

Informe de seguiment de titulació

Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries

Titulació: 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, director del Màster Universitari en estratègia i creativitat publicitàries, 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 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. 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/estrategiaycreatividad/>

Pel que fa a la informació pública disponible del desenvolupament operatiu de l'ensenyament, així com dels indicadors corresponents, informem que es troben disponibles 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):

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011
Accés i matrícula	Número de places ofertes	35	35
	Ratio admissions/oferta	0,77	0,49
	% Estudiants matriculats de nou ingrés	77,2% (27)	56,67%
	% 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	Sense Informar: 5,8% Llicenciat en Ciències de la Informació: 5,8% Llicenciat en Ciències Empresarials: 5,8% Llicenciat en Història de l'art:

		3,70% Filologia Clàssica 7,41% Altres títols	5,8% Llicenciat en Periodisme: 5,8% Diplomat en Turisme: 5,8% Llicenciat en Comunicació Audiovisual: 17,6% Llicenciat en Publicitat i RP: 47,0%
--	--	---	---

Dimensió	Indicadors	Curs	
		2009-2010	2010-2011
Característiques dels alumnes	% Estudiants segons nacionalitat	85,19% Espanya	80,00% Espanya
		3,70% Itàlia	3,33% Romania
		3,70% Suïssa	3,33% Mèxic
		3,70% Mèxic	3,33% Alemanya
		3,70% Colòmbia	3,33% Veneçuela 6,67% Colòmbia

Dimensió	Indicadors	Curs	
		2009-2010	2010-2011
Resultats Acadèmics	Taxa de rendiment	86,57	70
	% Excel·lents, MH	0,00	0,00
	Taxa d'abandonament	0,00	42
	Taxa de graduació en el temps previst t	11,54	8
	Taxa d'eficiència en el temps previst t	98,360	100
	Duració mitja dels estudis per cohort	1	1

Dimensió	Indicadors	Curs	
		2009-2010	2010-2011
Professorat	% de docència impartida per professors doctors	55,9%	55,4%
	% de docència impartida per professors:		
	Catedràtic	10,6%	8,3%
	Titulars i agregats	30,0%	41,4%
	Altres (ajudants, col·laboradors, associats)	59,4%	50,3%

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011
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 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.	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.

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011
Pràctiques externes i mobilitat	% d'estudiants que han completat satisfactòriament les pràctiques externes (pràctiques externes optatives en el curs 2010/11, amb les modificacions, en el curs 2011/12 són obligatòries)	92,3%	88,2%
	% 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	0

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011
Satisfacció	Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu (valoració 1 a 5)	3,63	3,65
	Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda		50%
	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)		100% Sí

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).

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, les nostres dades es corresponen a estudiants titulats durant l'any 2010 (sense distinció de cohort). Tanmateix, són un indicador molt útil per estudiar el grau de satisfacció dels estudiants del màster.

		Curs	
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011
Inserció laboral	Taxa d'ocupació (EIL)		100%
	Taxa d'adequació de la feina als estudis (EIL)		50%

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, les nostres dades es corresponen a estudiants titulats durant l'any 2010 (sense distinció de cohort). Tanmateix, són un indicador molt útil per estudiar el grau de satisfacció dels estudiants del màster.

3. Anàlisi valorativa del funcionament de l'ensenyament

En l'anàlisi valorativa es troben referències constants al següents textos:

- a) Modificacions aprovades per l'organisme ANECA al juliol del 2010.
- b) Informe d'Avaluació de Seguiment de Titulació (Màster Universitari en Ficció en Cinema i Televisió) 2009-10 per part de l'AQU.

Tal i com es comentava en l'informe d'avaluació del seguiment de la titulació del Màster Universitari en Ficció en Cinema i Televisió, i tenint en compte que podem aplicar bona part de les recomanacions a aquesta titulació, s'ha procedit a millorar la informació pública de la titulació. Durant aquest període s'han començat a implementar els canvis assenyalats per l'AQU. En aquest sentit, actualment hi ha una guia docent de les assignatures, dins de l'estructura modular, amb els diferents itineraris, competències, metodologia i avaluacions. S'indica també el professorat que impartirà cada assignatura. Tots els altres aspectes d'informació pública que encara no estan disponibles a la web s'incorporaran el més aviat possible. En aquest sentit, els coordinadors del màster, juntament amb els membres responsables del manteniment de la web del centre hi estan treballant. En qualsevol cas, la titulació està treballant, tal i com indica la comissió, per millorar la transparència, i per tant, la seva informació pública.

