

Informe de seguiment de titulació

Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat

Titulació: Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat

Curs d'inici de la implementació: 2011-2012

Centre: Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna

Responsable/es: Dr. Josep Rom, director del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat, i Dr. Joan Barata, Responsable de l'execució de l'IST

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

Link de la secció d'informació general sobre els màsters universitaris :

<http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.masters-universitaris&idf=4&id=959>

Link de la secció d'informació del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat:

<http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.masters-universitaris.direccio-art-publicitat&idf=4&id=2804>

Link del web de recursos i activitats del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat. Aquest amplia la informació general i ajuda a crear una comunitat d'usuaris entre es estudiants i els professorat amb notícies del màster i del sector.:

<http://comunicacio.blanquerna.url.edu/dirart/>

La informació relativa al desenvolupament operatiu de l'ensenyament i els indicadors derivats de tots els títols de la Universitat són d'accés públic a través de l'espai de 'Garantia de Qualitat' de la web del centre (Web de seguiment de les titulacions URL):

<http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?idf=4&id=3278&alias=fcc.garantia-qualitat&lang=>

2. Indicadors (taula amb dades):

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Accés i matrícula	Número de places ofertes	20
	Ratio admissions/oferta	0,60
	% Estudiants matriculats de nou ingrés	100% dels estudiants
	% Titulacions prèvies amb les quals s'hi accedeix	Publicitat i Relacions Públiques: 40% Comunicació Audiovisual: 20% Belles Arts: 20% Altres: 20%

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Característiques dels alumnes	% Estudiants segons nacionalitat	Espanyola: 80% Colòmbia: 10% Mèxic: 10%

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Resultats Acadèmics	Taxa de rendiment	78%
	% Excel·lents, MH	0,0
	Taxa d'abandonament	0,00
	Taxa de graduació en el temps previst t	20%
	Taxa d'eficiència en el temps previst t	100%
	Duració mitja dels estudis per cohort	1 curs

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Professorat	% de docència impartida per professors doctors	56%
	% de docència impartida per professors:	
	Catedràtic	8,4%
	Titulars i agregats	40,8%
	Altres (ajudants, col·laboradors, associats)	46,9% ²

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Mètodes docents	% hores per modalitat docent	El desplegament de les assignatures en funció de la seva tipologia és de 40% d'hores lectives, el 50% d'hores de treball dels estudiants i un 10% d'hores de tutorització. En el cas dels crèdits de pràctiques es contempla un 10% de tutorització i un 90% d'hores de treball de l'estudiant. En el cas dels crèdits del treball de fi de màster, es distribueix en un 10% de tutories i un 90% de treball personal de l'estudiant.

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Pràctiques externes i mobilitat	% d'estudiants que han completat satisfactòriament les pràctiques externes	100% dels matriculats en pràctiques
	% d'estudiants propis que participen en programes de mobilitat	0

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Satisfacció	Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu (valoració 1 a 5)	3,88
	Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda	*
	Satisfacció del professorat amb el programa formatiu (Encara no s'ha habilitat un sistema d'enquestes de professorat)	*
	Taxa d'intenció de repetir estudis (El sistema de la nostra enquesta s'organitza en funció de 2 respostes: Sí i No)	*

* Les dades de satisfacció amb la formació i intenció de repetir els estudis són fruit de les enquestes que el servei de Borsa de Treball Alumni realitza a un any de la fi del curs. Per tant, durant aquest curs 2012-13 tindrem les dades que es corresponen als estudiants titulats durant l'any 2011-12.

		Curs
Dimensió	Indicadors	2011-2012
Inserció laboral	Taxa d'ocupació (EIL)	*
	Taxa d'adequació de la feina als estudis (EIL)	*

*Les dades d'inserció laboral són fruit de les enquestes que el servei de Borsa de Treball Alumni realitza a un any de la fi del curs. Per tant, durant aquest curs 2012-13 tindrem les dades que es corresponen als estudiants titulats durant l'any 2011-12.

