

# 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<sup>1</sup>**

**Responsable/es: Dr. Josep Rom, director del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat**

### **1. Informació pública sobre el desenvolupament operatiu del programa formatiu<sup>2</sup>**

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=>

---

<sup>1</sup> En el curs 2013-2014 s'ha procedit al canvi de nom de la Facultat. Actualment porta el nom de Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals.

<sup>2</sup> En el moment de redacció d'aquest informe, des de la Fundació Blanquerna s'està procedint a un canvi i millora del conjunt de la web de totes les titulacions ofertes per la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals. En principi, totes les adreces pertanyen a la web anterior però es podran redirigir a la nova web.

## 2. Indicadors (taula amb dades):

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2011-2012	2012-2013
<b>Accés i matrícula</b>	Número de places ofertes	20	20
	Rati admissions/oferta	0,60	0,40%
	% Estudiants matriculats de nou ingrés	100% dels estudiants	53%
	% Titulacions prèvies amb les quals s'hi accedeix	Publicitat i Relacions Públiques: 40% Comunicació Audiovisual: 20% Belles Arts: 20% Altres: 20%	Publicitat i Relacions Públiques: 75% Comunicació Audiovisual: 12,5% Turisme: 12,5%

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2011-2012	2012-2013
<b>Característiques dels alumnes</b>	% Estudiants segons nacionalitat	Espanyola: 80% Colòmbia: 10% Mèxic: 10%	El 100% dels estudiants de nou ingrés són de nacionalitat espanyola

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2011-2012	2012-2013
<b>Resultats Acadèmics</b>	Taxa de rendiment	78%	93,86%
	% Excel·lents, MH	0,0	0,00
	Taxa d'abandonament	0,00	0,00
	Taxa de graduació en el temps previst t i t+1 (cohort 2011/2012)	20% (graduació en t)	44% (graduació en t+1 referent a la cohort 2011/12).  *En el curs 2011-2012 es va posar com a taxa de graduació un 20%. El càlcul de les dades amb els criteris de 2012-2013 mostren un indicador lleugerament inferior i la (t) se situa al 10%
	Taxa d'eficiència en el temps previst t	100%	118,15%
	Duració mitja dels estudis per cohort	1 curs	1

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2011-2012	2012-2013
<b>Professorat</b>	% de docència impartida per professors doctors	56%	52%
	% de docència impartida per professors:		
	Catedràtic	8,4%	0,7%
	Titulars i agregats	40,8%	32,4%
	Altres (ajudants, col·laboradors, associats)	46,9%	66,9%

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2011-2012	2012-2013
<b>Mètodes docents</b>	% 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.	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	2012-2013
<b>Pràctiques externes i mobilitat</b>	% d'estudiants que han completat satisfactòriament les pràctiques externes	100% dels matriculats en pràctiques	100% dels matriculats en pràctiques
	% d'estudiants propis que participen en programes de mobilitat	0	0

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2011-2012	2012-2013
<b>Satisfacció</b>	Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu (valoració 1 a 5)	3,88 (valoració 1 a 5)	7,73 (valoració 1 a 10)
	Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda	*	*El 66,67% està força satisfet amb la formació rebuda (les dades pertanyen a la cohort 2011-2012)
	Satisfacció del professorat amb el programa formatiu (Encara	*	** 4,75

	no s'ha habilitat un sistema d'enquestes de professorat)		(aquest índex és sobre 6)
	Taxa d'intenció de repetir estudis (El sistema de la nostra enquesta s'organitza en funció de 2 respostes: Sí i No)	*	*50% (les dades pertanyen a la cohort 2011-2012)

\* 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 que la FCB realitza a un any de la fi del curs. Per tant, durant aquest curs 2013-14 tindrem les dades que es corresponen als estudiants titulats durant l'any 2012-13. En aquest informe podem facilitar les dades relatives al 2011-2012.

\*\*El resultat correspon a la qüestió 6 de l'enquesta: "Els programes de les assignatures/matèries del programa formatiu contemplen la formació adient per a l'obtenció de la titulació".

