oriental	9,66 % Indefinit 1,38 % Bages 10,34 % Baix Llobregat 0,69 % Baix Penedès 48,28 % Barcelonès 2,07 % Garraf 1,38 % Gironès 7,59 % Maresme 1,38 % Osona 0,69 % Ripollès 0,69 % Selva 0,69 % Vall d'Aran 6,90 % Vallès Occidental 6,90 % Vallès Oriental	Barcelona: 84,82%, Girona: 3,13%, Tarragona: 1,93%, Lleida: 1,69%, Àlaba: 0,48%, Illes Balears: 0,96%, Guipúscoa: 0,48%, Huesca: 0,24%, la Rioja: 0,24%, Madrid: 0,24%, Ourense: 0,24%, Cantàbria: 0,24%, Biscaia: 0,24%. Estrangers: 4,58% no consta: 0,48%

Dimensió	Indicadors	Curs		
		2008-2009	2009-2010	2010-2011
Resultats acadèmics	Taxa de rendiment en primer curs	72,61	75,74	79
	Taxa de rendiment			84
	Taxa d'abandonament a primer curs (per anul·lació de matrícula)	8,61	10,42	16

Dimensió	Indicadors	Curs		
		2008-2009	2009-2010	2010-2011
Professorat	% Hores de docència impartida per professors doctors	40,92%	35,18%	34,68%
	% de docència impartida per professors:			
	Catedràtic	0,96%	0,57%	0,36%
	Titulars i agregats	8,49%	7,68%	10,19%
	Altres (ajudants, col·laboradors, associats)	90,55%	91,75%	89,45%

Les tres titulacions del centre comparteixen el mateix pla d'estudis i el professorat els dos primers cursos, per tant els percentatges de professorat són idèntics a les tres titulacions.

		Any d'implantació de la titulació		
Dimensió	Indicadors	2008-2009	2009-2010	2010-2011
<b>Mètodes docents</b>	% hores per tipologia d'assignatures	62,5 % Classes magistrals 32,5% Laboratoris 5% Tutories	62,5 % Classes magistrals 32,5% Laboratoris 5% Tutories	62,5 % Classes magistrals 32,5% Laboratoris 5% Tutories

Les assignatures de primer i segons curs es reparteixen segons el mateix criteri tipològic i en les tres titulacions de grau del centre. El 20% de les hores de laboratori es realitzen segons la dinàmica del Seminari (grup de 12-14 estudiants amb un professor-tutor).

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2008-2009	2009-2010	2010-2011
<b>Satisfacció</b>	Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu	3,34  (aquest índex és sobre 5)	3,26  (aquest índex és sobre 5)	3,33  (aquest índex és sobre 5)
	Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda (No tenim retitulats)			
	Satisfacció del professorat amb el programa formatiu (Encara no s'ha habilitat un sistema d'enquestes de professorat)			

La pregunta 21 de l'enquesta als estudiants és la que valora de forma global la satisfacció amb la labor del docent, segons l'escala indicada (l'indicador és la mitjana de la nota de les dos enquestes semestrals del centre:

21- En general, estic satisfet amb la labor docent d'aquest professor: 0: completament en desacord, 1: molt en desacord, 2: en desacord, 3: d'acord, 4: molt d'acord, 5: completament d'acord.

### 3. Anàlisi valorativa del funcionament de l'ensenyament

#### 3. 1. Anàlisi de les dades i d'indicadors disponibles

Al desenvolupar el Grau de Publicitat i Relacions Públiques, es van definir dos grans objectius, un orientat a garantir els coneixements i les habilitats necessàries per desenvolupar-se en l'àmbit de la expressió comunicativa i de forma especial en les singularitats de la comunicació publicitària. En segon lloc, es pretén oferir un marc conceptual que el graduat pugui encabir en un context interdisciplinari en les activitats professionals més rellevants i que, en el futur, li obri portes a nous camps professional.

Un objectiu concloent del Grau de Publicitat i relacions Públiques és assentar les bases per desenvolupar la capacitat investigadora mitjançant estudis de postgrau, per tal que l'alumne pugui terminar el seu procés formatiu amb la lectura de la tesi doctoral.

Els indicadors i la seva evolució temporal marquen una continuïtat dels alumnes matriculats amb la lògica reducció del nombre de demandes respecte a les places ofertades. La procedència dels alumnes s'ha dispersat incrementant-se el percentatge d'alumnes procedents de diversos sistemes docents.

Els nous alumnes tenen trets que al llarg del temps evolucionen positivament i demostren l'obertura de la nostra Facultat en quant a:

- Progressivament augmenta el número d'estudiants provinents d'altres Comunitats Autònomes..
- Nivell formatiu dels pares: més del 50%, tant pares com mares, són universitaris .
- Augment significatiu del percentatge en el rendiment dels alumnes de primer curs, arribant a un 84% en el conjunt dels alumnes del grau.
- La taxa d'abandonament en el primer curs s'incrementa però las causes no són merament acadèmiques, també són provocades pel context econòmic actual.

