

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/>

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	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Accés i matrícula	Número de places ofertes	35	35	20
	Ratio admissions/oferta	0,77	0,49	1,35
	% Estudiants matriculats de nou ingrés	77,2% (27)	56,67%	46,5%
	% 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	Sense Informar: 5,8% Llicenciat en Ciències de la Informació: 5,8% Llicenciat en Ciències Empresarials: 5,8% Llicenciat en Història de l'art: 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%	Publicitat i Relacions Públiques: 60% Creació/ disseny/ disseny gràfic: 15% Art: 5% Ciències de la Informació: 5% Altres títols universitaris: 15%

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Característiques dels alumnes	% Estudiants segons nacionalitat	85,19% Espanya	80,00% Espanya	Espanya: 75%
		3,70% Itàlia	3,33% Romaniaa	Veneçuela: 10%
		3,70% Suïssa	3,33% Mèxic	Xile: 5%
		3,70% Mèxic	3,33% Alemanya	Brasil: 5%
		3,70% Colòmbia	3,33% Veneçuela	Gran Bretanya: 5%
			6,67% Colòmbia	

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Resultats Acadèmics	Taxa de rendiment	86,57	70	87,08%
	% Excel·lents, MH	0,00	0,00	0,00
	Taxa d'abandonament	0,00	42	0,00
	Taxa de graduació en el temps previst t	11,54	8	60%
	Taxa d'eficiència en el temps previst t	98,360	100	103,2%
	Duració mitja dels estudis per cohort	1	1	1

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Professorat	% de docència impartida per professors doctors	55,9%	55,4%	59,9%
	% de docència impartida per professors:			
	Catedràtic	10,6%	8,3%	8,8%
	Titulars i agregats	30,0%	41,4%	44,2%
	Altres (ajudants, col·laboradors, associats)	59,4%	50,3%	46,9%

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	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 de dels crèdits del treball de fi de màster, es distribueix en un 10% de tutories i un 90% de	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	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

		treball personal de l'estudiant.	treball personal de l'estudiant.	distribueix en un 10% de tutories i un 90% de treball personal de l'estudiant.
--	--	----------------------------------	----------------------------------	--

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012
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%	100%
	% 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	0

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Satisfacció	Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu (valoració 1 a 5)	3,63	3,65	3,68
	Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda		50%	66,7%
	Satisfacció del professorat amb el programa formatiu			*
	Taxa d'intenció de repetir estudis		100%	45%

*El curs acadèmic 2011-2012 encara no s'havia habilitat un sistema d'enquestes de professorat.

		Curs		
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Inserció laboral	Taxa d'ocupació (EIL)		100%	100% *
	Taxa d'adequació de la feina als estudis (EIL)		50%	66,7% *

*Les dades de satisfacció de titulats, d'intenció de repetir els estudis i 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, en aquests moments disposem de les dades relatives a la promoció anterior. 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

El Màster Universitari en Estratègia i creativitat publicitàries té com a objectiu principal la formació d'estrategues i creadors en la comunicació publicitària a través del desenvolupament de la capacitat investigadora i la formació tècnica i professional. Recordem que el Màster se centra en l'estudi i el desenvolupament de les claus del pensament estratègic i creatiu, i també en l'estudi d'altres habilitats vinculades a la gestió, com ara la capacitat negociadora i la capacitat prospectiva, entre altres.

El programa acadèmic del Màster respon al doble objectiu de la formació investigadora, d'una banda, i la capacitat tècnica i professional, de l'altra. Per això, el Màster concentra els seus esforços en el desenvolupament del pensament estratègic aplicat a la comunicació empresarial, en el desenvolupament de la creativitat com a element fonamental del producte comunicatiu aplicat a l'empresa, i en l'adquisició i la pràctica d'habilitats relacionades amb la gestió, el màrqueting i l'economia.

El curs 2011-12 va destacar per la posada en marxa del pla de millora que es va dissenyar el curs 2010-11 per adaptar el màster a les modificacions aprovades per l'organisme ANECA al juliol del 2010. També cal destacar la redefinició de la oferta de places, ara són 20, en funció de la demanada actual del mercat.

