

Informe de seguiment de titulació

Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries

Titulació: Màster Universitari en Màster Universitari en estratègia i creativitat publicitàries

Curs d'inici de la implementació: 2009-2010

Centre: Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna

Responsable/es: Dr. Josep Rom

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 Estratègia i Creativitat Publicitàries:
<http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.masters-universitaris.estrategia-creativitat-publicitaria&idf=4&id=1493>

Link del web de recursos i activitats del Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries:
<http://web.me.com/romjosep/masterestrategiacreatividad/index.html>

2. Indicadors (taula amb dades):

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Accés i matrícula	Número de places ofertes	35
	Ratio admissions/oferta	0,77
	% Estudiants matriculats de nou ingrés	77,2% (27)
	% Titulacions prèvies amb les quals s'hi accedeix	51,85% Publicitat i Relacions Públiques 14,81% Administració i Direcció d'Empreses 7,41% Comunicació Audiovisual 14,81% Ciències de la Informació 3,70% Filologia Clàssica 7,41% Altres títols

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Característiques dels alumnes	% Estudiants segons nacionalitat	85,19% Espanya 3,70% Itàlia 3,70% Suïssa 3,70% Mèxic 3,70% Colòmbia

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Professorat	% de docència impartida per professors doctors	55,9%
	% de docència impartida per professors:	
	Catedràtic	10,6%
	Titulars i agregats	20,0%
	Altres (ajudants, col·laboradors, associats)	59,4%

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Mètodes docents	% hores per tipologia d'assignatures	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 de dels crèdits del treball de fi de màster, es distribueix en un 10% de tutories i un 90% de treball personal de l'estudiant.

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Espais	Utilització aulari. Laboratoris, biblioteques i altres recursos materials de suport a l'aprenentatge.	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.

Els estudiants utilitzen el Blink, campus virtual de Blanquerna, per tal de compartir espai de treball i de documents, fòrums o coreus amb els professors i els companys. També poden utilitzar el web del servei d'equipaments del centre, <http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.equipaments&idf=4&id=1640>, per fer el seguiment de la planificació i gestió dels espais, els laboratoris (plató, locutoris, sales d'edició, aules d'informàtica, laboratoris multimèdia) els materials d'enregistrament o sonorització.

A través del web de la biblioteca, poden accedir al catàleg i a les bases de dades de revistes fons de recerca del servei de biblioteques. <http://www.blanquerna.url.edu/inici.asp?id=sbb.biblioteques>.

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Campus virtual	Utilització del campus virtual (volum compartit, nombre d'accessos, volum de descàrregues)	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Avaluació dels aprenentatges	Mètodes d'avaluació emprats (exàmens, treballs)	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Pràctiques externes i mobilitat	% d'estudiants que han completat satisfactòriament les pràctiques externes (pràctiques externes optatives en el curs 2009/11, amb les modificacions, en el curs 2011/12 són obligatòries)	92,3%
	% d'estudiants propis que participen en programes de mobilitat (Els estudiants del màster universitari no han mostrat interès pel programa de mobilitat del centre)	0

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Activitats d'orientació	Per la professió	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.
	Per a la inserció laboral	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.

El departament Borsa de Treball-Alumni organitza activitats d'orientació professional pels alumnes dirigides a tots els estudiants del centre.

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Satisfacció	Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu (valoració 1 a 5)	3,63

	Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda (El curs 2010/11 és el primer cop que el nou servei de Borsa de Treball i Alumni del centre realitza l'enquesta de satisfacció dels titulats en relació als cursos anteriors)	
	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 curs 2010/11 és el primer cop que el nou servei de Borsa de Treball i Alumni del centre realitza l'enquesta de satisfacció dels titulats en relació als cursos anteriors)	

La pregunta 9 de la nostra enquesta als estudiants és la que valora de forma global la seva satisfacció amb la labor del docent: Grau de satisfacció general de l'assignatura (1 gens satisfactòria – 5 molt satisfactòria).

