
Informe de seguiment de centre

Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació

Curs 2024-2025



Universitat
Oberta
de Catalunya

Índex

1.	Dades identificadores bàsiques	2
2.	Elaboració de l'informe	2
3.	Seguiment dels requeriments i recomanacions dels processos d'avaluació externa	4
4.	Valoració de l'assoliment de les dimensions de seguiment	5
	Dimensió 1. Polítiques i estratègia	5
	Dimensió 2. Disseny, aprovació i desplegament dels programes formatius	7
	Dimensió 3. Admissió, progressió, reconeixement i certificació de l'alumnat	9
	Dimensió 4. Personal docent	12
	Dimensió 5. Aprenentatge, ensenyament i avaluació centrats en l'estudiant	15
	Dimensió 6. Recursos d'aprenentatge i de suport a l'alumnat	18
	Dimensió 7. Implantació del SGIQ i resultats acadèmics	20
	Dimensió 8. Informació pública	24
5.	Valoració de les titulacions	26
	Grau de Comunicació 2008	26
	Grau de Disseny i Creació Digitals 2016	26
	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	27
	Grau d'Informació i Documentació 2008	27
	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	27
	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	29
	Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018	29
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017	30
	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	30
6.	Accions de millora	31

1. Dades identificadores bàsiques

Directora dels Estudis	Dra. Gemma San Cornelio
Responsables de l'elaboració de l'informe	Dra. Gemma San Cornelio, directora dels Estudis Dr. Antoni Roig, sotsdirector de docència
Òrgan i data d'aprovació	Consell de Direcció dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació (26 de gener de 2026)

Nom de la titulació	Codi RUCT	ECTS	Curs d'implantació	Verificació	Modificació	Acreditació	Acreditació institucional
Grau de Comunicació 2008	2500596	240	2008	03/03/2009	30/05/2023	08/05/2017	01/03/2022
Grau de Disseny i Creació Digitals 2016	2503385	180	2016	17/01/2017	25/07/2019		01/03/2022
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	2504626	240	2023	18/01/2023			01/03/2022
Grau d'Informació i Documentació 2008	2500598	240	2008	03/03/2009	07/07/2015	08/05/2017	01/03/2022
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	4315872	60	2016	09/06/2016	21/07/2021	22/01/2021	01/03/2022
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	4317162	60	2020	10/03/2020			01/0/2022
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018	4316641	60	2018	06/06/2018	05/06/2024		01/03/2022
Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017	4316312	60	2017	31/07/2017	05/06/2024	28/09/2021	01/03/2022
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017	4316278	60	2017	31/07/2017	26/05/2025	28/09/2021	01/03/2022

2. Elaboració de l'informe

L'informe de seguiment de centre (ISC) dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació (ECIC) ha estat redactat per la directora i el sotsdirector de docència dels Estudis, amb el suport del Consell de Direcció permanent dels Estudis, format per:

Dra. Gemma San Cornelio, directora dels Estudis

Dr. Antoni Roig, sotsdirector de docència

Dra. Mireia Fernández-Ardèvol, sotsdirectora de recerca

Dra. Sandra Sanz, sotsdirectora d'aliances, comunitat i cultura

Sra. Montserrat Atienza Alarcón, mànager de programa

Sra. Eila Murillo Fuentes, mànager de programa

Sra. Núria Busquets Pérez, administradora d'estudis

La informació recollida en aquest ISC es fonamenta en els informes de seguiment de titulació (IST), el contingut dels quals ha estat elaborat pels directors i directores de cada titulació, amb el suport de les comissions de titulació corresponents, concretament:

Dra. Elisenda Estanyol

Directora del màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments

Dra. Mireia Montaña Blasco

Directora del màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat

Dra. Silvia Martínez

Directora del màster universitari de *Social Media*: Gestió i Estratègia

Dra. Candela Ollé

Directora del màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives

Dra. Lluç Massaguer

Directora del màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca

Dra. Judith Clares

Directora del grau de Comunicació

Dr. Alexandre López Borrull

Director del grau d'Informació i Documentació

Dr. Javier Melenchón

Director del grau de Disseny i Creació Digitals (180 ECTS) i del grau de Disseny i Creació Digitals (240 ECTS)

Per a l'elaboració dels IST, s'ha seguit el procediment següent:

- Anàlisi de les dades que són objecte de valoració en l'elaboració dels informes.
- Elaboració de la versió inicial de l'informe per part de cada direcció de programa tenint present la informació i valoració facilitada pel professorat responsable de les assignatures (PRA).
- Reunió de la Comissió de Titulació per posar en comú aquesta primera versió.
- Revisió i tancament de l'informe, tenint en compte les aportacions de la Comissió de Titulació.
- Lliurament de l'informe a la sotsdirecció de docència per a la seva validació, prèvia al lliurament al Consell de Direcció dels ECIC.

A partir dels IST, s'ha seguit el procés següent per elaborar aquest ISC:

- Revisió i validació dels IST en el si del Consell de Direcció.
- Anàlisi de dades de caràcter transversal objecte de valoració.
- Elaboració de la versió inicial de l'informe per part de la sotsdirecció de docència dels Estudis.
- Lliurament de la versió inicial a una representació de l'estudiantat a través del Consell d'Estudis dels ECIC.
- Revisió de l'ISC per part del Consell de Direcció i l'Àrea d'Organització, Processos i Qualitat.
- Realització de les esmenes pertinents a partir de l'esmentada revisió.
- Presentació en la sessió del Consell de Direcció permanent dels Estudis, en la qual ha quedat validat i aprovat amb data 26/01/2026.
- Lliurament de l'informe a l'Àrea d'Organització, Processos i Qualitat.