En aquest punt, és satisfactori veure la valoració positiva que fan els alumnes del programa formatiu de la nostra Facultat amb una puntuació mitjana de 3,3 que suposa un lleuger increment respecte el curs anterior. També hem millorat la qualificació del nostre equip de professors en les categories de professors titulars, professor col·laboradors i professors associats. Aquesta avaluació positiva és una motivació per afrontar ajustos o millores en el camp docent i els continguts acadèmic. Entenem que encara podem ajustar més els temps d'activitats presencials i activitats individuals o en grup fora de la Facultat.

### **3. 2. Assoliment de les especificacions de la memòria verificada**

Segons les recomanacions de l'informe d'avaluació de l'IST 2009-2010 del nostre centre, tot seguit recollim una valoració sobre el grau d'assoliment dels objectius, les competències i el perfil d'entrada de la titulació.

Valoració sobre l'assoliment dels objectius

Els tres primers anys d'aplicació del nou grau de Publicitat i Relacions Públiques adaptat al procés de Bolonya han estat marcats, bàsicament, per tres eixos principals:

- a) L'establiment de les noves estructures organitzatives associades a Bolonya.
- b) La implantació i el desenvolupament dels nous projectes docents per tal d'assolir, en primer lloc, les competències generals del grau, i, en segon lloc i de manera progressiva, per fer possible la introducció de les competències específiques del grau.
- c) El desenvolupament de les noves assignatures i la corresponent adaptació dels seminaris V i VI, així com la separació de les pràctiques obligatòries del seminari VI, per tal de mantenir el fil conductor de l'itinerari professional que demanda el sector en les diferents tipologies d'empreses i activitats professional per desenvolupar la publicitat i les relacions públiques en el context socioeconòmic actual.

Els dos primers anys del grau de Publicitat i Relacions Públiques van estar marcats pel fet que gairebé totes les assignatures impartides eren comunes a la resta dels graus de Comunicació (Periodisme, Cinema i Televisió), segons es plantejava a la memòria de grau. Això ha significat que en els dos primers cursos s'ha impartit bona part de les assignatures bàsiques del grau i les respectives introduccions a les especificats dels graus. Per aquest motiu, la primera anàlisi valorativa va esdevenir substancialment similar entre els diferents graus de Comunicació de la nostra Facultat.

Com ja es va esmentar a l'Informe de seguiment de titulació del curs 2009-2010, els fets més significatius eren:

- a) Pel que fa al primer punt, en aquests dos primers anys s'ha desenvolupat tota una nova estructura acadèmica, presidida i articulada al voltant dels mòduls. Aquest fet ha suposat una completa reestructuració de la manera d'agrupar les diferents assignatures i també l'aparició de nous responsables acadèmics d'aquestes assignatures, els coordinadors de mòdul. Els mòduls s'han consolidat com la nova estructura acadèmica de la Facultat, els responsables

acadèmics han assumir plenament la seva responsabilitat i els professors de les assignatures s'han adaptat fàcilment a la nova manera de fer, tot descobrint les possibilitats d'innovació que se'ls oferia. Els coordinadors dels mòduls han estat els agents més implicats, actius i efectius a l'hora de portar a terme les novetats acadèmiques i organitzatives, amb una capacitat de lideratge notable. D'aquesta manera, una de les virtuts de la nova estructura ha estat el descobriment de les potencialitats dels mòduls com a estructura acadèmica, i de la importància vital dels seus coordinadors pel que fa a la feina concreta i pràctica del dia a dia de la Facultat.

Per altra banda, i gràcies a aquest lideratge dels coordinadors de mòduls, es va introduir una reforma en profunditat de l'estructura acadèmica de les assignatures (agrupades en mòduls); una reforma dirigida fonamentalment a treballar amb grups reduïts d'estudiants, i per tant, a utilitzar metodologies d'aprenentatge més personalitzades i tutoritzades. Això ha comportat un intens debat dins les assignatures, els mòduls i dins el mateix grau sobre com afrontar aquests espais educatius nous. Si el primer any d'aplicació va estar presidit per les proves i els dubtes, el segon ha significat una plena consolidació de les noves propostes, un cop comprovats els problemes però també les oportunitats que oferia el nou model. Així, s'han constituït equips d'assignatura integrats per professors nous (que s'hi afegien en ocasions a equips de llarga trajectòria); s'han coordinat els nous programes d'assignatura després d'importantes revisions de continguts, de metodologies i de sistemes d'avaluació; i s'han estudiat les qüestions transversals que recorrien diferents assignatures. Tot això ha possibilitat una renovació molt rigorosa de totes les assignatures, la creació de dinàmiques noves dins dels equips de professors (de fet, ha sorgit el concepte, fins ara més nominal que real, de “grup de professors d'assignatura”) i l'*afinament* dels instruments pedagògics en uns casos, i la creació de nous en d'altres.