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Resultats Acadèmics	Taxa de rendiment	86,57
	% Excel·lents, MH (La taxa definitiva d'aquest curs no la podem tenir fins l'acabament del curs 2010-2011)	0,00
	Taxa d'abandonament (La taxa definitiva d'aquest curs no la podem tenir fins l'acabament del curs 2010-2011)	0,00
	Taxa de graduació en el temps previst t	11,54
	Taxa d'eficiència en el temps previst t	98,360
	Duració mitja dels estudis per cohort	1,00

En relació al percentatge d'excel·lents i MH el curs, no disposarem de dades definitives fins l'acabament de les convocatòries del curs 2010-11, perquè la major part dels estudiants del màster opten per la possibilitat que els hi atorguem de presentar el Treball Fi de Màster durant el següent curs, amb una matrícula dels crèdits sense càrrec.

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Resultats personals	Assoliment de competències transversals (treballs finals i valoracions autopercebudes; enquesta d'inserció laboral)	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.

		Any d'implantació de la titulació
Dimensió	Indicadors	2009-2010
Inserció laboral	Taxa d'ocupació (EIL)	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.
	Taxa d'adequació de la feina als estudis (EIL)	Pendent de la confirmació del model d'indicadors corresponents per l'AQU.

Les dades d'inserció són a un any de la fi del curs. Actualment el seguiment del grau d'inserció laboral del màster és responsabilitat del servei de Borsa de Treball Alumni del centre. Les enquestes de seguiment del curs anterior es realitzen el segon semestre, per tant encara no hi ha resultats dels estudiants del curs 2009-2010.

3. Anàlisi valorativa del funcionament de l'ensenyament i accions de millora

De manera general, podem fer una primera valoració força positiva si observem les dades presentades. Fa 3 anys que es realitza el Màster i com es pot comprovar en l'últim any es van matricular 27 persones. Aquesta dada, tot i el context de crisi actual, és indicadora de l'acceptació d'aquest ensenyament, que ha tingut xifres de matriculació excel·lents: el primer any (curs 2007-08) va comptar amb 15 alumnes, xifra més que acceptable per ser el primer any en què s'ofertava, però ja el curs següent vam comptar amb 36 alumnes (2008-09), 27 durant el curs 2009-10 i 28 alumnes matriculats durant el curs 2010-11. Com podem observar, són xifres que demostren un interès molt alt entre el públic potencial així com una clara consolidació d'aquest màster.

Un dels aspectes que s'ha discutit en les reunions de Postgrau ha estat l'ajustament de l'oferta i per tant del nostre pla d'estudis a allò que es demana en el món professional, i per tant, a aquelles competències que hauran de desenvolupar els nostres alumnes un cop acabin el Màster. A més, podem dir que la satisfacció global dels estudiants, recollida a partir de les enquestes realitzades als alumnes, és força satisfactòria.

Tal i com es pot observar en les dades aportades, un altre element positiu en el perfil dels nostres estudiants és que dues terceres parts provenen d'altres universitats i un 20 % provenen de fora de l'estat espanyol.

Un aspecte que s'ha detectat i que ens hem proposat corregir per a cursos posteriors està relacionat amb els treballs fi de màster. Per tal de potenciar una major qualitat en aquests, els estudiants tenen l'opció de lliurar els treballs durant el curs posterior sense que tinguin efectes a nivell de matrícula, ja que amb el nombre de crèdits dedicats al projecte final, era força complicat la presentació de projectes de qualitat durant el mateix curs acadèmic. Per tant, dins de l'apartat de resultats acadèmics –taxa d'abandonament, excel·lents i graduació en temps previst–, resulta difícil conèixer les dades definitives de la cohort fins a l'acabament del curs següent. perquè la major part dels estudiants del màster opten per la possibilitat que els hi atorguem de presentar el Treball Fi de Màster durant el següent curs. No obstant, hem de destacar que la taxa de rendiment (86'57%) i la taxa d'eficiència (98'36%) són prou satisfactòries i denoten un important seguiment per part dels estudiants de les assignatures i del conjunt del pla d'estudis del nostre màster.

Una altra de les evidències recollides en els primers anys d'implementació del màster va ser que el percentatge dels alumnes que optava per les pràctiques era majoritari. En les anteriors edicions del Màster les pràctiques eren optatives. En aquest sentit, una modificació que resultava imprescindible, perquè així ho deia la nova normativa, era que les pràctiques fossin obligatòries en l'itinerari professional. En el nostre cas, això a la pràctica ja era així, per tant, no suposarà cap canvi important en la dinàmica ja establerta.

