

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 Blanquerna¹

Responsable/es: Dr. Josep Rom, director del Màster Universitari en estratègia i creativitat publicitàries

1. Informació pública sobre el desenvolupament operatiu del programa formatiu ²

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):

¹ 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.

²En 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 redireccionar a la nova web.

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

2. Indicadors (taula amb dades):

		Curs			
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Accés i matrícula	Número de places ofertes	35	35	20	20
	Ratio admissions/oferta	0,77	0,49	1,35	0,50
	% Estudiants matriculats de nou ingrés	77,2% (27)	56,67%	46,5%	47%
	% 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%	Humanitats: 22,22% Ciències Econòmiques i Empresarials: 22,22% Administració i Direcció d'Empreses: 22,22% Publicitat: 11,11% Enginyeria industrial: 11,11% Psicologia: 11,11%

		Curs			
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013

Característiques dels alumnes	% Estudiants segons nacionalitat	85,19% Espanya	80,00% Espanya	Espanya: 75%	Espanya: 73,68%
		3,70% Itàlia	3,33% Romaniaa	Veneçuela: 10%	Estranger: 26,31% dels quals:
		3,70% Suïssa	3,33% Mèxic	Xile: 5%	per nacionalitats: 25%
		3,70% Mèxic	3,33% Alemanya	Brasil: 5%	Bèlgica; 25% Xile; 25%
		3,70% Colòmbia	3,33% Veneçuela	Gran Bretanya: 5%	Colòmbia; 25% Veneçuela)
		6,67% Colòmbia			

		Curs			
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Resultats Acadèmics	Taxa de rendiment	86,57	70	87,08%	89%
	% Excel·lents, MH	0,00	0,00	0,00	0,00
	Taxa d'abandonament	0,00	42	0,00	0,00
	Taxa de graduació en el temps previst t	11,54	8	60%	Enguany, les dades que tenim disponibles a la base de dades MicroStrategy ens calculen t+1
	Graduació en t+1 (cohort 11/12)				80% (cohort 11/12)
	Taxa d'eficiència en el temps previst t	98,360	100	103,2%	109,5%
	Duració mitja dels estudis per cohort	1	1	1	1,4

		Curs			
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013

Professorat	% de docència impartida per professors doctors	55,9%	55,4%	59,9%	60,1%
	% de docència impartida per professors:				
	Catedràtic	10,6%	8,3%	8,8%	0,7%
	Titulars i agregats	30,0%	41,4%	44,2%	42,4%
	Altres (ajudants, col·laboradors, associats)	59,4%	50,3%	46,9%	56,9%

		Curs			
Dimensió	Indicadors	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Mètodes docents	% hores per modalitat docent	El desplegament de les assignatures en funció de la seva tipologia és de 40% d'hores lectives, el 50% d'hores de treball dels estudiants i un 10% d'hores de tutorització. En el cas dels crèdits de pràctiques es contempla un 10% de tutorització i un 90% d'hores de treball de l'estudiant. En el cas dels crèdits del treball de fi de màster, es distribueix en un 10% de tutories i un 90% de treball personal de l'estudiant.	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.	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	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013

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%	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	0

Dimensió	Indicadors	Curs			
		2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Satisfacció	Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu	3,63 (valoració 1 a 5)	3,65 (valoració 1 a 5)	3,68 (valoració 1 a 5)	7,71 (valoració 1 a 10)
	Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda		50%	66,7%	77,78% està força satisfet amb la formació rebuda*
	Satisfacció del professorat amb el programa formatiu			Encara no s'havia habilitat un sistema d'enquestes de professorat.	**5,50 (aquest índex és sobre 6)
	Taxa d'intenció de repetir estudis		100%	45%	*55,56%

*Les dades relatives a titulats són fruit de les enquestes que el servei de Borsa de Treball Alumní realitza a un any de la fi del curs (dades de la promoció anterior, en aquest cas, 2011/12).

**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			
		2009-	2010-	2011-2012	2012-2013

		2010	2011		
Inserció laboral	Taxa d'ocupació (EIL)		100%	100% * (promoció 10/11)	77,78%* (promoció 11/12)
	Taxa d'adequació de la feina als estudis (EIL)		50%	66,7% * (promoció 11/12)	71,43%* (promoció 11/12)

*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, en aquests moments disposem de les dades relatives a la promoció anterior.

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 capacitació 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.

En curs 2012-13 ens hem concentrat en la consolidació 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.

Durant aquest període, s'ha procedit a intensificar les tasques de tutorització del Treball de Fi de Màster. Hem millorat el calendari de seguiment i presentació dels treballs per tal de facilitar la feina dels estudiants i presentar els treballs en el plaç previst.