En aquest apartat, un cop s'està implementant una nova estructura acadèmica, hem evidenciat una mancança en el nombre de Doctors i Doctores acreditats dins dels nostres estudis. Si bé és cert, que aquest percentatge continua estant per sota d'allò que hauríem de tenir, s'ha de remarcar que aquest percentatge ha pujat espectacularment en els últims anys. El nombre de doctores i doctors acreditats en l'àrea de Publicitat i Relacions Públiques ha crescut molt a partir d'un bon nombre de professors que han presentat la tesi doctoral durant els últims anys. S'ha de tenir en compte que els estudis de Publicitat i Relacions Públiques a la nostra Facultat havien estat clarament professionalitzadors i el capital humà que havia impartit classes provenia del món professional. També s'ha de destacar la joventut de la nostra Facultat. Aquest fet és important si tenim en compte que els primers cursos de doctorat es

realitzen ara fa uns deu anys, i és ara que estan donant els seus fruits. Per tant, la línia durant els propers anys està clarament dirigida a la consecució d'una majoria de doctores i doctors acreditats que imparteixin el grau de Publicitat i Relacions Públiques.

#### Valoració sobre la implementació i consolidació de les competències del Grau

b) Respecte el desenvolupament acadèmic fet per tal d'assolir les competències definides pel grau, durant aquests dos primers anys, en finalitzar cada curs, s'han realitzat estudis i anàlisis generals quantitativs, i també s'han analitzat els resultats assignatura a assignatura. En termes generals, s'ha constatat una evident millora del rendiment acadèmic del primer al segon any d'aplicació de les reformes de Bolonya (segons es pot comprovar en els indicadors). La millora també s'ha traduït en una significativa rebaixa en la taxa d'abandonament. A banda d'aquests indicadors, s'ha fet un estudi intern per tal de comparar la millora respecte al pla d'estudis pre-Bolonya; aquest estudi també ha confirmat el "salt qualitatiu" que ha suposat la introducció de les noves estructures i les noves metodologies.

En l'anàlisi dels factors que expliquen aquesta constatació empírica de les millores hi apareix un factor que sembla fonamental: la importància del volum dels grups d'assignatura. Si el primer any d'aplicació tots els grups d'assignatura disposaven d'un número òptim d'estudiants, en el segon any d'aplicació (a primer curs) s'han hagut incorporar els estudiants repetidors, el que ha suposat, en ocasions, tenir grups massa grans, fet que, òbviament, pot influir en els resultats dels grups afectats: malgrat la millora notable que ha suposat passar del 72,61 al 75,74 en la taxa de rendiment, el nostre objectiu és millorar aquestes xifres fins arribar al 80, com la resta dels graus de Comunicació de la nostra Facultat. Per això hem posat en marxa els mecanismes de revisió per tal de trobar solucions a aquest problema. Aquestes solucions han vingut, bàsicament, de la mà d'un ampli procés de reforma dels espais físics de les aules, un procés que ja va començar el curs 2008-09 i que en bona mesura s'ha culminat en el començament d'aquest curs 2010-11.

Pel que fa a les competències concretes desenvolupades aquests dos anys, el nou pla d'estudis, en el seu desplegament inicial, s'ha centrat, fonamentalment, en l'assoliment de les competències generals del grau, en bona mesura comunes a la resta dels graus de Comunicació que s'hi imparteixen a la Facultat. Així, i seguint la memòria del grau de Publicitat i Relacions Públiques, s'ha posat l'accent en competències com ara: la capacitat expressiva (bàsicament, mitjançant les dues primeres assignatures de Seminari i l'assignatura de Llengua, totes a primer curs i amb múltiples vincles entre elles, tant a nivell de continguts com fins i tot de professors); la capacitat d'expressar-se en anglès (mitjançant quatre assignatures obligatòries



d'anglès, centrades en les pràctiques comunicatives, coordinades per un equip de professors que treballa l'avaluació de manera cooperativa); la capacitat de treballar en equip (mitjançant, sobretot, les assignatures de seminari i també els grups reduïts de les diferents assignatures); i, de manera molt intensa, el coneixement interdisciplinar que permeti avançar cap al coneixement del món actual (amb assignatures fonamentals com ara les vinculades amb els camps de la Filosofia, la Sociologia, la Història, l'Estètica, l'Economia i el Dret). En concret, 10 de les 23 assignatures impartides durant aquests dos primers anys han estat directament relacionades amb aquests coneixements contextualitzadors.