3. Seguiment dels requeriments i recomanacions dels processos d'avaluació externa

Codi	Nivell (Centre/titulació)	Descripció original de l'informe final d'avaluació externa	Resposta	Estat actual
PM-AC-20 21_02	Centre	Visibilizar las empresas con las que se tiene convenio para llevar a cabo las prácticas externas en cada uno de los dos títulos.		Resolt
PM-AC-20 21_07	Centre	Continuar explorando medidas para incrementar las tasas de participación en las encuestas por parte de todos los colectivos.	Nova eina Qualtric. Canvi de data d'enviament de les enquestes. Millora de la participació en general. Revisió i modificació de les preguntes de les enquestes En general, s'observa una clara millora de la participació en les enquestes d'assignatures en les titulacions dels ECIC.	Resolt
MO-VE-20 22_IT_01	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Especificar en qué consisten los sistemas de evaluación en función de los RA que pretenden certificar su logro.	Es treballa en la recollida d'informació del detall dels sistemes d'avaluació de les assignatures, atès que no totes estan desplegades.	En execució
MO-VE-20 22_IT_02	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023-2024	Realizar un seguimiento sistemático de la adecuación del perfil de profesorado y su número para la tutorización del TFG.	S'aconsegueix una ràtio prou reduïda per a l'atenció docent (inferior a 10 alumnes per professor a temps complet). L'acció es considera resolta.	Resolt
MO-VE-20 22_IT_03	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023-2024	Realizar un seguimiento de la adecuación del perfil de profesorado y su número para garantizar la atención necesaria al alumnado.	Després de 2 cursos amb resultats satisfactoris pel que fa a aquesta petició i en haver aconseguit una ràtio inferior a 10 estudiants, donem per resolta aquesta acció i continuem el procediment per mantenir-ne els resultats.	Resolt
PM-MO-20 25_IT_01	Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017	Evitar que el tutor o tutora del TFM forme parte de la comisión evaluadora.	Durant el curs 2025-2026 es crearà un grup de treball configurat per les professores responsables de l'assignatura, la màner de programa i membres de l'àrea de qualitat.	Validat

4. Valoració de l'assoliment de les dimensions de seguiment

Dimensió 1. Polítiques i estratègia

El centre té una estratègia i unes polítiques adoptades formalment, amb la participació dels grups d'interès, per reforçar i desenvolupar la qualitat i la rellevància dels programes formatius de manera continuada.

- El centre té definida una estratègia els objectius de la qual es despleguen en indicadors que en permeten mesurar el grau d'assoliment.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016		X		
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		
Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017		X		
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

1.1 Governança

Els ECIC tenen establerts una estructura i un sistema de governança alineats amb la governança institucional que aporten els mecanismes necessaris per garantir l'eficiència en la presa de decisions, la participació dels grups d'interès i el reforç continuat de la qualitat dels programes formatius.

L'òrgan impulsor de la governança dels Estudis és el **Consell de Direcció**, integrat actualment per la directora dels Estudis; el sotsdirector de docència; la sotsdirectora de recerca; la sotsdirectora d'aliances, comunitat i cultura; les mànagers de programa, i l'administradora dels Estudis. El Consell de Direcció es reuneix setmanalment per abordar decisions estratègiques i fer un seguiment dels objectius anuals institucionals. A finals del curs 2024-2025 es va iniciar el procés de relleu de l'equip de direcció dels Estudis, després del període màxim previst de 10 anys. Com a resultat d'aquest procés, s'ha constituït un nou consell de direcció que inclou un canvi en la sotsdirecció de docència a càrrec d'aquest informe, que va començar les seves funcions el setembre de 2025 i manté una estreta coordinació amb l'equip sortint.

El desplegament operatiu de l'estratègia definida en el marc del Consell de Direcció s'assegura mitjançant les **comissions específiques de recerca, docència i comunitat**, liderades per les sotsdireccions corresponents. Aquestes comissions estan formades per membres de l'equip docent propi i del personal de gestió dels Estudis, i tenen la finalitat de desenvolupar accions vinculades als objectius institucionals en cada àmbit. En aquesta mateixa línia, es constitueixen, segons sigui necessari, **grups de treball i comissions ad hoc** que aborden temàtiques específiques, com poden ser la coordinació de les pràctiques o dels treballs finals.

Una segona capa directiva està formada per les **direccions de programa**, que, juntament amb les **comissions de titulació** corresponents, són responsables de la coordinació de les titulacions, el seguiment de la seva

qualitat i el compliment dels objectius específics de cada programa formatiu. Les direccions de programa celebren reunions plenàries mensuals o bimestrals amb la participació de tot el professorat que imparteix docència en la titulació, a més de trobades específiques amb els corresponents equips de tutoria i professorat col·laborador. A més, amb periodicitat bimestral, les direccions de programa celebren reunions de coordinació amb la sotsdirecció de docència i la **Comissió de Programes dels ECIC**.

La participació i l'aportació del col·lectiu d'estudiants també queden assegurades mitjançant les reunions semestrals del **Consell d'Estudis**. En aquestes trobades, en les quals participen els representants electes del Consell d'Estudiants dels ECIC, les direccions de programa, la direcció dels Estudis i la sotsdirecció de docència, s'aborden i es discuteixen propostes, suggeriments de millora i problemàtiques recollits i aportats pels representants de l'estudiantat.

Valorem que aquesta estructura de governança, amb els mecanismes de coordinació mencionats, assegura una **governança eficient dels Estudis**, així com una participació adequada dels diferents grups d'interès en els processos de presa de decisions.

El nou equip de direcció està vehiculant un seguit d'iniciatives relacionades amb la governança, incloent-hi:

- Un **procés d'escolta individual** adreçat a tot l'equip docent.
- El nou **butlletí intern setmanal adreçat a l'equip propi** dels Estudis, que vol reforçar les informacions institucionals que arriben al Consell de Direcció.
- Una **jornada de docència** adreçada a fer aflorar les estratègies docents i la innovació de l'equip propi (que ha generat una col·lecció de fitxes i un relat per a diferents àmbits d'interès), en què també hi ha l'equip de gestió implicat.
- Diferents reunions amb les direccions de programa, és a dir, les **comissions de programa dels Estudis** (que inclouen relleu en el cas del màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca, ja que la directora de programa anterior passa a ser la directora dels Estudis).
- Un grup de treball puntual sobre **integritat acadèmica** per abordar els reptes vinculats a l'ús inadequat de la intel·ligència artificial generativa en l'avaluació (i que ha suposat la generació d'un informe per a un grup de treball institucional).
- Diferents accions amb el professorat i les direccions de programa al voltant del **nou model d'avaluació digital**, basat en la flexibilitat i la supervisió en línia, que es començarà a implantar en el pròxim curs 2025-2026.