Dimensió	Indicadors	Curs	
		2011-2012	2012-2013
Inserció laboral	Taxa d'ocupació (EIL)	*	*66,67%
	Taxa d'adequació de la feina als estudis (EIL)	*	*100%

\* Les dades relatives a la taxa d'ocupació i la taxa d'adequació de la feina als 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 2013-14 tindrem les dades que es corresponen als estudiants titulats durant l'any 2012-13. En aquest informe podem facilitar les dades relatives al 2011-2012.

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

El present "Informe de seguiment de la titulació" l'ha redactat l'equip responsable del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, el Dr. Josep Rom i el coordinador professor Josep Maria Picola. És resultat dels informes aportats pels responsables del màster en les seves comunicacions periòdiques i reunions de coordinació amb els professors que imparteixen docència en el Màster, les sessions de tutories i les reunions d'avaluació amb els alumnes (individuals i en grup).

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 2012-13 s'ha desplegat la segona edició del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat. El nostre objectiu principal ha estat consolidar el pla d'estudis i la modalitat d'aprenentatge actiu, amb tallers i seminaris amb professionals de tots els àmbits de la direcció d'art, treballant els diferents llenguatges i codis de comunicació persuasiva: il·lustració, redacció, fotografia, vídeo, animació...

El Màster Universitari promou des de la seva primera edició una formació avançada, de caràcter específic i multidisciplinar, orientada a l'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 més formals 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 avançat en la consolidació del model i el sistema d'avaluació dels Treballs de Fi de Màster, tutoritzats per directors de perfil alhora professional i acadèmic i avaluats a través de tribunals formats igualment per professionals (en el cas dels tribunals de l'itinerari professional, el majoritari entre els alumnes d'aquest Màster) i acadèmics (en el cas dels tribunals de l'itinerari de recerca), i la recerca d'una complementarietat 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:

Dels indicadors del curs 2012-13 en destaquem a continuació els punts més rellevants:

- a) La demanda del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat va cobrir el 40% de la nostra oferta. Un indicador que confirma la dificultat del mercat.
- b) El perfil d'accés entre els estudiants del màster indica que el 75% dels candidats provenia dels estudis de Publicitat i la resta dels graus de Belles Arts i Comunicació Audiovisual, uns estudis molt complementaris. Es reafirma així la nostra idea del caràcter molt especialitzat d'aquest màster.
- c) En aquesta edició es trenca una dinàmica habitual de presència creixent d'estudiants estrangers, doncs el 100% són de nacionalitat espanyola.
- 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 que se'ls ofereix i fer-ho en un curs lectiu. La presència de professors del món professional de prestigi, la dinàmica de les pràctiques –que fan el 100% dels estudiants matriculats en aquesta assignatura- i els treballs i el rigor en el desenvolupament d'eines cabdals (tècniques i habilitats) no fan atractiva, a diferència del que passa en el Grau, l'oferta d'estades en altres centres universitaris.
- e) La taxa de graduació en t+1 dels estudiants de la primera promoció correspon a un 44% (més del doble del 20% de graduació en t). En aquest punt, i pel que fa la cohort 2012-2013, es constata la millor gestió d'estudiants i de professorat (directors-tutors) a l'hora d'organitzar i periodificar la càrrega del Treball Fi de Màster i la seva complementarietat amb el conjunt de les assignatures del Pla d'estudis.
- f) Dos de cada tres titulats està força satisfet amb la formació rebuda en acabar els estudis.
- g) Pel que fa a les dades d'inserció laboral (fruit de les enquestes que el servei de Borsa de Treball Alumni realitza dins de l'any següent al de finalització del màster), la taxa d'ocupació és de dos de cada tres titulats i les seves ocupacions s'adeqüen plenament a tipus de feina relacionats amb els estudis del Màster.

Un dels objectius del Màster Universitari en Direcció d'Art en Publicitat és 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 professors-professionals del sector, i que la planificació de les assignatures està sent ben valorada pels titulats.

Com es deia en el darrer informe, 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 sobre la marxa i de forma àgil les incidències que es puguin anar produint. 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.