També s'han començat a introduir les competències específiques del grau de Publicitat i Relacions Públiques, fonamentalment les més essencials, associades a la capacitat de seguir l'actualitat empresarial (pel que fa a les pràctiques de comunicació) i d'aplicar els mètodes professionals que caracteritzen l'exercici professional de la Publicitat i les Relacions Públiques (mitjançant, sobretot, assignatures com ara Introducció a la Publicitat i Relacions Públiques i les dues assignatures de seminari de segon curs).

En aquest tercer curs de la implantació del “Pla Bolonya”, el Grau de Publicitat i Relacions Públiques ha iniciat l'assumpció de la seva vida pròpia mitjançant assignatures i seminaris específics del grau, tant ajustant assignatures com desenvolupant-ne de noves amb competències i continguts no plantejats fins ara.

En aquest tercer curs de la implantació Bolonya, podem diferenciar les situacions següents:

- a) Associació / vinculació de les assignatures troncal amb l'assignatura específica del grau que s'imparteix a segon curs –Introducció a la Publicitat i les Relacions Públiques i el Seminari 4 - .
- b) Revisió en aprofundiment de l'assignatura de Creativitat I i II i les seves Unitat Formatives.
- c) La separació acadèmica de les Pràctiques Obligatòries del Seminari VI amb un creditatge diferenciat del seminari de 12 ECTS.
- d) Readaptació d'assignatures optatives com Investigació Motivacional i Tècniques d' Investigació i Opinió Pública, per facilitar la implantació del proper curs.
- e) Implantació de l'assignatura Empresa i Mercat, com a introducció al món de l'empresa i a l'activitat del màrqueting; necessària per a una major aproximació a las demandes de professionals de la comunicació per incorporar-se a les estructures dels anunciants.

Sempre s'ha tingut en compte les competències marcades al Pla Bolonya, els itineraris acadèmics que els estudiants escolliran i la visió bàsica de coneixements que s'han d'assolir amb els estudis de Publicitat i Relacions Públiques.

Després d'aquesta primera experiència d'implantació dels tres cursos del Pla Bolonya i la seva connexió entre primer, segon i tercer curs, poden afirmar que és una tasca laboriosa i que l'adaptació, revisió i innovació dels continguts i del model docent requereix un fort sacrifici per part del professorat. Es valora aquest procés d'implantació del Pla Bolonya com a molt positiu, motivador, revulsiu i necessari per al grau com a eina per apropar-se encara més a la situació actual del sector.

També és cert que enguany s'han detectat possibilitats de millora en diferents cursos, assignatures i seminaris que exposem a continuació:

- a) Introducció a la Publicitat i les Relacions Públiques, en què s'hauran de consolidar els continguts dels diferents grups, incloent les unitats formatives.
- b) El seminari IV, s'ha de sustentar definitivament sobre el procés de treball d'una campanya publicitària des de l'òptica de l'agència i la posició dels anunciants.
- c) Revisar les assignatures troncales –Creativitat I i II, Mitjans publicitaris I i II, Teoria i Tècniques de Relacions Públiques I i II, per incorporar transversalment el món digital. Al mateix temps, en aquestes assignatures hauran de rectificar-se i/o ajustar-se les unitats formatives corresponents.
- d) Incorporar continguts teòrics mitjançant sessions plenàries del Seminari V i VI per complementar el coneixements adquirits a la Introducció a la Publicitat i les Relacions Públiques i al seminari d'especialitat de segons curss.
- e) En l'assignatura Empresa i Mercat, al curs 2011-2012 es realitzaran els primers ajustos de continguts i es realitzarà una unitat formativa del torn de matí en anglès, i el curs següent aplicar-ho en el torn de tarda.
- f) Investigació Motivacional i Tècniques d'Investigació i Opinió Pública, assignatures optatives de tercer curs, reorientar-les i vincular-les al desplegament del quart curs, amb la seva assignatura central, que és el "Projecte Final de Grau".

Des del Grau de Publicitat i Relacions Públiques es considera necessari que s'haurà d'informar als alumnes de segon curs de les matèries de tercer curs segons els seus objectius i competències professionals.

Al mateix temps, el Grau té el repte del desplegament del quart curs seguint els eixos traçats des de l'inici, mantenint el rigor acadèmic i l'itinerari professional que en el futur demanda el sector de la comunicació en el territori pròxim. El quart curs ens planteja grans reptes com són la implementació del Treball Final de Grau I i II, així com la vinculació de les assignatures encara no impartides sota el model Pla Bolonya i el seminaris VII i VIII d'especialitat.