Les diferents accions que es comencen a portar a terme es basen en l'**intercanvi d'experiències de l'equip**, la **reflexió col·lectiva de baix a dalt** per identificar la posició dels Estudis en temes clau, la **incorporació** als processos de reflexió docent **de l'equip de gestió assignat als Estudis**, l'**acompanyament de l'eLearning Innovation Center (eLinC)** —el centre de recerca i innovació en *e-learning* de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)— o la Biblioteca, l'**empoderament de les direccions de programa** i la coordinació entre els diferents àmbits propis dels Estudis, com la docència, la innovació, la recerca, les aliances i les iniciatives comunitàries, a fi d'**establir sinergies**.

Finalment, volem destacar la implicació del professorat dels Estudis en diferents àrees estratègiques, incloent-hi el desenvolupament del nou model d'**avaluació digital** (una professora dels Estudis és la responsable acadèmica d'avaluació digital a AFIA, grup que lidera aquest projecte estratègic), la **innovació docent** (una professora dels Estudis dirigeix l'eLinC), la **política d'aliances** (un professor dels Estudis és el vicerector d'Aliances, Comunitat i Cultura), la **inclusió** (un professor està implicat en el grup de treball sobre inclusió docent), la **sostenibilitat** (un professor està impulsant l'oferta docent internacional sobre comunicació mediambiental), el compromís amb la **ruralitat** (una professora és impulsora d'iniciatives d'aliances i transferència en l'àmbit de la col·laboració i noves ruralitats) i l'impuls d'iniciatives de **visibilització de la realitat LGTBIQ+ a la Universitat dins el Pla d'igualtat** (un professor dels Estudis és un dels impulsors de la jornada anual).

1.2 Oferta formativa i prospectiva de la seva evolució

La revisió sistemàtica de l'oferta formativa es preveu en el mapa de processos institucionals, concretament, en el procés **PO07: Desplegar, revisar i millorar els programes**. Cada direcció de programa és responsable de

fer el seguiment continuat de la qualitat del programa que dirigeix, mentre que la sotsdirecció de docència assegura la visió transversal de la qualitat de les titulacions que conformen el portafolis dels Estudis.

Les reunions de programa, liderades per les **direccions de programa**, són el marc en què es revisa sistemàticament cada titulació. Els resultats d'aquesta revisió es posen en comú en les reunions bimestrals de la **Comissió de Programes dels ECIC**, liderada per la sotsdirecció de docència i amb la participació de totes les direccions de programa de titulacions oficials dels ECIC, la directora dels Estudis, les mànagers de programa i l'administradora dels Estudis. Així mateix, els aspectes més rellevants es traslladen al **Consell de Direcció dels Estudis**, que vetlla per la coherència estratègica i trasllada propostes de modificació o de nova oferta formativa a la reunió de programació que se celebra anualment amb el **Vicerektorat de Docència i Aprenentatge**.

En aquesta línia, destaquem la nova edició de l'**informe del mercat de treball dels ECIC**, impulsat per la Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral de la UOC, que té com a finalitat ajudar les direccions dels Estudis i programes a identificar oportunitats en el sector, posicionar les titulacions en el seu entorn territorial, nacional i internacional, i detectar noves oportunitats formatives. L'informe es basa en la síntesi de fonts secundàries i en l'explotació de més de 9 milions d'ofertes de feina publicades en portals de cerca de treball en línia a Espanya, així com en l'anàlisi de l'oferta formativa a Espanya. El resultat proporciona una radiografia general dels perfils professionals i les competències que guanyen protagonisme, tot plegat emmarcat pels factors d'entorn que influeixen en l'ocupació.

En el cas dels ECIC, l'informe destaca l'estabilitat del mercat laboral associat als Estudis. Entre les **ocupacions més demandades** hi ha les dels professionals de la publicitat i la comercialització i la de periodista, que també són les que **han experimentat un creixement més gran**. Destaquen també les de disseny gràfic, professionals de les relacions públiques i professionals d'activitats culturals i artístiques.

Entre les **competències amb un nivell d'especificitat més alt** citades en l'informe, és a dir, aquelles que es van demanar amb més intensitat en les ocupacions vinculades als ECIC en comparació amb el conjunt de l'economia, destaquen l'elaboració d'estratègies de màrqueting digital, la planificació de campanyes de publicitat, les tècniques de publicitat, l'anàlisi web i el desenvolupament de campanyes. En general, els principals **grups de competències associades als ECIC** són les competències digitals avançades (xarxes socials, màrqueting digital, mitjans socials o Photoshop), les competències verdes (sostenibilitat) i les competències toves (adaptació al canvi, treball en equip, creativitat o presentació d'idees).

Punts forts

- L'estructura i el sistema de governança dels ECIC, que aporta els mecanismes necessaris per garantir l'eficiència en la presa de decisions, la participació dels grups d'interès i el reforç continuat de la qualitat dels programes formatius.
- El suport que ofereix la Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral de la UOC amb els informes del mercat de treball generals i sectorials, que faciliten la reflexió sobre els programes i la reflexió estratègica de nova oferta.
- La implicació del professorat en línies de treball estratègiques —com la perspectiva de gènere, la sostenibilitat i la inclusió— a través de la participació en grups de treball i en el desenvolupament de l'oferta formativa.

Àmbits de millora

-

Dimensió 2. Disseny, aprovació i desplegament dels programes formatius

El centre té implantats processos per al disseny i l'aprovació dels seus programes, que tenen com a resultat plans d'estudis que responen adequadament a la temàtica i als objectius formatius de les titulacions. Els resultats d'aprenentatge es corresponen amb el nivell de qualificació d'aquestes

titulacions d'acord amb el MCQES. I el seu desplegament temporal, l'assignació d'ECTS a les matèries i l'assignació docent són pertinents i adequats.