La satisfacció global amb el programa formatiu -segurament reforçada per aquesta bona comunicació interna- ha estat força elevada, situant-se en un 7,73 sobre 10.

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

El director del Màster, Dr. Josep Rom, i el coordinador, Prof. Josep Maria Picola, han seguit de prop el dia a dia de l'activitat docent i han vetllat pel 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 professors de les diferents assignatures ha permès fer un seguiment acurat de la qualitat de la docència i dels resultats aconseguits pels alumnes.

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 pre-establertes. La integració de les competències de cada assignatura i el seu desenvolupament concret durant el curs han estat una preocupació constant de l'equip responsable del Màster. El fet de comptar amb un grup reduït d'estudiants ha permès que aquesta integració s'hagi pogut seguir amb més precisió i de forma molt personalitzada.

#### 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 relatives a la direcció d'art. 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. Per tal d'incentivar i ajudar a completar els coneixements especificats en els programes i a augmentar la taxa de graduació en el temps previst, s'ha posat èmfasi en millorar la interrelació entre assignatures i el Treball de Fi Màster i en revisar la càrrega d'aquest.

S'ha reforçat la formació en aspectes estratègics, el que dóna sentit a la tasca dels directors d'art com a creadors de respostes a objectius de comunicació marcats per les marques, les organitzacions, els anunciants. Per contra i pel que fa a la competència específica de la memòria "*Que sean capaces de realizar proyectos que requieran el uso de herramientas de la comunicación digital actual*", es confirma, una edició més, que aquest domini de les eines digitals és complex d'assolir amb la càrrega actual de docència adreçada a aquestes habilitats.

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, lo qual fa més fàcil conèixer les característiques dels estudiants en pràctiques i el seu encaix en les dinàmiques de les empreses.

3.- Al llarg del curs vam convidar a diferents professionals a donar una sèrie de màster-classes, al marge de les assignatures i com a reforç transversal dels continguts acadèmics, centrades fonamentalment en el vincle de la direcció d'art i l'estratègia publicitària. Aquestes sessions complementàries i la col·laboració estable amb les agències esmentades a la memòria ens han permès desplegar més eficaçment les competències específiques del Màster.

4.- La col·laboració amb departaments de màrqueting i comunicació d'empreses REALS en el treball del "Seminari de comunicació" comporta un retorn professional i un diàleg permanent amb el món empresarial molt enriquidor per als estudiants del Màster. En el curs 2012-13, els alumnes van treballar en grups un projecte estratègic i de comunicació per al Grup Fontaga, productor de les marques Aigua de Ribes, Agua de San Narciso o l'escollida per al treball del "Seminari": la marca d'aigua tònica de nova aparició BÖ. Els grups d'estudiants van comptar amb la informació base i el seguiment de l'empresa, concretament del seu director de màrqueting, el senyor Pau González Rojas. En aquest sentit, les presentacions a l'anunciant real reforcen la capacitat dels estudiants per a les pràctiques professionals i ajuden a demostrar les seves capacitats "ideatives", de conceptualització i tècniques. En vistes dels bons resultats, és intenció de l'equip responsable del Màster consolidar aquest model de treball professional en el marc del "Seminari de comunicació", fins i tot amb més dedicació a la tutorització dels estudiants en el desplegament del projecte a abordar, a través de diferents sessions de tutoria per als respectius grups de treball dins de l'horari i l'espai del Seminari.

5.- S'han consolidat en les dues darreres edicions del Màster les sessions previstes en el "Seminari de Comunicació" centrades específicament en la formació en recursos de presentació i venda de projectes. El Dr. Josep Maria Vila, especialista en logopèdia i assessor de portaveus i professionals de la comunicació oral, dirigeix un taller de pràctiques de presentació enregistrades en vídeo, experiència que millora la seguretat dels estudiants en les seves presentacions.