Possiblement aquestes tasques d'implementació del quart curs ens descobreixin noves oportunitats d'adaptació i millora dels continguts d'algunes assignatures per a respondre amb més adequació a les competències que han d'assolir els alumnes del Grau de Publicitat i Relacions Públiques.

Certament, arribar al desplegament del quart curs ens permet assolir una perspectiva diferent i més sòlida respecte la iniciada amb la implantació del Pla Bolonya en el primer curs. El Grau de Publicitat i Relacions Públiques desplegaren tot el conjunt d'assignatures del Mòdul IV (Màrqueting Estratègic i Màrqueting Relacional), Mòdul V (Redacció Publicitària, Organització de Empreses Publicitàries, Direcció de Comptes) i Mòdul VI (Investigació i Metodologia, Seminaris VII i VIII i Projecte Final de Grau I i II)

El Projecte Final de Grau es troba dividit en: Treball Final de Grau I i Treball Final de Grau II.

### **3. 3. Pla de millora**

Seguint les recomanacions de l'Avaluació d'AQU Catalunya dels IST 2009-10, respecte al disseny d'un pla de millora del Grau, hem iniciat el procés de revisió de la implantació dels nous graus a la Facultat de Comunicació Blanquerna-URL. En reunions de directors de Grau, responsables de l'SGIQ i l'Equip Directiu hem elaborat el marc general d'un pla de millora, destinat a fer una avaluació integral del grau un cop hagi acabat el quart curs.

#### **- 1. Objectius**

- 1.1. Comprovar l'efectivitat del nou esquema docent a partir dels resultats d'aprenentatge dels estudiants.
- 1.2. Detectar mancances formatives bàsiques, a partir dels compromisos adquirits en les memòries de grau, per tal de proposar reformes que les esmenin.
- 1.3. Revisar tot el procés d'implantació del "pla Bolonya" per avaluar i calibrar problemes estructurals, organitzatius, logístics, etc.
- 1.4. Ajustar tot aquest procés de revisió a les exigències marcades oficialment per al seguiment dels títols de grau.

#### **- 2. Metodologia**

- Per als punts 1.1 i 1.2: D'una banda, idear indicadors (o utilitzar alguns ja existents) per poder establir un diagnòstic el més fiable possible dels resultats acadèmics una vegada finalitzat el quart curs (primera "promoció Bolonya"). No es tractaria de caure en la febre científica de les diverses taxes definides per les institucions (de graduació, abandonament i eficiència), sinó d'afinar instruments quantitius i qualitius amb l'objectiu de poder tenir una idea bastant aproximada dels "punts forts" i els "punts febles" del nostre projecte docent tal com s'ha desenvolupat en aquests últims quatre anys.
- Per això, és fonamental revisar des de zero tot el procés amb el qual es desplega el pla d'estudis. Per això, es proposa el següent:
  - 1. Començar per una revisió del que en les nostres memòries de grau s'anomena "objectius" (punt 3 de les memòries), els quals es concreten en una definició de competències (bàsicament de dos tipus: les generals i les específiques). L'anàlisi dels resultats d'aprenentatge hauria d'iniciar aquí, amb la comprovació de si creiem que els nostres estudiants han aconseguit les competències descrites en les memòries, si no és així, cal concretar quins no s'han aconseguit i per què.
  - 2. Comprobat el grau de compliment dels objectius, es pot plantejar la revisió d'aquestes competències definides en aquests objectius: quins es mantenen i quines es canvien.
  - 3. Un cop definits els objectius-competències, cal comprovar com es van concretant aquests en matèries, mòduls i assignatures. La idea fonamental és detectar on s'ha pogut avaluar finalment les competències, ja sigui en una assignatura o en diverses. Per això convindria fer un esquema de distribució de competències per mòduls i assignatures, per tal de disposar d'un mapa senzill i visual amb el qual poder navegar fàcilment en tota l'arquitectura competencial: potser és la millor forma de tenir una visió panoràmica dels estudis.
  - 4. Finalment, establir com podem considerar que aquestes competències s'han aconseguit (és a dir, estan aprovades acadèmicament), per a això hem d'arribar a l'últim nivell, el programa de les assignatures.

En conseqüència, el mètode proposat deixa les modificacions dels programes de les

assignatures com a última acció d'emprendre, com una conseqüència lògica de la revisió de l'estructura dels graus, la qual, en el fons, és la que cal revisar en profunditat.

La segona qüestió és plantejar tota la revisió com un "procés invers": si el desplegament, inevitablement, s'ha fet de baix a dalt (a partir del primer curs), ara es planteja la necessitat de revisar el pla d'estudis "a l'inrevés", des de la perspectiva de quart curs, ja que és en aquest curs on es pot percebre els resultats finals de l'aprenentatge, per tant, a partir del que volem obtenir al final, quan l'estudiant es graduï en quart curs, hem de comprovar on i quan hem de distribuir els elements necessaris per aconseguir-ho.