Tal i com recull el procediment del centre, a partir de les reunions de Postgrau (amb la presència del Vicedegà de Recerca i Postgrau, la coordinadora dels Màsters, els Directors i coordinadors dels Màsters) podríem resumir els principals temes que s'han consensuat i que afecten a la titulació:

- Com hem comentat anteriorment s'ha treballat com a prioritat en l'actualització de la informació pública de la titulació. En relació a aquest tema es constata que s'han millorat diferents aspectes d'aquesta informació pública de la titulació, com es proposava en l'avaluació de l'anterior informe de seguiment per part de l'AQU. (Avaluació de l'Informe de Seguiment de Titulació 2009-10 per part de l'AQU).
- Es constata també que la doble estructura de Director Acadèmic i coordinador de cada màster permet una bona coordinació amb els alumnes del Màster, una relació periòdica

amb el món empresarial i alhora una coordinació amb la responsable dels diferents màsters del centre i el Vicedegà de Recerca i Postgrau.

- En relació al treball fi de màster, la Unitat de Qualitat del centre va recollir la recomanació de l'AQU a partir de l'avaluació dels informes de seguiment del curs passat i va posar en coneixement del Vicedegà de Recerca i Postgrau el fet que s'havia d'ajustar la càrrega de treball del màster per tal que els alumnes puguin acabar els estudis en el temps previst (1 any). A partir de les diferents reunions que s'estan portant a terme, i que la unitat de qualitat n'està fent el seguiment, aquest tema s'implementarà a partir del curs 2012-2013.

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

Anàlisi dels indicadors:

Si bé encara no es disposen de dades sobre la taxa de graduació de l'any en curs, i atès que encara estan pendents d'avaluació els Treballs Finals de Màster presentats pels alumnes del curs 2010-11, ens hem de fixar en altres indicadors per poder analitzar l'evolució de la titulació. En aquest sentit, hem de destacar:

- a) Que la taxa de rendiment s'ha reduït lleugerament entre el curs 2009-10 i el 2010-11 passant del 86,57% al 70%. Durant el curs 2010-11 es va incrementar el nombre d'activitats del màster, caldrà valorar el grau de rigor dels professors i el volum de treball amb els estudiants.
- b) Per primera vegada es disposa d'un indicador fiable sobre la satisfacció dels titulats una vegada que ja han acabat els estudis. En aquest cas, el 100,00% dels estudiants titulats al 2010 repetirien estudis i la taxa de satisfacció dels estudiants no baixa i del 3,63 puja una mica fins al 3,65.
- c) També hauriem de destacar una lleugera modificació del perfil d'accés entre els estudiants del màster. Del curs 2009-10 al curs 2010-11 hi ha una petita variació en el percentatge d'estudiants llicenciats en Publicitat i Relacions Públiques i es passa del 51.85% al 47.00%, de manera que els estudiants de diverses titulacions valoren les possibilitats que ofereix el màster per accedir al món professional de la publicitat.
- d) Hi ha una presència més important d'estudiants estrangers, un 20%. La internacionalització del programa ha avançat encara més.
- e) 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 professor 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.
- f) Respecte a la taxa de graduació, som conscients de que la fórmula d'oferir als estudiants realitzar el treball de fi de màster en dos cursos no es correspon amb la durada oficial dels estudis, tot i que no implica cap cost pels alumnes i estem en procés de modificació d'aquest procediment, com es pot veure per les modificacions del Màster que s'han implementat en el curs 2011-12 que dediquen més crèdits i tutories al seguiment dels treballs de fi de màster.

Un dels objectius del Màster Universitari en Estratègia i Creativitat és precisament oferir una especialització professional a alumnes ampliant la 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. Aspecte que es veu reforçat pel canvi del pla d'estudis del curs 2011-12 amb el desplegament de les pràctiques obligatòries.

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 de les modificacions aprovades per l'organisme ANECA al juliol del 2010 i per la Junta de Govern de la URL. Per tant en el moment de redacció d'aquest informe estem encara valorant l'aplicació d'aquestes modificacions, si bé ja podem apreciar els primers resultats. En aquest sentit han estat el director del Màster, Dr. Josep Rom, i el coordinador, Prof. Antoni Nater, 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 modificacions 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 dels programes de les noves assignatures de l'itinerari professional i s'han reforçat altres per tal d'afavorir l'assoliment de competències per part dels alumnes. Respecte de 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, i que la integració de tres noves assignatures de l'itinerari professional s'està duent a terme amb notable èxit. La integració de les competències de cada assignatura i el seu desenvolupament concret durant el curs ha estat una preocupació constant. Al tractar-se d'un grup reduït d'estudiants aquesta integració s'ha pogut seguir amb més precisió.