3. Anàlisi valorativa del funcionament de l'ensenyament

Aquest informe ha estat elaborat per l'equip responsable del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna. En concret, pel Dr. Josep Rom i el coordinador professor Josep M. Picola, a partir dels informes recollits pels responsables del màster en les seves comunicacions periòdiques i reunions de coordinació amb el professorat que imparteix docència en el Màster, les sessions de tutories i les reunions d'avaluació amb els alumnes (individuals i grupals).

Tal i com recull el procediment del centre, els responsables del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat han treballat conjuntament amb els seus homònims dels altres cinc màsters universitaris de la Facultat per tal de compartir criteris de gestió acadèmica i per desenvolupar nous mecanismes de millora dels màsters universitaris.

El curs 2011-12 s'ha desplegat la primera edició del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat. La nostra prioritat ha estat posar en marxa el pla d'estudis i la modalitat d'aprenentatge actiu, amb tallers i seminaris participatius amb professionals de la direcció d'art.

El Màster Universitari promou una formació avançada, de caràcter específic i multidisciplinar, orientada a la especialització acadèmica o professional, així com a la promoció de la iniciació en tasques de recerca. El programa compta amb la presència de teòrics i analistes, així com professionals de la direcció d'art en publicitat.

El perfil que dissenya el Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat busca formar un professional de la Direcció d'Art en Publicitat amb un alt grau d'excel·lència tant en les habilitats generals de la comunicació com a les pròpies de la Direcció d'Art en Publicitat, desenvolupant les qüestions de fons (capacitat d'expressió) i les de manera o instrumentals (ús de totes les eines expressives disponibles), i que doti el futur graduat de la capacitat per llegir i interpretar el seu entorn a partir del rigor i la consciència de la seva responsabilitat social.

Hem constatat el valor d'una metodologia que conjuga l'aprenentatge teòric i el coneixement de les tècniques dels llenguatges del disseny, la fotografia i l'audiovisual, per dotar l'estudiant de recursos per poder créixer professionalment en l'àmbit de la direcció d'art.

Hem posat en marxa el sistema d'avaluació dels Treballs de Fi de Màster, a través de tribunals formats per professionals i acadèmics (en el cas dels tribunals de l'itinerari professional), i la recerca d'una complementaritat en els criteris de judici dels treballs que faciliten el rigor i es corresponen amb els criteris emprats pels directors-tutors dels esmentats treballs.

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

Anàlisi dels indicadors:

Tot i que un únic curs no ens dóna prou perspectiva per extreure conclusions prou fermes, els indicadors del curs 2011-12 ens permeten apuntar alguna tendència:

- a) La demanda del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat va cobrir el 50% de la nostra oferta. Un indicador que posa de manifest la dificultat del mercat en aquests moments.
- b) El perfil d'accés entre els estudiants del màster indica que el 40% dels candidats provenia dels estudis de Publicitat i la resta dels graus de Belles Arts i Comunicació Audiovisual, uns estudis molt complementaris. Per tant, es reafirma la nostra idea del caràcter molt especialitzat d'aquest màster.
- c) Hi ha una presència important d'estudiants estrangers, un 20%. Un bon inici per a la voluntat internacional del programa.
- d) La manca d'incidència dels programes de mobilitat del centre entre els estudiants del Màster es relaciona directament amb la voluntat dels estudiants de seguir tot el programa acadèmic. La presència de professors del món professional, la dinàmica de pràctiques i treballs i el rigor en el desenvolupament de tècniques i habilitats no fa atractiva, a diferència del Grau, l'oferta d'estades en altres centres universitaris.
- e) Respecte a la taxa de graduació, un 20%, hem de valorar la dificultat dels estudiants i els professors en aquesta primer edició per gestionar correctament la càrrega de treball que comporten unes assignatures amb molt contingut pràctic i el correcte desenvolupament del treball final de màster per poder presentar-lo dins del curs lectiu.
- f) Com és la primera edició del Màster, encara no tenim dades fiables sobre la satisfacció dels titulats un cop acabats els estudis. Les dades d'inserció laboral són fruit de les enquestes que el servei de Borsa de Treball Alumni realitza dins de l'any següent al de finalització del màster.