Durant aquest període, s'ha procedit a millorar la informació pública del Màster, com es pot veure en la nova estructura de continguts del web, i hem potenciat l'ús del web específic de la titulació com espai de comunitat entre professors i estudiants. També s'ha implementat la nova estructura de tribunals d'avaluació i el nou calendari de tutorització del del Treball de Fi de Màster. Podem afirmar que s'han complert els objectius establerts en l'IST del curs anterior.

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

Anàlisi dels indicadors:

A partir dels indicadors del curs 2011-12 podem establir algunes tendències que volem destacar:

- a) Hem adaptat la oferta de places a les tendències d'un mercat en contracció i es manté un alt nivell de participació d'estudiants foranis, com en les edicions anteriors.
- b) Que la taxa de rendiment ha millorat molt, del 70% del curs 2010-11 al 87,08% d'aquest curs passat. Durant el curs 2011-12 s'ha millorat el repartiment de les càrregues de treball dels estudiants.
- c) 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 66,7% dels estudiants titulats al 2010 es mostren satisfets amb la formació rebuda, el 45% manifesta la intenció de repetir estudis i la taxa de satisfacció dels estudiants no baixa i del 3,63, pujant una mica fins al 3,68.

- d) En el perfil d'accés dels estudiants del màster torna a dominar la presència de graduats en Publicitat i Relacions Públiques, i, per tant, s'ha estroncat la tendència a una major diversitat de perfils que vam entreveure de les dades del curs anterior.
- e) El 100% del estudiants de l'itinerari professional han fet les pràctiques en empreses del sector.
- f) La presència de professors doctors en el Màster millora fins un 59,9%. És un canvi progressiu, però constant.
- g) 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. Com en els darrers anys apareixen estudiants Erasmus en algunes assignatures.
- h) Respecte a la taxa de graduació, que ha millorat del 8 al 60%, és conseqüència de l'adopció del pla de millora comentat en l'IST del curs anterior. Aquest pla de millora tractava de solucionar el problema que implicava tenir una càrrega docent molt elevada i que comportava que el TFM no es pogués realitzar en el temps previst. (1 any). Aquesta millora ja és prou evident. Tanmateix som conscients que estem en procés de modificació de l'anterior procediment i aquest curs podrem millorar encara més aquesta taxa.
- i) La taxa d'ocupació dels estudiants enquestats per la Borsa de Treball d'Alumni de la FCCB és del 100%, i ha millorat l'adequació de la feina als estudis, situant-se en el 66,7% dels enquestats.

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 Estratègia i Creativitat Publicitàries s'ha vetllat per establir i millorar, progressivament, els canals de comunicació 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 3,68 sobre 5).

En definitiva, ens sembla interessant constatar la millora dels indicadors amb el nou sistema de seguiment i enquestes als estudiants del curs anteriors del servei de Borsa de treball Alumni, que ens pot ajudar a millorar en l'adaptació del Màster a les demandes dels estudiants.

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

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 i aplicar les millores proposades en l'IST del curs passat. 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.- Creiem que durant el curs 2011-12 hem assolit un bon equilibri entre el contingut de les assignatures, la càrrega de treballs i els objectius de formació especialitzada del Màster. En general la majoria dels estudiants assoleixen les competències del màster amb esforç, però sense dificultats. L'intent de millorar la interrelació entre assignatures i Treball i la revisió de la càrrega d'aquest, han resultat accions d'èxit en el projecte de consolidar els coneixements especificats als programes i augmentar la taxa de graduació en el temps previst.

2.- En el cas de les pràctiques externes en empreses de l'itinerari professional, s'ha arribat a un bon grau de coordinació amb les empreses col·laboradores.

3.- Les mesures implementades el curs passat han resultat adequades, tanmateix encara estem millorant en la coordinació del dos itineraris i hem reforçat el Mòdul de Continguts Fonamentals II amb la presència de més professionals especialitzats en les àrees d'eines estratègiques i redacció creativa.

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 (els darrers cursos hem treballat amb Nestlé, Artiach, i Unilever). El treball dels estudiants en un projecte estratègic i de comunicació de Factor Energía, el nostre col·laborador del curs 2011-12, amb el seguiment personal del seu

director general, el senyor Emili Rousaud, i les presentacions de casos a anunciants, reforcen la capacitat dels estudiants en les pràctiques de les empreses.