En aquest cas s'ha de diferenciar el grau d'assoliment dels objectius en funció de si parlem de les diferents assignatures de continguts fonamentals, del Treball de Fi de Màster o de les pràctiques externes en empreses.

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 als mòduls fonamentals però també al Treball de Fi de Màster. L'intent de millorar la interrelació entre assignatures i Treball i la revisió de la càrrega d'aquest, són accions encaminades a consolidar els coneixements especificats als programes i a augmentar la taxa de graduació en el temps previst.

2.- En el cas de les pràctiques externes en empreses es va definir la obligatorietat pels alumnes de l'itinerari professional per reforçar l'assoliment de competències i objectius. Igualment es va establir un pla d'acció orientat a l'ampliació de la tutorització de les pràctiques. La responsabilitat d'aquest nou procediment és del coordinador Antoni Nater i del coordinador de pràctiques del Màster, que també és el coordinador general de les pràctiques del Grau de Publicitat i relacions Públiques, i que, per tant, té una visió global del mercat de pràctiques que afecta a tots els alumnes del Màster.

3.- Respecte a les modificacions realitzades i implementades aquest curs i que van ser sol·licitades l'any passat (Avaluació de l'Informe de Seguiment de Titulació 2009-10 per part de l'AQU) no podem oferir una valoració definitiva del procés perquè el curs actual no ha acabat. No obstant, el coordinador i el Director Acadèmic han pogut reunir ja una sèrie de conclusions provisionals a partir de les diferents reunions realitzades amb tots els participants implicats en el procés.

3.1- L'establiment de dos itineraris, un professional i un de recerca (Modificació 2) ha permès una millor atenció a les necessitats d'aprenentatge dels estudiants, focalitzant esforços i ampliant el temps dedicat a la redacció i confecció del Treball Fi de Màster. La principal raó que va motivar aquest canvi és la voluntat d'especialització del màster al voltant dels seus principals eixos –la planificació estratègica i la creativitat estratègica i redaccional- vehiculats a través dels mòduls de continguts fonamentals. L'ampliació del Mòdul de Continguts Fonamentals II ha possibilitat millorar els continguts d'aquest mòdul, reforçant particularment les àrees d'eines estratègiques i redacció creativa. D'altra banda, l'ampliació del creditatge del Treball de Fi de Màster permet donar millor cobertura a la feina dels alumnes, a més de permetre ajustar la càrrega de treball real que implica el Treball de Fi de Màster a la càrrega docent mesurada en crèdits ECTS.

3.2- La incorporació del Mòdul de Continguts Fonamentals III (Modificació 3) ha permès reforçar continguts i ampliar la dedicació al Treball Fi de Màster. Les assignatures “Tècniques de retòrica i redacció”, “Producció gràfica i audiovisual” i “Processos i mètodes de conceptualització” reforcen coneixements essencials a l'hora d'elaborar el treball final de l'itinerari professional. Els estudiants interessats en la vessant professionalitzadora del màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries han de cursar obligatòriament el Mòdul de Continguts Fonamentals III (10 crèdits). Aquest mòdul té com a objectiu proporcionar a l'alumne els coneixements i eines necessàries per comprendre les dinàmiques d'un mercat de les agències de publicitat i els anunciant, un entorn canviant. Aquest mòdul està format per tres assignatures de caràcter pràctic i encaminades a aprofundir en aspectes fonamentals de la pràctica professional. Les assignatures que formen aquest mòdul tenen un caràcter optatiu per als estudiants que trien l'itinerari acadèmic-investigador.

3.4. 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 Nestlé, Artiach o Unilever, el nostre col·laborador del curs 2010-11, amb seguiment de l'empresa i presentacions a l'anunciant reforcen la capacitat dels estudiants en les pràctiques de les empreses.

4. Sobre la baixa taxa de graduació en el temps previst:

Com bé vam manifestar en ocasions anteriors, fins ara els alumnes podien presentar el treball de fi de màster durant el següent curs acadèmic una vegada finalitzats els estudis. A l'Informe d'Avaluació del Seguiment de Titulació que es va fer del Màster de Ficció en cinema i televisió del nostre centre, de març de 2011, i com que és un tema que afecta també a aquesta titulació, s'estableix la necessitat d'aconseguir millorar la taxa de graduació en el temps previst. Considerant que aquesta pràctica s'ha de modificar hem previst un pla d'actuació que hem concretat durant el curs 2011-12, i que s'implementarà durant aquest curs i el següent (curs 2012-2013) arran de les modificacions ja efectuades sobre l'estructura general del Màster Universitari en Estratègia i Creativitat. El pla s'especifica en el següent punt i té com a objectiu aconseguir que els estudiants acabin els estudis dins de l'any acadèmic.