Un dels objectius del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat és precisament oferir una especialització professional a alumnes ampliant l'oferta de continguts del Grau en Publicitat i Relacions Públiques i oferint continguts innovadors en la seva vessant professional i també acadèmica. Els indicadors, les enquestes de les assignatures i el treball de tutories ens permeten pensar que els alumnes aprecien el caràcter mixt del Màster, amb una important presència de professionals del sector, i que la planificació està sent acceptada pels titulats.

El curs 2011/2012 va entrar en funcionament el model de bústia de suggeriments comú a tots els centres de la Fundació Blanquerna. Aquest nou model introdueix nous tipus de sol·licituds (felicítació, incidència, millora, queixa i reclamació) que substitueixen les dues que havíem fet servir fins llavors (queixes i suggeriments). Aquesta variació s'ha de tenir en compte a l'hora d'establir comparacions amb cursos anteriors, de tal manera que parlarem de nombre de sol·licituds totals, tot i que n'especificarem els tipus.

Així, durant el curs 2011/2012 es van rebre un total de 25 sol·licituds provinents de totes les titulacions de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna. Aquesta és la seva distribució segons la tipologia:

Felicítació	0
Incidència	5
Millora	2
Queixa	(12-2): 10
Reclamació	6

En qualsevol cas, cal tenir present que en el Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat s'ha vetllat des d'un bon començament per establir canals de comunicació àgils i propers a l'alumnat que permeten en la majoria de casos, detectar i solucionar les incidències que es puguin produir. En aquest punt, la dinàmica establerta a partir de les reunions periòdiques del coordinador amb l'alumnat, així com amb la direcció acadèmica del màster, són el principal canal de recollida d'informació i resolució de qualsevol problema.

Finalment, i creiem que connectat amb aquesta bona comunicació, la satisfacció global amb el programa formatiu ha estat força elevada (concretament se situa en un 3,88 sobre 5).

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

S'ha de destacar que el curs 2011-12 ha estat el primer curs d'implementació dels estudis. En aquest sentit han estat el director del Màster, Dr. Josep Rom, i el coordinador, Prof. Josep Maria Picola, els responsables del seguiment del dia a dia de l'activitat docent, en concret pel que fa al compliment dels compromisos adquirits en el document de la memòria verificada i la seva concreció en les diferents assignatures. La constant col·laboració entre director, coordinador i els professors de les diferents assignatures ha permès fer un seguiment acurat de la qualitat de la docència i dels resultats aconseguits pels alumnes. Per tal de millorar la coordinació entre elles i afavorir la coherència del projecte docent s'ha treballat en el disseny de les activitats que permeten assolir les competències descrites en la memòria.

Respecte les qüestions estrictament acadèmiques, podem afirmar que les assignatures de cada Mòdul es troben perfectament integrades, pel que fa als seus programes, amb els objectius i les competències. La integració de les competències de cada assignatura i el seu desenvolupament concret durant el curs han estat una preocupació constant. Al tractar-se d'un grup reduït d'estudiants aquesta integració s'ha pogut seguir amb més precisió.

Valoració

1.- En el cas de les assignatures vinculades als mòduls de continguts fonamentals s'ha pogut constatar un assoliment de les competències bàsiques i dels objectius definits als programes de les diferents matèries. Aquestes assignatures concreten els objectius generals del màster i ajuden a la formació de professionals competents en les disciplines d'estratègia i creativitat publicitària. Tant els continguts teòrics com els pràctics estan vinculats a unes competències bàsiques que es desenvolupen en els mòduls fonamentals però també en el Treball de Fi de Màster. L'intent de millorar la interrelació entre assignatures i el Treball de Fi Màster, i la revisió de la càrrega d'aquest, són accions encaminades a consolidar els coneixements especificats en els programes i a augmentar la taxa de graduació en el temps previst.

Tanmateix hem constatat amb els estudiants que la competència específica de la memòria *"Que sean capaces de realizar proyectos que requieran el uso de herramientas de la comunicación digital actual"* és difícil d'assolir amb la càrrega actual de docència adreçada a aquestes habilitats. I per altra banda, cal reforçar la formació en aspectes estratègics, com hem avaluat a partir de la presentació de casos a empreses reals.