Per tant, confiem que continuarà sent una experiència profitosa ara que amb les modificacions seran crèdits obligatoris. Un altre aspecte que s'ha de potenciar més és la mobilitat internacional. Tot i l'oferta de programes de mobilitat internacional del centre, cal que potenciem més l'interès dels estudiants del màster per l'intercanvi amb d'altres universitats. Actualment tenim una representació de 3 estudiants Erasmus, xifra que és clarament millorable.

S'ha proposat també, en relació al pla d'estudis, la fusió d'alguna assignatura, i s'han augmentat els crèdits d'altres. Finalment, s'han de valorar els comentaris sobre el fet de poder dedicar exclusivament les assignatures de metodologia a aquells estudiants de l'itinerari de recerca. El fet de barrejar en una mateixa classe de metodologia alumnes que volien realitzar un treball professional i un treball d'investigació dificultava una mica un ritme adequat de les competències a treballar en cada cas. Amb les modificacions presentades aquest tema, creiem, quedarà resolt.

Globalment podem dir que hem aconseguit consolidar l'oferta d'aquest màster universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries, després de quatre edicions (aquest informe és el seguiment de la tercera edició del màster –la primera en funció del nou calendari d'implementació–, curs 2009-10), tant en els aspectes d'especialització professional com en l'àmbit de recerca, amb diferents estudiants del màster que s'han matriculat en el programa de Doctorat de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.

Tot seguit detallem les modificacions que s'han introduït en el Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries. Aquestes tenen com a objectiu la millora de les competències i objectius de formació dels estudiants del Màster i són el fruit de les observacions (reunions de coordinació, avaluacions alumnat, reunions amb professionals, reunions de la Comissió de Postgrau) realitzades en els anys que portem impartint-lo.

A partir del que hem comentat anteriorment podem dir que els estudiants de l'itinerari professional tenen un profund interès en ampliar els seus coneixements per aplicar-los a la pràctica professional. En canvi, els estudiants de l'itinerari de recerca focalitzen el seu interès en el doctorat. A banda, com hem dit anteriorment, de què aquest aspecte ja el volien modificar, en la normativa d'elaboració dels nous màsters universitaris aquest aspecte ja era obligatori.

Per aquest motiu s'han plantejat uns ajustaments que diferencien més clarament els dos itineraris.

Les modificacions que s'han proposat i que han estat aprovades per l'ANECA, el juliol de 2010 són les següents:

1. Supressió del Mòdul de Aproximació al Món Professional i la Investigació (3 crèdits ECTS) i del Mòdul Internacional (3 crèdits ECTS).

S'ha suprimit el Mòdul Internacional i el Mòdul de Aproximació al Món Professional i la Investigació, amb un valor de 3 crèdits ECTS cadascun, en benefici d'ampliar el creditatge del Mòdul de Continguts Fonamentals II (de 12 a 14 crèdits) i del Treball de Fi de Màster (de 5 a 10 crèdits). La principal raó que motiva aquest canvi és la voluntat d'especialització del màster al voltant dels seus principals eixos -l'estratègia i la creativitat, vehiculades a través dels mòduls de continguts fonamentals-.

2. Limitació de l'obligatorietat del mòdul en Metodologia de les Ciències Socials i les Ciències de la Comunicació (10 crèdits) i creació del mòdul de Continguts Fonamentals III (10 crèdits) i de caràcter obligatori per a l'itinerari professional

El mòdul en Metodologia de les Ciències Socials i les Ciències de la Comunicació (10 crèdits) ha passat a ser obligatori únicament per als estudiants que vulguin realitzar l'itinerari de recerca del màster. A més, en el cas que un estudiant de l'itinerari professional vulgui realitzar el doctorat, haurà de cursar obligatòriament el mòdul en Metodologia de les Ciències Socials i les Ciències de la Comunicació (10 crèdits).