La valoració de l'experiència amb Factor Energia va resultar molt interessant. Ens ha ajudat a assolir els objectius formatius de la memòria que volen capacitar els estudiants per treballar en projectes de caire estratègic i en campanyes de comunicació massives.

5. Com vam manifestar en ocasions anteriors, fins el curs 2010-11 els alumnes podien presentar el Treball de Fi de Màster durant el següent curs acadèmic una vegada finalitzats els estudis. Amb els canvis aplicats el curs 2011-12, el 60% dels estudiants es van graduar en el període previst i el curs 2012-13 hem constatat que la taxa de graduació en temps previst es preveu encara més alta. Tanmateix, hem constatat dificultats dels alumnes –en els tribunals, les tutories i els comentaris dels estudiants– en la defensa pública del Treball de Fi de Màster i també en les presentacions dels projectes de comunicació en col·laboració amb empreses. Resoldre aquesta mancança serà una prioritat del Pla de Millora el curs vinent.

6. Per altra banda el Màster ha rebut el reconeixement públic d'aparèixer com a 5è en la categoria de màsters de Publicitat i Relacions Públiques del ranking dels millors màsters d'Espanya del diari El Mundo.

3. 3. Pla de millora

Des de la Direcció Acadèmica i la coordinació del Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries 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, el 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 reverificada:

1. Objectius del pla d'acció

Aconseguir millorar les habilitats argumentatives i professionals dels estudiants en l'àmbit professional i acadèmic. La posada en marxa del sistema de tribunals d'avaluació del Treball de Fi de Màster i les presentacions de projectes de comunicació a les empreses que col·laboren amb el Màster ens ha fet replantejar aquest aspecte de la formació que implica posar més èmfasi en l'assoliment de la competència general *“Comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las conclusiones así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional de la Comunicación.”*

2. Actuacions i intervencions

2.1 En primer lloc s'ha procedit a una revisió de l'aprenentatge i les pràctiques de les habilitats de presentació i argumentació en el Màster. S'han reforçat les pràctiques de presentació en el Seminari de Comunicació i l'assignatura de Creativitat i llenguatges. Una

part de l'avaluació d'aquestes assignatures depèn de l'assoliment de competències i coneixements necessaris per la presentació i argumentació de projectes de comunicació.

2.2 En segon lloc s'han potenciat les activitats de presentació en el Seminari de Comunicació amb l'incorporació d'una activitat d'investigació i elaboració d'una Plataforma Estratègica de marques per trobar *insights*, amb la col·laboració de l'empresa BrandCo, especialitzada en estratègia.

2.3 Millora de les sessions de formació de l'assignatura de Creativitat i llenguatges amb pràctiques de presentació enregistrades en vídeo en un plató de la Facultat de Comunicació Blanquerna i revisió posterior amb un professor especialista en tècniques de logopedia i presentacions.

2.4 Revisió de les presentacions de la defensa dels Treballs de Fi de Màster prèvia als tribunals d'avaluació.

Altres punts del pla de Millora:

2.5 Enquesta de satisfacció del professorat: Des de la Unitat de Qualitat de la FCCB s'ha dissenyat 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. Antoni Nater per incorporar les noves activitats i els nous perfils de col·laboradors en el programa del Màster. A més de la tasca dels tutors dels diferents Treballs de Fi de Màster (que mantenen una tutorització constant i individualitzada) i els professors de l'assignatura de Creativitat i llenguatges.

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), la Dra. Sònia Ballano (membre de la Unitat de Qualitat), pel Dr. Josep Rom (Director del Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries) i el professor Antoni Nater (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 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'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, un any més, 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.

Des de la Unitat de Qualitat de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, i tal i com indicàvem a l'IST relatiu al curs acadèmic 2010-2011, 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 pel 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 per el 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 Estratègia i Creativitat Publicitàries 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 després d'aquest darrer 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, garanteixen una retroalimentació molt positiva en aquest sentit de millora contínua de la qualitat acadèmic-docent.


Dr. Josep Rom

Director Màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries

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

Dr. Joan Barata

Responsable de l'execució de l'IST.

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