2.- En el cas de les pràctiques externes en empreses, els convenis amb les empreses col·laboradores del Màster –agències de publicitat i estudis de comunicació visual– ha funcionat correctament, amb un bon retorn d'informació.- Alguns dels professors professionals del Màster treballen en aquestes empreses i hi ha un coneixement important de les característiques dels estudiants en pràctiques.

3.- La col·laboració amb l'Art Directors Club of Europe ens ha facilitat una perspectiva internacional del sector i els estudiants del Màster han participat en l'organització dels Premis europeus de l'Art Directors Club of Europe. A més vam convidar el president de l'associació, en Franco Moretti, a fer una conferència i a contrastar amb l'equip del Màster el programa i les activitats del Màster. També vam convidar Toni Segarra, el director general de SCPF i veterà professional de la publicitat a Espanya, a realitzar una sessió específica sobre el vincle de la direcció d'art i l'estratègia publicitària. Aquests encontres i la presència de les agències col·laboradores esmentades a la memòria ens ha permès desplegar més eficaçment les competències específiques del Màster.

4.- La col·laboració amb els departaments de màrqueting i comunicació de les empreses en el treball del "Seminari de comunicació" ens facilita un retorn professional i un diàleg permanent amb les empreses. El treball dels estudiants en un projecte estratègic i de comunicació de Factor Energía, el nostre col·laborador del curs 2011-12, amb seguiment de l'empresa, concretament del seu director general, el senyor Emili Rousaud, i presentacions a l'anunciant reforcen la capacitat dels estudiants en les pràctiques de les empreses. La valoració de l'experiència amb aquesta empresa va resultar molt interessant per complir amb els objectius formatius de la memòria que volen capacitar els estudiants

per respondre a objectius de comunicació i demostrar les seves capacitats *“ideatives”*, de conceptualització i tècniques. Aquest curs reforçarem encara més aquesta dinàmica amb més dedicació de la tutorització dels estudiants en el desplegament d'aquest projecte a través de les sessions de seminari.

5.- Només el 20% dels estudiants van presentar el Treball de Fi de Màster en el període previst. Considerant que aquesta pràctica s'ha de modificar, hem previst un pla d'actuació que hem concretat durant el curs 2012-13. El pla s'especifica en el següent punt i té com a objectiu aconseguir que els estudiants acabin el projecte dins la planificació del calendari del Màster.

3. 3. Pla de millora

Des de la Direcció Acadèmica i la coordinació del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat es contempla una contínua avaluació i revisió dels objectius de la titulació en coherència amb la política de qualitat implementada en el conjunt de la FCCB, mitjançant el sistema de Garantia Interna de Qualitat. En aquest sentit, els canals de comunicació establerts entre la coordinació i l'alumnat, i per altra banda, entre la coordinació i la direcció acadèmica del Màster fa que puguem proposar una sèrie d'accions de millora partint de la memòria verificada:

1. Objectius del pla d'acció de millora

Aconseguir millorar la taxa de graduació en el temps previst (1 any acadèmic) dels matriculats al Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat.

Aconseguir millorar l'aprenentatge de les eines de comunicació digital, per completar la competència específica de la memòria *“Que sean capaces de realizar proyectos que requieran el uso de herramientas de la comunicación digital actual”*.

Aconseguir millorar la formació en la gestió estratègica dels projectes de comunicació visual, per completar la competència específica *“Que sean capaces de dominar el pensamiento estratégico en comunicación para desarrollar campañas de publicidad a partir del análisis de los objetivos estratégicos”*.

2. Actuacions i intervencions

2.1. S'han incorporat sessions de preparació de presentacions i projectes amb professorat especialitzat per millorar les tècniques de presentació i defensa de projectes de comunicació visual davant d'un tribunal de professors de perfil acadèmic i professional especialitzat.

2.2. Revisió de tota la càrrega de treball per part de l'alumnat a l'assignatura de Seminari (de 6 crèdits ECTS), s'acorda la proposta de millorar la tutorització dels estudiants d'acord amb els itineraris que realitzen (itinerari professional i el de recerca). Tots els estudiants

tindran una tutorització continuada que els ajudarà a desplegar aspectes útils per a la realització del Treball de Final de Màster.