- El desplegament de les titulacions és coherent i adequat pel que fa a la temporalitat, càrrega docent, coordinació i supervisió.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016		X		
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		
Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017		X		
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

2.1 Disseny, aprovació i modificació

Durant el curs 2024-2025, diversos programes de màster s'han adaptat al Reial decret 822/2021. Seguint aquestes directrius, en el grau de Disseny i Creació Digitals ha finalitzat el desplegament del nou pla d'estudis de 240 crèdits. Pel que fa al grau de Comunicació, s'ha modificat la seva estructura de mencions específiques —Publicitat, Periodisme, Comunicació Audiovisual, i Comunicació Corporativa i Relacions Públiques—, que passen a tenir 48 crèdits i incorporen noves assignatures optatives. També en el marc del Reial decret 822/2021, s'han actualitzat els complements de formació i els resultats d'aprenentatge (coneixements, habilitats i competències) del màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives, el màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia i el màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat, que s'han adscrit als nous àmbits de coneixement. Actualment, s'està treballant en el modifica del màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca per adaptar la titulació al Reial decret. Finalment, durant aquest curs ha començat el procés de reflexió per preparar un modifica del pla d'estudis del màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives, que es vol presentar al llarg del curs 2025-2026.

2.2 Desplegament

Totes les titulacions oficials de grau i màster que conformen l'oferta formativa dels ECIC i de comunicació de la UOC estan completament desplegades, segons el calendari d'implantació previst recollit en les respectives memòries de verificació. Això inclou el grau de Disseny i Creació Digitals, de 240 crèdits, verificat el 2023, el procés de desplegament del qual ja ha finalitzat. També es reitera que el perfil de competències de tots els programes oficials és coherent amb els requisits de la disciplina corresponent i s'adapta al nivell formatiu que marca el Marc espanyol de qualificacions per a l'educació superior (MECES).

Cal mencionar que el nou **grau de Disseny i Creació Digitals, de 240 crèdits**, ha rebut 514 estudiants de nou accés el curs 2024-2025. També volem fer esment que durant aquest curs ha finalitzat el procés d'extinció del **grau d'Informació i Documentació**.

Pel que fa a l'adequació de la coordinació entre les assignatures, aquest aspecte ha estat identificat com un punt de millora dels màsters durant els 2 darrers cursos acadèmics. Una de les titulacions especialment afectada és la del màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca, amb una valoració del 61,1 % en aquest aspecte. La mitjana dels màsters dels ECIC va ser d'un 65,2 % en el curs 2024-2025. Entre les accions de millora proposades per revertir aquest indicador destaquen:

- Curós seguiment de la coordinació entre assignatures durant les reunions de programa i compartició de bones pràctiques en el marc de la Comissió de Programes dels ECIC.
- Documents *ad hoc* elaborats en el marc de cada programa, en què es comparteixin els plantejaments i les novetats de les assignatures.
- Implementació coordinada de noves estratègies d'avaluació digital (vegeu la dimensió 5).
- Seguiment de les dates de lliurament d'activitats entre assignatures per evitar encavalcaments.

Un altre element clau vinculat a la coordinació entre assignatures és la coordinació entre els equips docents, que, en termes generals, es valora molt positivament (el 92 % del professorat col·laborador valora positivament la coordinació entre les diverses assignatures). En aquest marc, destaquem com a bones pràctiques les trobades anuals de tot l'equip docent que es fan en els diferents màsters oficials i les trobades específiques amb professorat de treballs finals de grau que es fan en el grau de Comunicació, en les quals es comparteixen novetats que afecten la titulació i bones pràctiques docents.

Punts forts

- El correcte desplegament, segons el calendari d'implantació previst recollit en les memòries de verificació, de totes les titulacions oficials dels Estudis.
- La coordinació entre els equips docents.
- Les millores introduïdes en l'àmbit de la coordinació entre les assignatures.

Àmbits de millora

-

Dimensió 3. Admissió, progressió, reconeixement i certificació de l'alumnat

El centre té implantats processos per a l'accés i l'admissió de l'alumnat justos, fiables, equitatius i públics. Els procediments implantats permeten certificar de manera fidedigna la progressió i l'assoliment dels resultats d'aprenentatge i, alhora, permeten reconèixer resultats d'aprenentatge assolits prèviament.

- Els criteris i els requeriments per a l'accés i l'admissió són clars i públics.
- El conjunt de l'alumnat admès té el perfil d'ingrés adequat per assolir els resultats d'aprenentatge de la titulació i el seu nombre és coherent amb el nombre de places ofertes.
- Els processos per al reconeixement dels aprenentatges previs de l'alumnat estan implantats, són pertinents i s'apliquen adequadament.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016		X		

Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		
Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017		X		
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

3.1 Admissió

En termes generals, en els ECIC s'observa un percentatge més elevat d'estudiantat femení (68,7 % el curs 2024-2025). En nombres absoluts, la xifra de persones matriculades en el curs 2024-2025 manté una tendència similar a la de cursos anteriors, amb un lleuger descens, més notable entre l'estudiantat masculí. Si s'observa l'evolució dels percentatges, les matrícules de dones presenten una corba de recuperació, mentre que en el cas dels homes la tendència es manté a la baixa.

Pel que fa al nou accés, també reflecteix un percentatge majoritari d'estudiantat femení, que fins i tot incrementa fins al 73 %, alhora que es redueix sensiblement l'estudiantat masculí. En aprofundir en les diferències entre grau i màster, s'observa que en els graus hi ha un increment de matrícules d'estudiantat femení i una certa estabilitat de l'estudiantat masculí, mentre que en els màsters hi ha una corba de disminució de nova matrícula més pronunciada en el cas de l'estudiantat masculí.

En general, el nou accés es manté estable, amb una correcció percentual progressiva de l'evolució en els dos semestres del curs 2024-2025. Així, en els graus es passa d'una disminució de -14,2 % el 2023/1 a una reducció de -7,8 % el 2024/1, i d'un -16,9 % el 2023/2 a només un -3,8 % el 2024/2, la qual cosa apunta a una recuperació. En el cas dels màsters universitaris, que el curs anterior havien mantingut una tendència percentual creixent, s'observa una disminució general del nou accés, amb una evolució de +7,9 % a -11,9 % comparant 2023/1 i 2024/1, i del 4,4 % a un -6,1 % comparant 2023/2 i 2024/2. En tot cas, les previsions i les accions de difusió portades a terme des dels programes projecten una situació de creixement global tant en els graus com en els màsters.