A més, les activitats de presentació i argumentació dels estudiants s'han potenciat amb la incorporació d'una activitat d'investigació i elaboració d'una "Plataforma Estratègica de Marca" amb l'empresa BrandCo, especialitzada en disseny d'estratègies de comunicació. Amb tot, durant les tutories setmanals els estudiants ens han transmès els problemes d'increment de feina i de duplicitat de continguts d'aquesta activitat de tècniques d'investigació, raó per la qual serà un tema a considerar i reformular de cara a les futures edicions.

A través de les tutories setmanals i les enquestes hem pogut confirmar la satisfacció dels estudiants pels resultats assolits per la resta d'activitats del Pla de Millora. Això s'ha fet palès, com ja s'ha dit, en el desenvolupament dels projectes estratègics i de comunicació per a la marca BÖ del Grup Fontaga (Aigua de Ribes), el nostre *partner* en el curs 2012-13, amb el seguiment personal del seu director de màrqueting Sr. Pau González Rojas, activitat molt ben valorada pels estudiants.

### **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. Així, des de la Unitat de Qualitat de la FCCB s'ha implementat en el curs 2012-13 el nou sistema d'enquestes de satisfacció del professorat dissenyat durant el curs anterior.

En qualsevol cas, els canals de comunicació establerts entre la coordinació i l'alumnat, així com 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

Consolidar 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, intervencions

2.1. Com s'ha dit anteriorment, s'han incorporat –en el marc del "Seminari de Comunicació"- sessions específiques 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. Cal consolidar aquest model en les properes edicions, donat el creixent pes que tenen, en aquest context de "comunicació persuasiva", les tècniques de venda.

2.2. S'ha fet una revisió de tota la càrrega de treball per part de l'alumnat a l'assignatura de Seminari (de 6 crèdits ECTS), amb la proposta de millorar la tutorització dels estudiants d'acord amb els itineraris que realitzen (itinerari professional i el de recerca). Tots els estudiants han de rebre una tutorització continuada que els ajudi a desplegar aspectes útils per a la realització dels seus projectes i, més concretament, del Treball Fi de Màster.

2.3. S'ha elaborat una normativa, una guia per l'estudiant, que concreta més els aspectes formals i de contingut, i els terminis de lliurament del Treball Fi de Màster, així com les característiques d'aquest treball de manera detallada, lo qual permetrà ajustar millor la càrrega d'aquest treball al creditatge corresponent.

2.4. S'ha continuat i s'haurà de continuar potenciant l'aprenentatge d'instrument tecnològics de disseny i audiovisuals en les assignatures de "Fonaments gràfics" i "Llenguatge audiovisual i publicitat".

2.5. S'ha continuat implementant el 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. Considerem que caldrà continuar en aquesta mateixa línia en les properes edicions.

### 3. Responsables de l'aplicació del pla

L'aplicació del Pla de Millora és responsabilitat del Director del Màster, Dr. Josep Rom, i del Coordinador del mateix, prof. Josep Ma. 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, així com de supervisar els treballs pràctics que els alumnes desenvolupen lligats a les diferents assignatures del Pla d'Estudis.

4. Calendari d'implantació: Aquestes millores s'estan portant a terme durant el curs 2013-14.

A continuació detallarem, en forma de taula, les principals actuacions proposades com a pla de millora per assolir els objectius de la titulació. Abans, però, volem deixar constància de les modificacions no substancials aprovades a la junta de govern del 21 del 12 de 2012 per a la seva implementació al curs acadèmic 2013-2014 i que suposen:

a) El canvi de denominació del mòdul 'optatives', de l'itinerari de recerca, al nou nom de 'iniciació a la recerca en noves tendències en comunicació'.

b) Canvi de denominació del mòdul "Pràctiques externes" a denominació "Pràctiques d'empresa" que conté una única matèria i manté la mateixa càrrega en crèdits. Aquest canvi es va sol·licitar d'acord a les indicacions fetes per AQU en relació als tres màsters reverificats.