2.3. Elaboració d'un pla de treball i una normativa que detalli els terminis de lliurament del Treball Fi de Màster, que expliqui les característiques d'aquest treball de manera detallada i que ajusti la càrrega d'aquest treball al creditatge corresponent.

2.4. Potenciar l'aprenentatge d'instrument tecnològics de disseny i audiovisuals en les assignatures de "Fonaments gràfics" i "Llenguatge audiovisual i publicitat".

2.5. Desplegament de noves activitats d'aprenentatge de caràcter estratègic en el "Seminari de Comunicació", amb treballs pràctics sobre gestió de plataformes estratègiques de comunicació aplicades a la creativitat.

Altres punts del pla de Millora:

2.6. Per tal de reforçar l'itinerari de recerca amb una major vinculació amb les línies i grups de recerca prioritaris de la facultat i d'acord amb els requeriments del Reial Decret 99/2011, de 28 de gener, es proposa l'ampliació de l'oferta d'assignatures optatives (de 5 fins a un màxim de 7), sense modificar-ne el creditatge global (6 crèdits). A partir de les diferents reunions mantingudes i del seguiment d'aquest procés per part de la Unitat de Qualitat del Centre, aquesta proposta s'implementarà a partir del curs 2012-2013.

2.7. Enquesta de satisfacció del professorat: des de la Unitat de Qualitat de la FCCB s'ha dissenyant el qüestionari per a què es pugui implementar una enquesta de satisfacció del professorat en aquesta titulació al llarg del curs 2012-2013.

3. Responsables de l'aplicació del pla

En aquest cas el Director del Màster, Dr. Josep Rom, i el Coordinador del mateix, prof. Josep M. Picola. La seva tasca consisteix, a més de la direcció de diferents assignatures del màster, en vehicular adequadament els diferents Treballs de Fi de Màster i les noves activitats de formació en tecnologies i estratègia a través del Seminari de Comunicació, del que són responsables. A més de la tasca dels tutors dels diferents treballs (que mantenen una tutorització constant i individualitzada), el Dr. Josep Rom i el prof. Josep M. Picola s'encarreguen de coordinar el desenvolupament dels treballs finals i del seguiment dels mateixos i s'encarreguen de gestionar els treballs pràctics sobre gestió de plataformes estratègiques de comunicació aplicades a la creativitat amb els professors de l'assignatura "Estratègia en publicitat i direcció d'art".

4. Calendari d'implantació

Aquestes millores s'estan portant a terme durant el curs 2012-13.

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

Aquest apartat de l'informe ha estat elaborat per l'equip responsable del SGIQ de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna. En concret, pel Dr. Alfons Medina (Director de la Unitat de Qualitat de la FCCB) i la Dra. Sònia Ballano (membre de la Unitat de Qualitat). La resta de l'informe ha estat elaborat conjuntament pel Dr. Josep Rom (Director del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat) i el professor Josep M^a Picola (Coordinador del Màster). El responsable final de validar l'informe és el Vicedegà de Relacions Internacionals i de Qualitat, el Dr. Joan Barata.

El Sistema de Garantia Interna de Qualitat constata que la informació pública de la titulació és un bon exemple de la millora considerable en la cultura de qualitat implementada al centre en els darrers anys. És per això que en les noves titulacions es detecta l'adquisició de bons procediments pel que fa la informació pública que ofereixen en relació a les titulacions ofertes.

A partir de les evidències recollides per la Unitat de Qualitat, el Vicedegà de Recerca i Postgrau de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna (Dr. Pere Masip), la coordinadora dels Màsters Universitaris i Doctorat de la FCCB (Dra. Sue Aran), van informar degudament als Directors Acadèmics dels Màsters i als coordinadors de les millores que s'havien de dur a terme i, des de la Unitat de Qualitat, oferim el suport i recolzament necessari per garantir que puguin implementar-se els processos i procediments acordats. Aquests, s'han implementant durant el curs 2011-2012 amb continuïtat durant el 2012-2013.