Per al punt 1.3: Es proposa revisar tots els processos que intervenen en la docència, tant els purament administratius com els d'organització acadèmica, impartició de les classes, necessitats tecnològiques, etcètera. Per això, convindria que la revisió es realitzaria en paral·lel a l'aplicació de les directrius establertes en el nostre AUDIT (sistemes de garantia de qualitat), on tots aquests processos, en principi, estan definits. En conseqüència, aquesta revisió aniria dirigida a millorar la qualitat dels processos interns; qualsevol modificació d'aquests processos, si realment fos necessària, implicaria la reforma de l'AUDIT. Cal recordar que en les memòries de grau, l'apartat dedicat a la garantia de qualitat està convalidat pel AUDIT.

- Per al punt 1.4: Hauria d'estar, igualment, estretament vinculat a la Unitat de Qualitat, tant pel que fa al compliment i aplicació del AUDIT, com al procés d'avaluació i seguiment dels graus, actualment en curs.

- *3. Esbós de calendari*

- Segon semestre del curs 2011-12. Disseny, definició i preparació del pla de revisió dels tres graus.

- Primer semestre del curs 2012-13. Recollida de dades; preparació i elaboració dels informes per graus.

- Segon semestre del curs 2012-13. Revisió de continguts de les memòries de grau: proposta de modificació dels graus (per a la seva avaluació per l'AQU) i revisió dels programes de les assignatures de primer curs.

- Com a resultat d'aquest pla de millora sorgiran les propostes per modificar la memòria de verificació que se sotmetrà a l'avaluació de l'AQU.

A més també volem constatar el desplegament d'accions de millora durant el curs 2011-2012:

a) S'ha finalitzat el procés de creació de nous espais (aules) per fer front a la fragmentació de grups acadèmics. Per tal d'afrontar la multiplicació dels grups reduïts d'assignatura, i també per evitar grups massa grans, des de l'inici de la implantació de la reforma, al curs 2008-09, es van fer obres de reestructuració que han suposat la creació de cinc noves aules, amb capacitat fins a 80 estudiants. Per poder portar a la pràctica aquesta reforma ha estat vital la inauguració del nou edifici de la Biblioteca, el que ha significat l'alliberament dels espais que ocupava la biblioteca antiga a l'edifici principal. Així, a més a més de les aules, s'han pogut crear nous espais de treball per a diferents activitats de la Facultat (servei d'equipaments, antics estudiants, activitats dels estudiants, pràctiques i Borsa de Treball) i, sobretot, s'han pogut modificar els espais de treball dels professors amb una nova Sala de Professors i amb despatxos en els quals els professors puguin desenvolupar les activitats de seguiment i tutorització vinculades a les noves necessitats de les assignatures. Tota aquesta remodelació dels espais ha finalitzat en començar el curs 2010-11.[Responsable: Servei d'equipaments i tecnologia]

b) D'acord amb una proposta de modificació no substancial presentada per aquest tercer curs s'ha obert les assignatures optatives altres graus, tanmateix els alumnes de Publicitat i Relacions Públiques també podem escollir les optatives de la resta de graus.

En relació al nombre de doctors i doctors acreditats, la prioritat és la contractació de professors doctors i doctors acreditats així com la potenciació d'un gran nombre de professors, provinents del món professional, que estan en procés d'acabament de la seva tesi doctoral. Es tracta, evidentment, d'una prioritat, no només dels estudis de Publicitat i Relacions Públiques, sinó del conjunt de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.

c) Per últim, per tal de potenciar la competència d'expressió en anglès, a partir del curs 2010-11 s'està oferint als estudiants que ja han assolit els quatre nivells que ofereix la Facultat (en el cas que ho facin abans dels quatre semestres inicialment previstos), unes classes de perfeccionament i de conversa.

d) S'ha creat nous grups d'assignatura en quatre assignatures de primer curs per generar grups amb un nombre adequat d'estudiants. Està previst per al pròxim curs crear grups nous en dues assignatures més, amb l'objectiu final d'aconseguir que totes les assignatures de primer curs tinguin el nombre òptim d'estudiants. [Responsable: Director de Comunicació i Secretaria Acadèmica]

e) S'ha introduït programes específics de formació digital per als estudiants de primer i segon curs. En concret, un curs específic del programa Final Cut per als estudiants de segon i de InDesign per als de primer. L'objectiu és incrementar el nombre de programes informàtics que s'ensenyen específicament en els propers cursos. [Responsable: Director de Comunicació i Servei d'equipaments i tecnologia]