En aprofundir en el nou accés en les titulacions de grau, cal distingir entre la situació del **grau de Disseny i Creació Digitals** i la del **grau de Comunicació**.

- **Grau de Disseny i Creació Digitals:** el pla de 240 crèdits que havia de substituir l'anterior de 180 crèdits es va començar a desplegar el 2023/1. Això va provocar un increment de matrícules previ a aquest desplegament (+78,5 % el 2022/2) i una disminució notable del nou accés (-24,4 % el 2023/1). A partir d'aquest primer moment, la matrícula s'ha anat estabilitzant i recuperant percentualment fins a un -4,9 % el 2024/2. L'estudiantat femení continua constituint la majoria del nou accés i passa del 69,09 % (2023-2024) a un 72,23 % (2024-2025). També s'observa un increment progressiu d'estudiantat més jove, que el curs 2024-2025 arriba fins al 48,54 %.

- **Grau de Comunicació:** (només subjecte a l'adaptació a la nova normativa) el volum de nova matrícula s'ha mantingut força estable. De la mateixa manera, l'estudiantat femení continua constituint la majoria del nou accés i passa del 61,9 % (2023-2024) a un 68,86 % (2024-2025). També s'observa un increment progressiu d'estudiantat més jove, que el curs 2024-2024 arriba fins al 57,22 %.

Respecte dels màsters universitaris, destaquem les dades següents:

- **Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments:** manté unes xifres de nou accés molt estables, amb només una reducció percentual en el 2024/2 que s'explica en comparació d'un 2023/2 particularment fructífer. D'altra banda, es consolida l'elevada proporció d'estudiantat femení (77,8 % el 2024-2025) i un decreixement percentual de l'estudiantat de la franja més jove (entre 18 i 24), que passa del

38,07 % el 2023-2024 al 35,58 % el 2024-2025. Encara que aquesta continua sent la franja majoritària, la franja següent (25-29 anys) s'amplia progressivament, la qual cosa pot apuntar a una correlació entre la realització del màster i la projecció professional.

- **Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives:** s'observa una certa tendència negativa en la matrícula, en especial el 2024/1, quan es va produir una notable reducció de nova matrícula. Això ha portat la direcció de programa a impulsar un modifica que permeti definir millor la identitat i els objectius del màster i que els connecti amb les necessitats del sector professional. Com en els casos anteriors, destaca un estudiantat majoritàriament femení (63,16 % el 2024-2025) i, igual que en el cas del màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments, una lleugera reducció de l'estudiantat de la franja més jove (de 18 a 24 anys), que passa del 34,44 % el 2023-2024 a un 31,58 % el 2024-2025. A més, creix sensiblement el percentatge d'estudiantat de la franja de 40 a 49 anys, que podria indicar professionals en exercici que cerquen actualització.

- **Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat:** manté una bona tendència percentual, caracteritzada per una bona matrícula en el primer semestre de cada curs acadèmic i una matrícula molt més ajustada en el segon. En termes percentuals, el 2024/1 es va produir un increment elevat, del 55,8 %, en comparació del 2023/1, mentre que en el segon semestre es va registrar una disminució d'un 26,3 % en comparació del 2023/2. Posant en perspectiva els dos semestres, es considera que l'oferta d'aquest màster es manté en uns marges d'estabilitat. De nou, el perfil d'estudiantat és majoritàriament femení (77,78 % el curs 2024-2025) i hi ha una tendència elevada a un perfil d'edat de 18 a 24 anys, que passa del 48,3 % el curs 2023-2024 a un 50,62 % el curs 2024-2025. La segona franja d'edat en els darrers cursos acadèmics és la immediatament superior, de 25 a 29 anys, la qual cosa denota l'interès del sector educatiu més jove en aquest màster.

- **Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia:** presenta una certa tendència a la baixa, tal com es va indicar en l'informe anterior. Els esforços fets per la direcció de programa i l'equip del màster ens permeten observar com, en termes percentuals, s'ha començat a corregir la corba de decreixement a partir del 2024/2 (de -29 % en el 2023/2 a -4,5 % en el 2024/2). Per tant, es proposa posar el focus en aquest programa a fi de seguir un camí de millora en termes d'admissió. Es tracta d'un màster amb un perfil d'estudiantat femení important (un 81,43 % en el curs 2024-2025) i un perfil d'estudiantat jove significatiu, que es manté estable al voltant del 45 % del nou accés, seguit de la franja d'estudiantat d'entre 25 i 29 anys. Igual que en el cas del màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat, s'observa un interès del sector educatiu més jove en aquest màster.

- **Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca:** es tracta d'una oferta força estable. Pel que fa al nou accés, en termes percentuals s'observa una tendència a la baixa de matrícules en el 2024/1 (-20,7 %) deguda a una excel·lent campanya d'accés el 2023/1 (+24,3 %). En canvi, en els segons semestres es registra una tendència positiva i es passa d'un -8,8 % el 2023/2 a un +19,4 % el 2024/2. S'ha produït un increment notable de l'estudiantat femení, ja àmpliament majoritari, que passa del 73,17 % el curs 2023-2024 al 82,73 % el curs 2024-2025. Pel que fa a les franges d'edat, es tracta d'un màster especialment atractiu per al públic jove, amb un equilibri important entre la franja d'edat 18-24 i la 25-29; tot i això, tampoc no ha perdut atractiu per a l'estudiantat de franges superiors, en especial entre 30 i 39, la qual cosa suggereix un interès força transversal.

Tot i que, en termes generals, els volums totals de matrícula de nou accés són adequats, es manté com a punt d'especial atenció el seguiment de certes titulacions, en especial el màster universitari de *Social Media: Gestió i Estratègia*, en termes absoluts i percentuals, i el de *Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives*, en termes absoluts. També es considera convenient atendre l'evolució en termes absoluts del màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat.