D'altra banda, i en coherència amb les indicacions fetes per AQU en relació als tres màsters reverificats darrerament, es va decidir NO aplicar la tercera modificació no substancial prevista i que consistia en la integració de les assignatures 'Seminari de comunicació' (6 crèdits) i 'Treball Final de Màster (10 crèdits) en un nou model que s'anomena 'Disseny i desenvolupament del Treball Final de Màster' (16 crèdits). Com hem comentat, AQU no va considerar oportuna aquesta integració en el cas dels tres màsters universitaris verificats recentment i va acceptar la nova denominació del mòdul amb una càrrega total de 10 ECTS; per coherència, es va optar per fer aquesta mateixa modificació -però no integració- en el cas de la resta de màsters universitaris del centre.

<b>Diagnòstic</b>	<b>Identificació causes</b>	<b>Objectius a assolir</b>	<b>Accions proposades</b>	<b>Prioritat</b>	<b>Responsable</b>	<b>Terminis</b>	<b>Modificació SÍ/NO</b>
1. Tot i que el curs 2012-2013 vam constatar un descens en la demanda dels estudis, les dades de què disposem en el moment d'elaboració d'aquest IST ens fan veure que hem recuperat part de la demanda perduda.	La crisi econòmica és un element determinant que està dificultant un major nombre de matrícules.	Augmentar el nombre d'estudiants matriculats	Millores en els canals de difusió. Elaboració de vídeos amb entrevistes als professors del màster.	1	Dr. Josep Rom Prof. Josep Ma Picola	Segon semestre de 2013-14.	NO
2. Manca d'alumnes de la pròpia FCB entre els alumnes matriculats.	Per una banda, els estudiants que han cursat un grau a la FCB sovint volen diversificar l'origen de les seves titulacions.	Augmentar el nombre d'estudiants matriculats i el percentatge d'alumnes propis de la Facultat de Comunicació Blanquerna.	Promoure accions de difusió per donar a conèixer el Màster als estudiants i Alumni de la Facultat de Comunicació Blanquerna.	2	Dr. Josep Rom Prof. Josep Ma Picola Departament comunicació FCB. Alumni.	Segon semestre de 2013-14.	NO
3. Escassa presència de professorat internacional.	En els darrers dos cursos s'ha reduït la presència de professors internacionals per manca de recursos.	Incrementar la presència de professors de perfil internacional.	Afavorir la participació de professorat internacional, fer nous contactes. En el moment d'elaboració d'aquest IST ja s'ha planificat aquesta participació.	3	Dr. Josep Rom Prof. Josep Ma Picola	Segon semestre de 2014.	NO
4. Millora en la visualització i actualització de la informació pública del Màster.	Canvi constant fruit del procés d'avaluació continuada i de millora del màster.	Actualització de la informació pública a la pàgina web.	Actualitzar la informació pública relativa als apartats de programes, professorat i empreses de pràctiques.	1	Dr. Josep Rom Prof. Josep Ma Picola	Primer semestre de 2013-14.	NO
5. El nivell d'aprenentatge d'instruments tecnològics de disseny i audiovisuals és inferior al previst.	Els estudiants han de consolidar el domini de moltes tecnologies diferents.	Millorar el nivell d'aprenentatge d'instruments tecnològics de disseny i audiovisuals.	Increment de treballs tutoritzats per tutors de perfil tècnic per millorar la comprensió de les eines utilitzades en cada projecte i el seu domini.	2	Dr. Josep Rom Prof. Josep Ma Picola	Primer semestre de 2013-14.	NO

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

Aquest apartat ha estat elaborat per l'Oficina de Qualitat de la FCCB; en concret, pel doctor Alfons Medina (Director de la Oficina de Qualitat de la FCCB) i per la doctora Sònia Ballano (membre de la Oficina de Qualitat de la FCCB) a partir dels informes recollits per l'Oficina de Qualitat i el director de la titulació en les seves comunicacions periòdiques i reunions amb el coordinador del títol, amb el coordinador de pràctiques, amb la coordinadora de màsters oficials, amb el professorat que imparteix docència dins del Màster i amb els responsables de la borsa de treball; així com de les evidències recollides a partir de les sessions de tutories i avaluació de l'alumnat del Màster.