Els estudiants interessats en l'itinerari professional del màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries han de cursar obligatòriament el Mòdul de Continguts Fonamentals III (10 crèdits), orientat a entrenar en la pràctica professional de l'estratègia i la creativitat publicitàries. Aquest mòdul està format per tres assignatures, de caràcter eminentment pràctic i encaminades a aprofundir en aspectes fonamentals de la pràctica publicitària:

- Tècniques de retòrica i redacció (4 crèdits ECTS)
- Processos i mètodes de conceptualització (3 crèdits ECTS)
- Producció gràfica i audiovisual (3 crèdits ECTS)

3. Limitació de l'obligatorietat del mòdul d'assignatures optatives (6 crèdits) i incorporació d'un mòdul de pràctiques obligatòries (6 crèdits) per l'itinerari professional del màster.

Els estudiants de l'itinerari professional han de cursar obligatòriament el mòdul de pràctiques externes (6 crèdits). Els estudiants de l'itinerari d'investigació poden escollir 6 crèdits optatius del mòdul d'assignatures optatives, del mòdul de continguts fonamentals III, així com totes les assignatures de qualsevol dels màsters universitaris oferts per la Facultat de Comunicació Blanquerna, sempre que siguin compatibles amb l'horari lectiu del màster universitari en Estratègia i Creativitat.

4. Canvi en el creditatge del Mòdul de Continguts Fonamentals I.

El mòdul de Continguts Fonamentals I, de caràcter obligatori per a tots els estudiants del màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries, ha canviat el seu creditatge de 15 a 14 crèdits ECTS. Aquesta modificació s'ha realitzat amb la intenció d'equilibrar els continguts dels dos mòduls obligatoris de continguts fonamentals (I i II), que han passat a tenir 14 crèdits ECTS cadascun.

5. Canvi en el creditatge i les assignatures del Mòdul de Continguts Fonamentals II.

Amb l'objectiu d'equilibrar el creditatge en els dos mòduls obligatoris de continguts fonamentals, el mòdul de Continguts Fonamentals II ha passat a tenir 14 crèdits ECTS (en lloc dels 12 crèdits que tenia).

En aquest mòdul també s'han incorporat o modificat les següents assignatures:

-Creativitat i llenguatges: La incorporació d'aquesta assignatura respon a un doble objectiu. D'una banda, es pretén augmentar el pes de les assignatures vinculades a la creativitat, per ser aquesta una de les línies prioritàries del màster. D'altra banda, la comunicació en els nous mitjans publicitaris requereix el domini d'un llenguatge específic i adequat a ells.

-Anàlisi d'audiències i planificació estratègica de mitjans: Aquesta assignatura sorgeix a partir de la fusió de les assignatures "Planificació estratègica de mitjans" i "Anàlisi d'audiències i el seu impacte en el disseny d'estratègies", perquè l'experiència ens ha demostrat que els punts de contacte entre ambdues són nombrosos.

-El planner i les estratègies de comunicació: S'ha cregut convenient a partir de les evidències recollides abans comentades en el punt anterior, incorporar aquesta

assignatura perquè gira al voltant d'un dels eixos del màster: l'estratègia publicitària. En les agències publicitàries, la figura del planner o planificador de comptes és el responsable de crear les estratègies de comunicació. Per això, el fet d'aprofundir en aquesta figura possibilita una comprensió de les eines i el procés estratègic de la publicitat.

6. Canvi de denominació i de creditatge del Seminari de Comunicació II.

El "Seminari de Comunicació II. Projecte de final de màster" ha passat a anomenar-se "Treball de Fi de Màster" i la seva càrrega lectiva s'ha canviat de 5 a 10 Crèdits ECTS. Aquest mòdul ha de permetre desenvolupar el projecte final del màster professional o d'investigació, i tutoritzar-lo individualment. El projecte professional ha de ser una proposta o una anàlisi de la pràctica professional relacionada amb l'estratègia i la creativitat publicitàries. El projecte de recerca és un treball de fi de màster orientat a la redacció de la tesis doctoral.

El canvi de nom -de "Seminari de Comunicació II", a "Treball de Fi de Màster"- i de creditatge -de 5 a 10 Crèdits ECTS- es deu a què, en base a evidències recollides prèviament i per les raons abans comentades, s'ha recomanat que el projecte final del màster tingui entitat pròpia i disposi d'una atribució de pes curricular específica i d'acord a les hores lectives dedicades a la realització d'aquest projecte.