Tal com s'observa en aquest apartat, en general hi ha una tendència important cap a un perfil d'estudiantat més jove tant en els graus com en els màsters. Això pot indicar l'interès i l'actualitat del portafolis dels Estudis, en la mesura que respon a la demanda i les expectatives de persones que estan començant la seva formació universitària. En aquest sentit, és important adequar les accions de promoció del màster tenint en compte aquestes franges d'edat de menys de 30 anys i diferenciar-les d'altres tipus d'accions que puguin anar adreçades a un públic de més edat i més consolidat en el seu sector d'activitat.

Pel que fa a les vies d'accés des de cicles formatius de grau superior (CFGS), en el curs 2024-2025 es mantenen xifres molt similars a les del curs anterior: el 33,51 % de l'estudiantat que accedeix al grau de Comunicació i el 32,44 % del que accedeix al de Disseny i Creació Digitals.

3.2 Reconeixement i transferència de crèdits i d'aprenentatges previs

Reconeixement de crèdits en els graus i màsters universitaris

Es disposa de procediments adequats per reconèixer l'experiència professional i els estudis previs. El nombre de peticions de reconeixement acadèmic d'experiència professional (RAEP) és més elevat en els màsters universitaris, ja que hi ha una proporció més significativa d'estudiants amb experiència professional, mentre que en els graus la major part de les peticions provenen de formació prèvia en idiomes o CFGS cursats.

Segons l'anàlisi per programa:

- **Grau de Comunicació:** el semestre 2024/1, 135 estudiants van sol·licitar algun tipus de reconeixement de crèdits, 101 dels quals van demanar l'avaluació d'estudis previs (AEP) i 38, el RAEP.
- **Grau de Disseny i Creació Digitals:** (considerant els dos plans): el semestre 2024/1, 81 estudiants van sol·licitar algun tipus de reconeixement de crèdits, 70 van demanar l'AEP i 15, el RAEP.
- **Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments:** el semestre 2024/1, 18 estudiants van sol·licitar algun tipus de reconeixement de crèdits, 4 van demanar l'AEP i 17, el RAEP. Es van reconèixer un total de 201 crèdits, 70 dels quals eren d'AEP i 131, de RAEP.
- **Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca:** el semestre 2024/1, 5 estudiants van sol·licitar algun tipus de reconeixement de crèdits, tots de RAEP. Es van reconèixer un total de 31 crèdits. El semestre 2024/2, 6 estudiants van sol·licitar el RAEP. Es van reconèixer 52 crèdits.
- **Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives:** el semestre 2024/1, 5 estudiants van sol·licitar algun tipus de reconeixement de crèdits, tots de RAEP. Es van reconèixer un total de 71 crèdits.
- **Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat:** el semestre 2024/1, 3 estudiants van obtenir algun tipus de reconeixement de crèdits, tots de RAEP. Es van reconèixer un total de 47 crèdits.
- **Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia:** el semestre 2024/1, 2 estudiants van sol·licitar algun tipus de reconeixement de crèdits, tots de RAEP. Es van reconèixer un total de 10 crèdits. El semestre 2024/2, 2 estudiants van sol·licitar el RAEP. Es van reconèixer 20 crèdits.

Com és d'esperar, en el cas dels màsters hi ha una proporció rellevant d'estudiantat que sol·licita reconeixement de l'experiència professional. Destaca la singularitat del màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments, que és el que presenta un nombre més elevat de sol·licituds i en el qual cada semestre hi ha alguna petició d'AEP.

Complements de formació en màsters universitaris

En relació amb els complements de formació matriculats en màsters, en el curs 2024-2025 destaquen els aspectes següents, enumerats en ordre descendent de crèdits de complements de formació matriculats en els ECIC:

- El **màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments** és el que té un nombre més elevat d'estudiants matriculats en crèdits de complements de formació, concretament 60 estudiants.
- El **màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca** té 76 estudiants matriculats en crèdits de complements de formació.
- El **màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives** té 19 estudiants matriculats en complements de formació ordinari.
- El **màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat** té 6 estudiants matriculats en complements de formació.
- El **màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia** té 2 estudiants matriculats en complements de formació.

Punts forts

- L'interès que susciten les titulacions de grau i màster entre perfils d'estudiants joves.
- Els CFGS com a via d'accés destacable als graus.

Àmbits de millora

-

Dimensió 4. Personal docent

El centre assegura que el seu professorat és suficient, competent i adequat, i aplica els processos sostenibles, justos i transparents per contractar-lo i per al seu desenvolupament personal i professional.

- Les credencials acadèmiques del professorat són adequades per desenvolupar la docència dels títols del centre.
- El professorat té l'acreditació necessària establerta per la normativa.
- El personal docent del centre és suficient per afrontar el desplegament de l'oferta acadèmica.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	X			
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		
Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017	X			
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

4.1 Perfil del professorat

Durant el curs acadèmic 2024-2025, l'equip de professorat propi a temps complet dels ECIC l'han constituït 39 professors i professores (13 homes i 26 dones). Aquest equip docent, que conforma la figura dels PRA, té una àmplia experiència docent en l'àmbit universitari, experiència investigadora acreditada i un coneixement profund del sector professional de la comunicació i la informació. Destaquem també l'alt nivell d'expertesa del professorat permanent dels Estudis: el 100 % són doctors, 33 estan acreditats per una agència de qualitat i 27 disposen de trams de recerca. En el curs 2024-2025, aquest equip de personal docent investigador (PDI) ha estat reforçat amb la incorporació de 4 professors nous a temps complet i 2 investigadors Ramón y Cajal dels àmbits de la comunicació corporativa, la cultura visual, el periodisme, el disseny i la comunicació digital. També s'han incorporat al professorat a temps complet 2 professors en rols de substitució temporal per reducció de docència deguda a encàrrecs institucionals o a la intensificació de la dedicació a la recerca.

Com a indicador d'excel·lència, cal mencionar que durant el curs 2024-2025 3 membres del professorat dels Estudis han assolit la categoria professional de catedràtic o catedràtica i 2, la de professorat sènior.