f) S'ha millorat el seguiment i la tutorització dels estudiants per incrementar-ne el seu rendiment, sistematitzant i augmentant les reunions de coordinació i marcant a les reunions com a criteri prioritari aquest fet. Els seminaris de professors i la renovació d'algunes activitats d'escenaris docents clàssics, com els seminaris, a instància del director del Grau i els coordinadors dels Mòduls IV, V i VI hi estan contribuint. [Responsable: Director de Grau i coordinadors de mòduls]

g) S'han intensificat els ajuts a la recerca dels professors que es troben immersos en l'elaboració de la seva tesi doctoral. [Responsable: Vicedegà de Recerca, Màsters i Postgraus]

h) Han augmentat els convenis internacionals de col·laboració de mobilitat d'estudiants i professors. [Responsable: Vicedegà de Relacions Internacionals i Qualitat]

i) Revisió dels continguts dels seminaris V i VI, que actualment té com a activitat principal el desenvolupament de un rol semi-real entre una "Agència de Publicitat i Relacions Públiques" i un "Anunciant", en molts casos amb participació de anunciants real amb propostes reals, per transformar un briefing de anunciant en una campanya de comunicació, arriba'ns a realitzar peses publicitàries per diversos mitjans, televisió, radio, premsa, revistes, mitjans digitals, punt de venda, etc.

j) Al curs 2011-2012 al grau de Publicitat i relacions Públiques impartirà la unitat formativa Eines de gestió empresarial, dintre de l'assignatura Empresa i Mercat en llengua anglesa i

als propers cursos se està plantejant incorporar algun altre unitat formativa amb aquesta llengua.

### **3.4 Modificacions**

L'avaluació del procés d'implementació del Grau de Publicitat i Relacions Públiques fins el curs 2010-2011 ens ha dut a plantejar una sèries de modificacions no substancials de la memòria verificada del Grau. Aquestes modificacions van ser aprovades per la Junta de Govern de la Universitat Ramon Llull el 17 de desembre del 2009. No obstant, incidim en el fet que una proposta més àmplia de modificacions de la memòria està a l'espera d'una revisió completa del projecte del grau un cop s'hagi finalitzat tot el desplegament del nou pla en el quart curs, mitjançant el pla de millora explicat anteriorment.

En l'apartat 5.2: Descripció dels mòduls o matèries d'ensenyament-aprenentatge que constitueixen l'estructura del pla d'estudis, incloent les pràctiques externes i el treball de final de Grau. Hem inclòs entre les assignatures optatives del grau les assignatures optatives dels altres dos graus de Comunicació que imparteix la Facultat (Cinema i televisió i Periodisme). El principal objectiu de la modificació és ampliar l'oferta d'optatives que pot cursar l'estudiant de Publicitat i relacions públiques, això pot millorar la possibilitat de confeccionar currículums més personalitzats i que s'adaptin millor a les necessitats concretes de formació.

Per aquest motiu, s'aprofita l'estructura acadèmica existent, sense necessitat de crear-ne cap de nova. És a dir, les noves optatives per als estudiants de Publicitat i Relacions Públiques ja existeixen en els respectius plans d'estudis dels graus de Periodisme i de Cine i Televisió, i els nivells de coordinació acadèmica (bàsicament els mòduls) seran exactament els mateixos que els existents actualment. Al mateix temps, els plans docents de totes aquestes noves assignatures optatives (tipologia, crèdits, competències, metodologia i avaluació) són els mateixos que els definits en les seves respectives memòries de grau.

Por últim, es reforça la viabilitat d'aquestes assignatures optatives ja que la possibilitat d'incloure a estudiants dels dos graus pot acabar consolidant grups acadèmics en uns nombres viables i adequats per al correcte desplegament del pla acadèmic.

A més, hem creat un nou creditatge que hem denominat 'Pràctiques extracurriculars'. Aquest creditatge està pensat per als estudiants que vulguin cursar les pràctiques lectives no



curriculars, o sigui, aquells voluntàries que facin els estudiants però que no formin part dels crèdits del pla d'estudis que condueixen a l'obtenció del títol. Aquesta figura l'hem afegit perquè segon el Reial Decret 1707/2011, de 18 de novembre, aquestes pràctiques lectives extracurriculars també han de constar en el SET (Suplement Europeu del Títol).