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

Anàlisi dels indicadors:

A partir dels indicadors del curs 2012-13 podem establir algunes tendències que volem destacar:

- a) Tal com es detecta a la taula d'indicadors, ha caigut la demanda dels estudis de màster en el context de la crisi econòmica. Tot i la preocupació per aquest factor de descens de la demanda, durant el curs 2012-13, en el moment de redacció d'aquest informe, hem percebut una millora en la demanda d'informació i de preinscripcions pel curs vinent. Ja podem avançar que el número de matriculats en el curs 2013-14 és de 15 estudiants; fet que valorem com un factor molt positiu.
- b) Un 25% dels estudiants són estrangers.
- c) La taxa de rendiment ha millorat fins un 89%. Durant el curs 2012-13 s'ha millorat en la tutorització dels treball dels estudiants.
- d) La taxa de satisfacció dels estudiants es manté i la taxa de satisfacció per la formació rebuda puja fins el 77,78%.
- e) En el perfil d'accés dels estudiants del màster ja no domina la presència de graduats en Publicitat i Relacions Públiques, i, per tant, hi ha una major diversitat de perfils amb estudis d'humanitats, d'economia i psicologia.
- f) El 100% del estudiants de l'itinerari professional han fet les pràctiques en empreses del sector.
- g) La presència de professors doctors en el Màster millora fins un 60,1%. Però es redueix la presència de catedràtics.
- h) Per primer cop, tenim dades de les enquestes de satisfacció del professorat amb una mitjana de 5,5 sobre 6. 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.
- i) Respecte a la taxa de graduació, que ha millorat fins el 80% (t+1 cohort 2011-2012), és conseqüència de l'adopció del pla de millora comentat en l'IST iniciada en el curs 2011-12. Podem afirmar que hem arribar als resultats previstos en el pla de millora. Després del pla de millora s'ha aconseguit pujar la taxa de graduació tant en t com en t+1, assolint un percentatge força bo de persones que acaben graduant-se.
- j) La taxa d'ocupació dels estudiants enquestats per la Borsa de Treball d'Alumni de la FCCB ha baixat del 100% al 77,78%, però ha millorat l'adequació de la feina als estudis, situant-se en el 71,43% dels enquestats.

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

Com en els anys anteriors, el director, el coordinador i els professors del Màster han mantingut una dinàmica regular de trobades i contactes per tal de fer un seguiment acurat de l'evolució, les necessitats o limitacions i de l'assoliment dels objectius del curs. En el cas dels estudiants, la participació del coordinador en la dinàmica del Seminari de Comunicació, permet fer un seguiment tutorial setmanal dels estudiants.

Valoració

Les actuacions previstes en el Pla de Millora de l'IST del curs passat s'han desplegat tal i com es va dissenyar.

S'han consolidat les sessions previstes de formació en el Seminari de Comunicació i l'assignatura de Creativitat i llenguatges. El Dr. Josep M. Vila, especialista en logopedia 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. 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, però durant les tutories setmanals que fem en els seminaris -per facilitar l'intercanvi de punts de vista amb els estudiants- els estudiants ens han comunicats els problemes d'increment de feina i de duplicitat de continguts d'aquesta activitat de tècniques d'investigació.

Per altra banda, la nostra intenció de fer un assaig de les presentacions orals Treballs de Fi de Màster –abans de convocar els tribunals– s'ha demostrat de difícil aplicació. Els estudiants tendeixen a completar els Treballs de Fi de Màster en el període estival per presentar-se en segona convocatòria del mes de setembre i, per tant, no resta temps suficient per fer aquest assaig. Com la nostra prioritat és la supervisió dels continguts i la metodologia dels Treballs de Fi de Màster abandonarem aquesta activitat.

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 en el desenvolupament dels projectes estratègics i de comunicació d'Aigua de Ribes, el nostre col·laborador del curs 2012-13, amb el seguiment personal del seu director de màrqueting Pau González Rojas. Aquestes col·laboracions amb els departaments de màrqueting i comunicació de les empreses en el treball del "Seminari de comunicació" (els darrers cursos hem treballat amb Nestlé, Artiach, Unilever i Factor Energía) ens ajuden a posar en pràctica els objectius formatius de la memòria.

3. 3. Pla de millora

Durant el proper curs 2013-14 el nostre Pla de millora es basa en el desplegament del nou projecte del Màster Universitari en Estratègia i Creativitat Publicitàries evaluat de manera positiva segons el document de l'AQU del 28/05/2013. De tal manera que **el nostre Pla de millora consisteix en l'aplicació de les propostes presentades en el nou document de memòria del màster**. A partir d'ara **el Màster es configura entorn a aquestes competències:**

Bàsiques

CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Transversals

CT1 Trabajar de forma autónoma o autodirigida, con habilidades de aprendizaje que les permitan alcanzar la plena madurez intelectual y generar pensamiento propio.

CT2 Capacidad de afrontar riesgos al asumir la propia toma de decisiones, con la asunción de las responsabilidades inherentes.