Tal com es detalla en el Manual del Sistema de Garantia Interna de la Qualitat, els directors de les titulacions oficials juguen un paper clau per garantir els mecanismes de disseny, control, aprovació i planificació de les titulacions. També juguen un paper clau, juntament amb l'Oficina de Qualitat, en la revisió periòdica de la titulació, ja que la informació que recopilen ens fa estar alerta de qualsevol possible incidència o mancança que es pugui produir. En aquest punt, l'Oficina de Qualitat valora positivament el procés que se segueix per garantir la qualitat del programes formatius del centre; vehiculat per l'elaboració dels Informes de Seguiment de Titulacions, que ens permeten recollir l'estat de la qüestió de cada titulació oficial partint d'una àmplia varietat d'indicadors quantitius i qualitius de referència. Concretament, des de l'OQ es valoren molt positivament els processos i procediments clau en el seguiment de les titulacions de la FCCB; com són, entre d'altres: el procés de recollida d'informació a partir del coordinador de la titulació de Màster, la implementació del sistema d'enquestes de satisfacció dels estudiants, els informes anuals d'ocupació elaborats per la Borsa de Treball, els informes de pràctiques o l'informe anual del sistema de bústia i suggeriments del centre. En aquest punt, **enguany destaquem, molt especialment, la correcta implementació del sistema d'enquestes de satisfacció del professorat**, tal com s'anunciava a l'IST de la convocatòria 2013. Aquest nou indicador, **implementat i complementat amb una enquesta de satisfacció del PAS**, permet obtenir una radiografia més acurada de l'estat de la qüestió dels principals serveis que han de garantir la qualitat i l'excel·lència del centre i de les titulacions que imparteix.

D'altra banda, s'ha continuat implementat satisfactòriament el nou sistema de recollida de queixes i suggeriments de les diferents titulacions de la FCCB a través d'una bústia electrònica del campus virtual. En el seu informe anual sobre el curs 2012-2013, el responsable de la recollida i l'anàlisi de la informació relativa a les queixes i suggeriment,

Dr. Carles Ruiz, Vicedegà de Professorat i Estudiants, apunta una modificació pel que fa a les edicions anteriors: enguany l'informe estableix dos nivells d'anàlisi: una valoració general i una valoració per cada titulació. Considerem que aquest doble nivell pot ser molt útil pels directors i coordinadors de les diferents titulacions de la Facultat, així com per a l'equip directiu i la pròpia Oficina de Qualitat. D'alta banda, l'informe anuncia una proposta de millora que, des de l'OQ, valorem igualment com a molt positiva: informar els estudiants cada inici de curs sobre la bústia de suggeriments a través del *newsletter*; fet que suposa millorar significativament els canals de comunicació, informació i acompanyament de l'alumne. En el procés d'acompanyament i millora dels canals de comunicació de l'alumne, també destaquem com a bona pràctica el fet que, durant el curs acadèmic 2012-2013 es va normalitzar l'elecció d'un/a estudiant delegat en representació de tots els màsters per a tenir-hi una interlocució directa.

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. En aquest punt, es valora molt positivament la preparació d'una Guia de suport per a l'elaboració dels Treballs Finals de Màster, així com el fet que, des de la coordinació i secretaria de màsters, es publicués el programa de l'assignatura "Treball Final de Màster", que conté especificacions d'acord a les especificacions de cada titulació.

Altres millores significatives en la publicació de la informació sobre la titulació a la web del centre ja han estat presentades al llarg d'aquest informe. En aquest punt, val a dir que a la web de seguiment de les titulacions del centre ja es poden consultar els indicadors de seguiment relatius a la primera edició del Màster (2011-2012) i, en paral·lel a l'elaboració d'aquest informe, s'està procedint a la introducció de les dades relatives al curs 2012-2013.