A més de PDI de contrastada expertesa, l'equip docent dels Estudis inclou 592 membres de professorat col·laboradors que fan la docència a les aules, tots i totes amb experiència reconeguda en l'àmbit professional, acadèmic o investigador. També és important posar en relleu que totes les titulacions oficials dels Estudis compleixen els requeriments de professorat doctor establerts per l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU) (50 % en màsters universitaris i 50 % en graus), a excepció del nou **grau de Disseny i Creació Digitals** de 240 ECTS, en què el percentatge actual de professorat doctor és del 46,38 %. Tot i la millora en relació amb el curs anterior, es tracta d'un element que cal tenir en observació per aconseguir arribar al 50 % en totes les titulacions.

Finalment, destaquem la satisfacció expressada pel professorat col·laborador vers el PRA (PDI a temps complet). El 90,31 % està satisfet amb el desenvolupament del curs, el 89,59 % valora positivament les facilitats per desenvolupar la tasca docent i el 93,75 % considera que la coordinació amb el PDI ha estat suficient i adequada per desenvolupar el curs correctament.

4.2 Suficiència de professorat

El PDI que forma l'equip dels Estudis disposa de la dedicació per desenvolupar de manera adequada les seves funcions de docència, innovació, recerca, gestió i transferència. En aquest sentit, destaquem la incorporació progressiva de nous professors a l'equip dels estudis (10 noves incorporacions de professorat propi en els 2 darrers anys), fet que ha permès equilibrar la dedicació docent i ampliar el temps dedicat a altres funcions pròpies del PDI.

L'equip de professorat col·laborador, amb dedicació a temps parcial i un perfil expert en el camp professional de la comunicació i la informació, assegura l'atenció personalitzada i el seguiment continuat de l'experiència formativa de l'estudiantat.

4.3 Formació del professorat

Pel que fa a les accions de suport i a les oportunitats per millorar l'activitat investigadora del professorat, el curs 2024-2025 s'han ofert les formacions següents a tot el professorat propi:

- Formació de l'EDNA (eina d'assignació de recursos d'aprenentatge a les assignatures).
- Formació d'idiomes - Anglès general.
- Noves formacions del programa SUMA, amb un itinerari formatiu especialment orientat a l'entorn de l'aula de Canvas: Bàsics de Canvas.
- Formació específica per a direccions de programa, amb un mòdul sobre matrícula, normativa i gestió acadèmica.
- Seminari web sobre el servei de provisió de dades acadèmiques.
- El Pla d'accions d'acompanyament per a la millora contínua de l'aula: amb els seminaris web Exploreu les novetats de l'aula i Les claus de l'aula: tot sobre els canvis en l'edició i visualització de les dates dels reptes/PAC a l'aula.
- Jornada dels Estudis sobre inclusió en docència.
- Formació en anglès específica, impulsada des de l'Àrea de Persones en col·laboració amb l'Escola de Doctorat:
- Academic Presentations: How to Give an Effective Talk
- Article Academic Workshop

Encara en relació amb les oportunitats formatives i de millora de la capacitat investigadora del professorat, en el curs 2024-2025 s'ha consolidat, a escala institucional, el programa competitiu d'acceleració de la recerca Research Accelerator, que proporciona suport financer al desenvolupament d'activitats de recerca, transferència i emprenedoria amb l'objectiu d'incentivar aquest tipus d'activitat entre el PDI de la UOC. En total, 19 membres del PDI dels Estudis han participat en les 16 propostes presentades en aquesta convocatòria

interna en el curs 2024-2025, i s'han finançat 16 activitats de recerca, amb un pressupost de 23.000 €. A més, s'han destinat un total de 5.000 € principalment a la mobilitat del nostre PDI. Aquest curs també s'ha iniciat una altra iniciativa competitiva d'excel·lència i intensificació en recerca, el PIR, del qual s'ha beneficiat una professora, que s'ha pogut dedicar gairebé en exclusiva a la recerca durant un curs.

En l'àmbit de la innovació docent, una iniciativa destacada en el curs 2024-2025 ha estat la quarta Jornada #UOC2TheFuture, impulsada a escala institucional. La iniciativa #UOC2TheFuture és un esdeveniment per compartir i debatre al voltant de la innovació en docència i aprenentatge en línia organitzat per l'eLinC i impulsat pel Vicerectorat de Docència i Aprenentatge. Té com a finalitat principal obrir un espai per compartir projectes i experiències de caràcter innovador.

Punts forts

- La consolidació del programa d'acceleració de la recerca Research Accelerator.
- La consolidació de la jornada institucional #UOC2TheFuture i les formacions impulsades per l'eLinC, amb participació del professorat dels Estudis.
- Els diferents tallers de formació en innovació impulsats per la Comissió de Docència dels ECIC, amb la coordinació de la sotsdirecció de docència i el Consell de Direcció.
- El relleu programat en la direcció i la sotsdirecció de docència dels Estudis, amb el corresponent traspàs per part de l'equip anterior, que garanteix el compromís vers l'excel·lència del personal docent, propi i col·laborador.

Àmbits de millora

-

Dimensió 5. Aprenentatge, ensenyament i avaluació centrats en l'estudiant

El centre garanteix que les titulacions s'imparteixen d'una manera que anima l'alumnat a adoptar un paper actiu en el procés d'aprenentatge, i que l'avaluació de l'alumnat reflecteix aquest enfocament.

- La metodologia i les activitats docents s'alineen satisfactòriament amb els resultats d'aprenentatge.
- El procés d'ensenyament-aprenentatge respecta i atén la diversitat de l'alumnat i les seves necessitats, de manera que permet trajectòries d'aprenentatge flexibles, fomenta la seva autonomia i promou el respecte mutu en la relació professorat-alumnat.
- Els sistemes i els criteris d'avaluació són variats, innovadors i pertinents per certificar i discriminar els resultats d'aprenentatge.
- Els TFG/TFM i les pràctiques externes se supervisen i s'avaluen amb criteris pertinents i adequats.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016		X		
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		

Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017		X		
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

5.1 Metodologia docent i activitats formatives

Satisfacció amb les activitats i les metodologies

En termes generals, els graus i els màsters universitaris inclosos en aquest informe implementen metodologies i activitats formatives que responen de manera satisfactòria a l'assoliment dels resultats d'aprenentatge previstos. Com a aspecte destacat, es valoren molt positivament les activitats de caràcter pràctic enfocades a visualitzar el procés de treball que segueix l'estudiantat en assignatures de caràcter creatiu, en les quals s'incorporen, entre altres estratègies, el *feedback* audiovisual i eines de portafolis.