CT3 Colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes, o bien creando y liderando grupos propios, aplicando en todos los casos criterios de eficacia e integrando diferentes puntos de vista.

CT4 Capacidad de adaptación a los cambios conceptuales, empresariales y laborales a partir de la formación recibida.

CT5 Capacidad de incorporación a los ámbitos laborales propios de los estudios, a partir del conocimiento de las exigencias conceptuales y actitudinales, así como de las cuestiones legales y éticas que implica dicho desempeño profesional.

CT6 Conocimiento y respeto de los derechos humanos y de los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.

Generals

CG1-Identificar los temas de estudio propios del ámbito disciplinario para, en primera instancia, poder analizarlos y, posteriormente, ser capaces de aportar respuestas originales en el desarrollo o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CG2- Integrar las tecnologías de la información y de la comunicación en todo el proceso de aprendizaje de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.

CG3- 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.

CG4- Articular argumentos razonados y formular juicios críticos utilizando datos e informaciones relevantes para poder integrar los conocimientos en el ámbito disciplinario.

Específiques

CE1- Que los estudiantes tengan los conocimientos que aporten una formación avanzada en las técnicas, las metodologías y las plataformas de investigación de la publicidad en los ámbitos de la planificación estratégica y la creatividad.

CE2- Que los estudiantes sepan realizar proyectos complejos en los nuevos entornos de comunicación basados en el desarrollo de estrategias de comunicación a partir de la gestión de los valores de las marcas y de las necesidades de los consumidores/usuarios.

CE3- Que los estudiantes sepan enfrentarse al desarrollo de los procesos de ideación y conceptualización creativa de una campaña publicitaria integrando múltiples lenguajes y soportes y demostrando el dominio de las técnicas retóricas y narrativas más complejas.

CE4- Que los estudiantes tengan las habilidades necesarias para planificar campañas en los medios de comunicación en múltiples soportes y formatos, adaptando las campañas a los perfiles de los diversos públicos objetivos.

CE5- Que los estudiantes apliquen las prácticas y usos profesionales especializados propios de la estrategia y la creatividad para ser capaces de gestionar y producir campañas de publicidad a partir del análisis de los objetivos estratégicos, de marketing y de comunicación de cada cliente.

CE6- Que los estudiantes tengan los conocimientos para plantear, organizar y desarrollar proyectos de investigación académica, con rigor conceptual y metodológico, en los ámbitos relevantes y más vanguardistas del estudio de la Comunicación publicitaria.

CE7- Reunir, organizar y manejar profesionalmente documentación e información, tanto de fuentes primarias como secundarias, en los ámbitos propios de la Comunicación.

Aquestes competències són conseqüència dels anys de desplegament del Màster i ens permeten evolucionar en la direcció dels canvis professionals del sector de la publicitat. Per tal d'assolir de manera adequada aquest objectiu cal implementar una nova organització del pla d'estudis.

La nova estructura del creditatge del Màster en el proper curs 2013-14 s'organitza en 5 mòduls. 2 mòduls fonamentals (34 crèdits), 2 mòduls optatius (16 crèdits) i, finalment, el mòdul de Treball de Fi de Màster (10 crèdits).

Els estudiants de l'itinerari professional fan pràctiques externes (6 crèdits) en el marc d'un dels dos mòduls optatius.

Per tal de millorar la organització dels continguts del Màster en funció dels dos itineraris oferts –professional i de recerca–, s'ha dissenyat una nova estructura modular que agrupa de manera més coherent els continguts d'estratègia, creativitat i de tècniques professionals de l'itinerari professional i d'estratègia, creativitat, ciències socials i ciències de la comunicació de l'itinerari de recerca.

Itinerario investigación	1 semestre	2 semestre
Módulo 1 Estrategia publicitaria		
Planificación estratégica	6	
Planificación de medios		3
Estrategia de marca	5	
Seminario de comunicación	6	
Módulo 2 Creatividad publicitaria		
Discurso creativo	6	3
La práctica de la creatividad	3	2

Módulo 4 Metodología de las ciencias sociales y la comunicación	3	7
Módulo 7 Iniciación a la investigación en las nuevas tendencias en comunicación		6
Módulo 5 Diseño y desarrollo del Trabajo Fin de Máster		10
	29	31

Itinerario profesional	1 semestre	2 semestre
Módulo 1 Estrategia publicitaria		
Planificación estratégica	6	
Planificación de medios		3
Estrategia de marca	5	
Seminario de comunicación	6	
Módulo 2 Creatividad publicitaria		
Discurso creativo	6	3
La práctica de la creatividad	3	2
Módulo 3 Procesos y técnicas de publicidad		
Técnicas de retórica y redacción		4
Procesos y métodos de conceptualización	3	
Producción gráfica y audiovisual		3
Módulo 6 Prácticas de empresa		6
Módulo 5 Diseño y desarrollo del Trabajo Fin de Máster		10
	29	31

Itinerari professional

L'objectiu del mòdul d'Estratègia publicitària és desplegar les noves matèries d'Estratègia

de marca, Planificació estratègica i Planificació de mitjans. S'analitzen les diferents plataformes estratègiques desenvolupades per les agències de publicitat i els anunciants per gestionar els objectius de comunicació estratègics de les marques i es presenten els models de treballs de les teories de la planificació en l'àmbit de la comunicació comercial, destacant-ne la investigació i l'estudi de les pràctiques de consum i les tècniques de gestió de les marques, el branding i la publicitat.