3. 3. Pla de millora

1. Objectius del pla d'acció

Aconseguir millorar la taxa de graduació en el temps previst (1 any acadèmic) dels matriculats al Màster Universitari en Ficció en compliment de les especificacions i recomanacions de la AQU. Tot i que alguns d'aquests canvis s'estan portant a terme durant el curs 2011-2012, l'objectiu és que tot el pla d'actuació es desplegui en la seva totalitat durant el curs 2012-2013.

2. Actuacions i intervencions

2.1 En primer lloc s'ha procedit a una revisió de la càrrega del Treball Fi de Màster. L'Assignació de creditatge ha quedat fixada en un total de 10 crèdits ECTS, el que ha permès dedicar més temps a la preparació i realització del treball.

2.2 En segon lloc s'ha ajustat el sistema d'avaluació d'algunes assignatures, en concret de 2 (Creativitat i llenguatges i Comunicació integrada de màrqueting) per ajudar al desenvolupament del Treball Fi de Màster. Una part de l'avaluació d'aquestes assignatures depèn de l'assoliment de competències i coneixements necessaris per la realització del Treball Fi de Màster. Així sense renunciar als continguts i coneixements propis d'aquestes matèries s'ha aconseguit relacionar diferents assignatures dels diferents mòduls amb el projecte individual de cada alumne que es materialitza en el Treball de Fi de Màster.

2.3 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 als 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.

2.4 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; de manera que els coordinadors del màster en facin el seguiment acurat per a que tot l'alumnat en faci el lliurament en el termini indicat.

3. Responsables de l'aplicació del pla

En aquest cas el Director del Màster, Dr. Josep Rom, i el Coordinador del mateix, prof. Antoni Nater. La seva tasca consisteix, a més de la direcció de diferents assignatures del màster, en vehicular adequadament els diferents treballs de fi de màster a través del Seminari de Comunicació I, 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. Antoni Nater s'encarreguen de coordinar el desenvolupament dels treballs finals i del seguiment dels mateixos.

4. Calendari d'implantació

Les modificacions 2.1 i 2.2 s'estan portant a terme durant el curs 2011-12. Les modificacions 2.3 i 2.4 es faran al llarg dels cursos 2011-2012 i 2012-2013.

Altres punts del pla de Millora:

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

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 (Director Acadèmic del Màster) i Alfons Medina (Director de la Unitat de Qualitat de la FCCB) i pel coordinador actual del Màster (llic. Antoni Nàter). 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 ha millorat ostensiblement degut a un bon procediment. 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 als Directors Acadèmics dels Màsters i als coordinadors de les millores que s’havien de dur a terme. Aquestes s’estan implementant durant el curs 2011-2012 i es continuaran desplegant durant el 2012-2013.

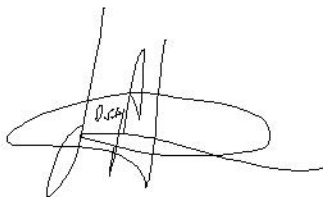
En relació al segon apartat de l’informe (sobre la recollida d’indicadors), en coordinació amb el Rectorat de la Universitat, s’han desplegat noves bases de dades que permeten una millor gestió dels indicadors recollits i per primer cop s’ha establert un procediment de consulta dels antics alumnes del màster amb el Servei Alumni-Borsa de Treball. A més s’ha implementat un nou sistema d’enquestes d’estudiants on-line per facilitar la recollida de dades de valoració dels estudis per part dels estudiants. Un dels reptes pendents és el desplegament d’un sistema d’enquestes del grau de satisfacció del professorat implicat, 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 establir els processos de millora del SGIQ del nostre centre. El “Màster Universitari en Estratègia i Creativitat publicitàries”, segueix una pauta comuna a totes les altres titulacions del Centre (FCCB). Es valora positivament que comenci la seva oferta ja durant el mes de gener de 2012, 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 que hi ha una secció de secretaria, una coordinadora 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 després d’aquest segon informe de seguiment, els procediments de millora i d’introducció de la cultura de la qualitat en els diferents processos i procediments d’aquest màster i de les altres titulacions del centre, comporta una retroalimentació molt positiva en aquest sentit de millora contínua de la qualitat.

Dr. Josep Rom

Director Màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dr. Rom', written over a horizontal line.

Dr. Joan Barata

Responsable de l'execució de l'IST.

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical and horizontal strokes, appearing to be the initials 'J.B.' or similar.