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

Aquest informe ha estat elaborat per l'equip responsable del SGIQ 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 Acadèmic del Màster (Dr. Josep Rom) i el coordinador del mateix (Ll. Antoni Náter), en les seves comunicacions periòdiques i reunions de coordinació amb el professorat que imparteix docència en el Màster, les sessions de tutories i avaluació amb els alumnes (individuals i grupals) així com les reunions periòdiques d'aquest amb el Director Acadèmic del Màster. En aquest sentit, s'han recollit, en els últims anys, una sèrie de propostes que s'han discutit i aprovat en les reunions de la Comissió de Postgrau de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, formada pel Vicedegà de Recerca i Postgrau de la FCCB, la coordinadora general dels Màsters de la FCCB, Dra. Magda Sellès així com pels directors i coordinadors dels Màsters Universitaris que s'imparteixen a la Facultat.

Com s'ha comentat en el punt anterior, un dels aspectes que s'ha discutit en les reunions de Postgrau ha estat l'ajustament de l'oferta i per tant del nostre pla d'estudis a allò que es demana en el món professional, i per tant, a aquelles competències que hauran de desenvolupar els nostres alumnes un cop acabin el Màster. Per tot això, el coordinador del Màster ha recollit evidències de diferents formes: en primer lloc amb les reunions establertes de manera periòdica amb professionals de la nostra àrea de coneixement, per altra banda, amb les reunions de coordinació establertes amb els professorat que provinent del món professional (podem observar que en el nostre Màster aquesta xifra és important), així com en els contactes amb les empreses que col·laboren en les pràctiques del nostre Màster. Per altra banda, en les reunions de la Comissió de Postgrau s'ha elaborat també una sèrie de línies que, en l'apartat teòric i metodològic, ha de complir el

màster per garantir una bona línia en l'apartat de recerca, que pugui garantir, en un futur, la incorporació a un programa de Doctorat.

Un altre aspecte aprovat en la reunió de la Comissió de Postgrau, a partir dels resultats del primer any en què es va realitzar el màster i les evidències de reunions de coordinació amb el professorat i les reunions amb els alumnes de la primera promoció, va ser augmentar el nombre de crèdits del treball de fi de màster i permetre la presentació del treball durant l'any acadèmic posterior sense que això tingui cap efecte sobre la matriculació.

El procés de recollida de la informació que possibilita el sistema de la garantia interna de la qualitat ha permès també corregir i proposar les pràctiques com a obligatòries, tot i que en el pla d'estudis anterior figuraven com a optatives. Aquest fet, a més estava en consonància amb la nova normativa, en què aquestes ja passaven a ser obligatòries. En la comissió de Postgrau, amb els coordinadors i directores acadèmics dels Màster, es va decidir també que s'havia de potenciar la mobilitat internacional, tal i com s'ha explicat en el punt anterior.

De la mateixa manera, s'han discutit en les reunions de coordinació entre el professorat, el Director Acadèmic i el Coordinador del Màster els elements que més podien millorar una adequació del pla d'estudis. En aquest sentit, com s'ha explicat en el punt anterior, això ha permès la fusió d'alguna assignatura, i s'ha augmentat els crèdits d'altres. Finalment, a partir dels comentaris dels professors de l'àrea de metodologia, els comentaris realitzats pels alumnes de les diferents promocions i les reunions de coordinació entre les diferents àrees ha possibilitat la proposta de realitzar les assignatures de metodologia exclusivament per a aquelles persones de l'itinerari de recerca. Amb les modificacions presentades aquest tema, creiem, quedarà resolt.

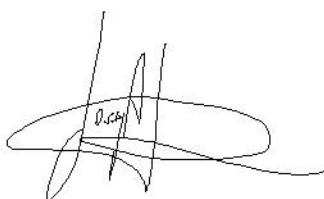
Les modificacions que s'han introduït en el Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries tenen com a objectiu la millora de les competències i objectius de formació dels estudiants del Màster i són el fruit de les observacions realitzades en els anys que portem impartint-lo.

Dr. Josep Rom

Director Màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries

Dr. Josep Rom

Responsable de l'execució de l'IST.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dr. Rom', written over a large, stylized, abstract scribble.