L'objectiu del mòdul de Creativitat publicitària és desplegar les noves matèries de Discurs creatiu i Pràctica de la Creativitat i aprofundir en l'aplicació de la creativitat publicitària en diferents àmbits de comunicació, delimitats per les particularitats dels objectius de les organitzacions o les marques, estant el primer bloc dedicat a l'àmbit de la comunicació corporativa, institucional i política i el segon al àmbit de la comunicació de les marques comercials i les estratègies creatives pròpies dels sectors especialitzats del màrqueting de consum.

L'objectiu del mòdul de Processos i tècniques de publicitat és desplegar els continguts, eminentment pràctics, al voltant de les funcions que componen l'exercici professional d'un/a creatiu en publicitat.

En el cas de les Pràctiques d'empresa –de l'itinerari professional (6 crèdits)– es desplega un sistema de tutorització i gestió de les pràctiques coordinat amb el servei de Pràctiques d'empresa de la Facultat de Comunicació Blanquerna.

En el "Treball Final de Màster" es treballen i s'apliquen els instruments conceptuals, tècnics i professionals necessaris per desenvolupar les tasques d'estratègia i creativitat publicitàries a partir dels coneixements impartits en les assignatures dels mòduls de "Estratègia publicitària" i "Creativitat publicitària ". El projecte resultant es prepara per la seva defensa oral amb un tribunal d'experts.

Itinerari de recerca

L'objectiu principal de les modificacions en aquest itinerari es concentren en la vinculació dels grups de recerca de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna al Màster. Destaca la participació dels seus membres en la formació dels estudiants de l'itinerari de recerca.

Aquest nivell agrupa diverses matèries que s'orienten a la fonamentació teòrica i metodològica de la investigació en comunicació i que han de permetre l'accés als estudis de doctorat: coneixements de les diferents teories, estratègies i eines (quantitatives i qualitatives) d'investigació en el marc de les ciències socials aplicades a la comunicació; coneixements instrumentals necessaris per a la recerca, processament i selecció de

documents, fonts i eines necessàries per a l'elaboració del treball de recerca

Responsables de l'aplicació del pla

El Director del Màster, Dr. Josep Rom, i el Coordinador del mateix, prof. Antoni Nater amb la col·laboració dels professors responsables de les assignatures i els tutors dels Treballs de Fi de Màster. En definitiva, volem destacar que el punt fort del Pla de Millora és el document de verificació del títol oficial.

A continuació, presentem la taula-resum de pla de millora:

Diagnòstic	Identificació causes	Objectius a assolir	Accions proposades	Prioritat	Respon
1. Verificació del Màster	Nou Document de memòria del Màster	Desplegament del nou Pla d'estudis	Adaptació de la memòria	1	Dr. Jos equip
2. 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 vistes als professors del màster.	1	Dr. Jos Prof. A
3. 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. Jos Prof. A Depart comun Alum
4. La taxa d'ocupació dels estudiants enquestats per la Borsa de Treball d'Alumni de la FCCB ha baixat del 100% al 77,78%.	Problemes econòmics del sector de la comunicació en temps de crisi.	Incrementar la vinculació del Màster i el servei Alumni amb les empreses.	Intensificació de la tasca de coordinació del Màster amb les empreses i Alumni.	2	Dr. Jos Prof. A i Alum
5. 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. Jos Prof. A
6. 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. Jos Prof. A

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'altra 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. 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 les especificacions adaptades a 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 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 el marc del procés de reverificació de la titulació. 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 Universitari en estratègia i creativitat publicitàries 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.

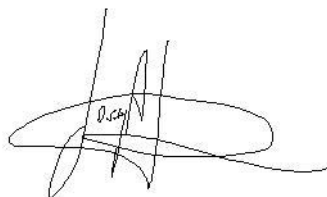
Dr. Alfons Medina

Director de l'Oficina de Qualitat

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and strokes, appearing to be 'J. Rom'.

Dr. Josep Rom

Director Màster en Estratègia i Creativitat Publicitàries

A handwritten signature in black ink, featuring a large, sweeping loop on the left side and several vertical strokes on the right, with the initials 'J. Rom' written in the center.