#### **4. Idoneïtat del Sistema de Garantia Interna de la Qualitat (SGIQ) per al seguiment de l'ensenyament**

Aquest apartat ha estat elaborat per l'equip del SGIQ responsable de l'informe d'avaluació de seguiment de la titulació del Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna. En concret, pels Drs. Josep Rom i Alfons Medina, a partir dels informes recollits pel Director del Departament de Comunicació de la FCCB (Ll. Pablo Capilla) i el Director del Grau de Publicitat i Relacions Públiques (Prof. Antoni Solanilla), en les seves comunicacions periòdiques i reunions de coordinació amb els coordinadors de les diferents àrees (Mòduls) del Grau en Publicitat i Relacions Públiques, les reunions amb el professorat que imparteix docència dins del Grau, les reunions amb els coordinadors de pràctiques i responsables de la borsa de treball, així com de les evidències recollides a partir de les reunions amb els delegats dels alumnes i les sessions de tutories i avaluació amb l'alumnat del grau. Tal i com es detalla en el Manual del Sistema de Garantia Interna de la Qualitat, els Directors dels Graus i el Director del Departament de Comunicació són els responsables de garantir els mecanismes de disseny, control, aprovació i planificació de les titulacions. Aquests conformen la Comissió de Graus de la FCCB. El procés que se segueix per garantir la qualitat dels programes formatius és força satisfactori per tal de recollir les possibles millores en els ensenyaments.

A partir de les evidències recollides per la Comissió de Graus (actes de les reunions de mòduls, reunions de coordinació d'assignatures i altres comissions específiques de treball) s'han discutit intensament els diferents problemes generats per la implantació del nou model així com les propostes adoptades. Tal i com es comenta de manera més extensa en l'apartat anterior, i seguint les recomanacions de l'Avaluació d'AQU Catalunya dels IST 2009-10,

respecte al disseny d'un pla de millora del Grau, s'ha iniciat el procés de revisió de la implantació dels nous graus a la Facultat de Comunicació Blanquerna-URL. En reunions de directors de Grau, responsables de l'SGIQ i l'Equip Directiu s'ha elaborat el marc general d'un Pla de Millora, destinat a fer una avaluació integral del grau un cop hagi acabat el quart curs.

El SGIQ de la Facultat de Comunicació continua valorant positivament el procés de recollida d'informació a partir dels coordinadors dels mòduls. En aquest es pot comprovar com la revisió periòdica de l'oferta i dels programes per part de la Comissió de Graus i els coordinadors de curs fa estar alerta de qualsevol possible incidència o mancança que es pugui produir.

En relació al desenvolupament acadèmic, s'observa un seguiment continu per part dels responsables del Grau en Publicitat i Relacions Públiques de l'adequació dels objectius i competències establerts en el pla d'estudis de la titulació amb el perfil d'entrada dels estudiants, els resultats obtinguts en els tres anys d'implantació de la titulació i els resultats i evidències analitzats a partir dels resultats acadèmics i les enquestes de satisfacció. A més, s'observa com ja s'ha iniciat a partir de la recollida de dades i les diferents reunions entre tots els agents implicats, tal i com recull la memòria verificada del títol de Grau en Publicitat i Relacions Públiques, una àmplia reflexió que donarà lloc a un pla de millora de la titulació un cop s'hagi implementat en els quatre cursos del grau.

Hem de comentar que arran de les valoracions de la Comissió Acadèmica de Blanquerna, i dels responsables de SGIQ, s'ha implementat un nou sistema de recollida de queixes i suggeriments dels graus a través d'una bústia electrònica del campus virtual dels diferents centres que conformen Blanquerna, que agilitza el sistema de resposta (en relació a les queixes i suggeriments) i identifica de manera precisa els responsables de dur a terme accions de millora.

També s'ha de constatar un canvi en el sistema d'enquestes dels estudiants, buscant criteris d'eficiència. En coordinació amb la SGIQ de la Universitat Ramon Llull, es desplegarà un nou qüestionari més sintètic i precís. Es constata que continua mancant una enquesta de satisfacció del professorat i del personal d'administració i serveis. S'ha de prendre com a prioritat per al proper curs.

Finalment, en relació a Docentia hem de dir que estem desplegant un nou sistema de Gestió informatitzat del procés DOCENTIA. Després de 4 anys de desplegament estem implementant un nou sistema informàtic d'accés als indicadors.

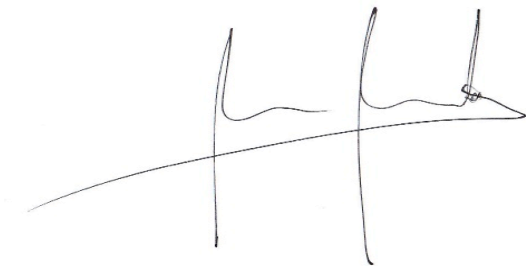
Prof. Antoni Solanilla

Director del Grau de Publicitat i Relacions Públiques

A handwritten signature in black ink, featuring a large, rounded initial 'A' followed by a series of loops and a long, thin tail.

Dr. Joan Barata

Responsable de l'execució de l'IST.

A handwritten signature in black ink, consisting of a long horizontal line with two vertical strokes rising from it, each topped with a small loop.