En relació al segon apartat de l'informe (sobre la recollida d'indicadors), en coordinació amb el Rectorat de la Universitat, s'han desplegat noves bases de dades que permeten una millor gestió dels indicadors recollits. D'altra banda, durant el curs acadèmic 2011-2012 s'ha donat continuïtat al procediment de consulta dels antics alumnes del màster amb el Servei Alumni-Borsa de Treball. Paral·lelament, s'ha donat continuïtat al nou sistema d'enquestes d'estudiants on-line per facilitar la recollida de dades de valoració dels estudis per part dels alumnes. Aquest fet ens permet continuar vetllant per una correcta avaluació del grau de satisfacció dels estudiants amb les titulacions ofertes a la FCCB.

Des de la Unitat de Qualitat de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna teníem, també, el repte de desplegar un sistema d'enquestes del grau de satisfacció del

professorat. En aquest sentit, al llarg del 2011-2012 es va dissenyar l'enquesta. Ara, un cop validada, podem anunciar que s'implementarà a partir del curs 2012-2013.

En aquest sentit, valorem la idoneïtat del nostre SGIQ per al seguiment de les titulacions i per establir els processos de millora del nostre centre. En aquest punt, al llarg del 2011-2012 i també de l'actual curs acadèmic (2012-2013) continuem vetllant pel seguiment i millora de les polítiques de qualitat que ens han de permetre, alhora, establir mecanismes per validar el correcte seguiment dels processos i procediments implantats en el centre i garantir la qualitat dels estudis oferts. Amb aquest objectiu, hem obert diverses línies de treball que ens han de permetre:

1. Garantir una millora continuada en la disponibilitat i accés a la informació pública relativa a les titulacions. En aquest punt, i tal i com s'identifica en un primer apartat introductori de l'IST, la informació relativa al desenvolupament operatiu de l'ensenyament i els indicadors derivats de tots els títols de la Universitat són d'accés públic a través de l'espai de 'Garantia de Qualitat' de la web del centre, on es disposa d'un enllaç a la Web de seguiment de les titulacions URL.
2. Millorar i actualitzar progressivament el nostre SGIQ amb l'objectiu d'establir sistemes i canals de comunicació continus que permetin detectar els canvis dels processos i procediments del centre, així com renovar-los i rendibilitzar-los.

En aquest punt, el Màster Universitari en Direcció D'Art en Publicitat, segueix una pauta comuna a totes les titulacions del Centre. Es valora positivament que comenci la seva oferta ja durant el mes de gener, seguint una campanya de promoció conjunta de tot el centre, a banda, de les accions específiques de difusió. En aquest sentit, es valora molt positivament la doble coordinació establerta entre un Director Acadèmic i un coordinador, que ens permeten desdoblar la part acadèmic-docent de la part més tècnica, de difusió i d'atenció personalitzada a tots els agents implicats en la realització del Màster. A més es valora molt positivament el fet de comptar amb una secció de secretaria, una coordinadora general de tots els màsters així com un Vicedegà responsable, que tenen com a tasca fonamental la coordinació entre totes les titulacions de màsters universitaris que s'ofereixen, a banda de simplificar esforços, aprofitar les sinèrgies, així com seguir criteris racionals per a totes les titulacions de màster del Centre.

Finalment, comentar que des de la Unitat de Qualitat de la FCCB es detecta un procés continu de millora i d'introducció de la cultura de la qualitat en els diferents processos i procediments de les titulacions ofertes que ens permet iniciar nous projectes, com el

Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat, amb un alt nivell de qualitat i bones perspectives de creixement i consolidació en properes edicions.

Dr. Josep Rom

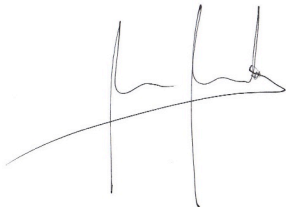
Director del Màster en Direcció d'Art en Publicitat



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Josep Rom', written over a horizontal red line. The signature is stylized with large, sweeping loops.

Dr. Joan Barata

Responsable de l'execució de l'IST.



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Joan Barata', written over a horizontal red line. The signature is stylized with vertical strokes and a horizontal base.