En relació al desenvolupament acadèmic, i tal com es desprèn d'aquest informe, s'observa un seguiment continu per part dels responsables de la titulació per garantir l'adequació dels objectius i competències establerts en el pla d'estudis de la titulació. A més, s'observa com es continua desenvolupant, a partir de la recollida de dades i de les diferents reunions entre tots els agents implicats, una àmplia reflexió sobre la titulació que està donant lloc al disseny i implementació d'un pla de millora del màster. En aquest punt, l'Avaluació AQU Catalunya de l'IST 2011-2012 relatiu a la titulació de Grau en Periodisme –i que es pot fer

extensiva a la globalitat de les titulacions oficials del centre-, valora satisfactòriament el procés de reflexió i millora de la titulació; fet que a l'OQ valorem com un indicador positiu de l'esforç que fa el centre per vetllar per la qualitat dels programes formatius.

De fet, tal com es recollia a l'informe anterior, des de l'OQ continuem vetllant pel procés de seguiment i millora contínua del SGIQ del centre en coherència amb els processos transversals desplegats des de la URL. Amb aquest objectiu, vam obrir diverses línies de treball que ens estan permetent:

- Garantir una millora continuada en la disponibilitat i accés a la informació pública relativa a les titulacions.

Tal 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. Val a dir que, en el moment de redacció d'aquest apartat, des de la URL s'està treballant en la millora del Web de seguiment per garantir un millor accés als indicadors de referència, seguint les recomanacions d'AQU a l'informe d'avaluació de les titulacions de la Universitat relatiu al curs acadèmic 2011-2012.

D'altra banda, en coordinació amb la Comissió de Graus i Postgraus, continuem treballant per actualitzar i millorar la disponibilitat i accés públic de la informació relativa a les titulacions; un aspecte que AQU ha valorat positivament en la seva avaluació de l'informe de seguiment de la titulació de Grau en Periodisme del curs acadèmic 2011-2012, que es pot fer extensiu a la globalitat de les titulacions oficials del centre.

- 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 sentit, al llarg del curs acadèmic 2012-2013 es va aprovar una revisió global del manual SGIQ que ha permès simplificar i actualitzar els processos i procediments del centre; que vam presentar degudament a l'Informe biennal de seguiment de la implementació del Sistema de Garantia Interna de la Qualitat 2010-2012 del 16 de juliol de 2013; lliurat, tal com estableixen els processos transversals per al seguiment de la implementació dels SGIQs, al Vicerectorat Acadèmic, d'Innovació docent i Qualitat de la URL.

D'altra banda, i amb la intenció de planificar amb excel·lència el procés d'acreditació de les titulacions del centre, l'Oficina de Qualitat –en coherència amb els processos transversals dissenyats per la URL- ha iniciat una primera fase de disseny dels processos i procediments per acreditar les titulacions oficials del centre, que inclou l'aprovació de la Comissió de Qualitat de la Facultat, on participen representants dels diversos públics interns del centre (alumnes, PDI, PAS, membres de l'Oficina de Qualitat i de l'Equip Directiu). L'aprovació d'aquesta Comissió de Qualitat suposa la consolidació definitiva d'un grup de treball que col·labora, permanentment, pel seguiment i millora de les polítiques de qualitat del centre.

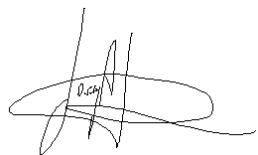
És per això que la valoració molt positiva de l'AQU (devolució IST convocatòria 2013) envers "l'actitud proactiva que el centre manté cap a la millora del seu SGIQ" reforça significativament la voluntat de l'OQ de continuar treballant en aquesta mateixa línia per consolidar la cultura de qualitat que ha de liderar tots els processos i procediments del centre. Val a dir que el Màster en Direcció d'Art segueix una pauta comuna a totes les titulacions de la Facultat; i que, un any més, constatem que els procediments de millora i d'introducció de la cultura de la qualitat en els diferents processos i procediments d'aquest títol garanteixen una retroalimentació molt positiva que permet la millora contínua de la qualitat acadèmic-docent i que consolida els fonaments del centre de cara a afrontar amb èxit i excel·lència el futur procés d'acreditació de titulacions.

Dr. Alfons Medina

Director de l'Oficina de Qualitat

i  
| 

ster en Direcció d'Art en Publicitat

---