La valoració que fa el professorat col·laborador de les metodologies implementades corrobora aquesta percepció. Segons dades del curs 2024-2025, un 89,5 % del professorat col·laborador afirma que el desplegament de les assignatures (continguts, activitats, materials, avaluació, etc.) permet assolir els objectius d'aprenentatge definits. També cal destacar en aquest àmbit la satisfacció de l'estudiantat: un 80,0 % valora positivament l'adequació de les activitats i el 75,7 % fa el mateix amb la metodologia. Aquests percentatges mantenen i fins i tot superen les xifres de cursos anteriors. Tots dos indicadors se situen per sobre del llindar òptim.

Assignatures de treball final

En relació amb les assignatures de treball final, els indicadors de satisfacció segueixen una evolució positiva. El curs 2024-2025 destaca la satisfacció general amb les assignatures de treball final (78,8 %) i amb el sistema d'avaluació (75,8 %). Cal indicar que s'ha produït un lleuger descens de la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge vinculats amb els treballs finals (56,6 %).

En el cas del **grau de Comunicació**, el curs 2024-2025 s'observa un increment de la satisfacció en tots els indicadors de l'assignatura Treball final de grau (TFG). Així, la satisfacció general és del 90,6 %; la satisfacció amb els recursos, del 72,9 %, i la satisfacció amb el sistema d'avaluació, del 87,1 %. L'índex de satisfacció també s'ha incrementat en el cas del **grau de Disseny i Creació Digitals**; la satisfacció general ha passat del 61,3 % del curs 2023-2024 a un 68,3 %, la satisfacció amb el sistema d'avaluació és del 69 % (similar a la del curs anterior) i la satisfacció amb els recursos de satisfacció passa del 40,3 % a un 44 %.

En el cas dels màsters universitaris, destaca el següent:

- **Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments:** tot i que la satisfacció general amb l'assignatura Treball final de màster (TFM) ha augmentat més d'un 10 % (fins a assolir el 86,7 % en el curs 2024-2025), s'observa una disminució de la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge i amb el sistema d'avaluació.
- **Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca:** es manté la satisfacció general (69,2 % el curs 2024-2025), encara que, de nou, es produeix una disminució sensible de la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge, que cau al 46,2 %. Per contra, la satisfacció amb l'avaluació creix més de 10 punts (76,9 %). Per aquest motiu, una de les accions de millora des de la titulació s'orienta al perfeccionament dels recursos d'aprenentatge en algunes assignatures clau, incloent-hi TFM.
- **Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat:** és la titulació en la qual s'observa un increment més destacat de la satisfacció general, si bé cal tenir en compte que el volum de respostes no és prou significatiu.

- **Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives:** s'observa un increment notable de la satisfacció general amb el TFM (100 % el 2024-2025) i de la satisfacció amb l'avaluació (88,9 %), i una certa estabilitat en la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge (66,7 %).

- **Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia:** la satisfacció general s'incrementa més de 10 punts (fins al 76,9 %) i s'estabilitza la satisfacció amb el sistema d'avaluació (61,5 %). El punt negatiu és la caiguda molt destacada de la satisfacció amb els recursos (38,5 %). Des de la titulació es proposa una acció de millora específica per als recursos d'aprenentatge del programa.

Cal tenir en compte que, com s'indica en els IST, en alguns casos es considera que cal relativitzar les enquestes pel reduït nombre de respostes i, conseqüentment, per l'error mostral que poden presentar, sobretot en màsters i en assignatures concretes (com ara TFM).

Pràctiques

Pel que fa a les pràctiques, en el curs 2024-2025, l'índex de satisfacció amb l'acció docent és del 70 % (30 punts per sota del de 2023-2024); amb els recursos d'aprenentatge, del 50 % (30 punts menys que en el curs 2023-2024), i amb el sistema d'avaluació, del 58,3 %. En els tres casos s'observa una disminució important respecte del curs anterior. Cal tenir present que aquests resultats apunten a una representativitat reduïda en fer la consulta per titulació.

Els resultats de la satisfacció amb les pràctiques externes també mostren una disminució en termes similars, amb una apreciació més alta dels recursos del centre de pràctiques (75 %) i del sistema d'avaluació (67,9 %), tot i que la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge baixa fins a un 44,4 %. Tanmateix, cal tenir en compte que, en el cas de les pràctiques externes, els recursos de l'aula virtual tenen un pes menys significatiu, la qual cosa pot explicar la tendència a una valoració menor que en la resta d'indicadors. Igual que en els indicadors de satisfacció general amb les pràctiques, en consultar les dades per titulació, els resultats apunten a una menor representativitat.

5.2 Avaluació

El sistema d'avaluació de les assignatures dels Estudis és, en termes generals, un indicador molt ben valorat per l'estudiantat en les diferents titulacions. El curs 2024-2025, la satisfacció global amb els sistemes d'avaluació ha estat del 79,1 %, per sobre del llindar que es considera adequat.

Cal recordar que, des de l'any 2020, la UOC ha adoptat un model d'avaluació totalment digital, de manera que ha eliminat les proves i els exàmens finals presencials de tota l'oferta formativa. Aquesta decisió institucional representa una oportunitat per consolidar el nostre model educatiu basat en la flexibilitat i l'aprenentatge autèntic en totes les seves dimensions. Així mateix, aquest canvi en el model d'avaluació es dona en un moment de profundes transformacions socials vinculades a l'expansió i la popularització de tecnologies d'intel·ligència artificial, context que imposa desafiaments sense precedents a l'educació en general i a la formació universitària en línia, en particular.

Un dels molts reptes que ens planteja aquest escenari és la necessitat de dissenyar mecanismes i estratègies que ens ajudin a garantir la identitat i l'autoria en els processos d'avaluació, i que ofereixin, alhora, una experiència d'avaluació formativa, personalitzada i estimulante. En aquest marc, una de les línies específiques de treball que s'està impulsant a escala institucional i amb aplicació a curt termini és la implementació d'estratègies que incorporin elements de sincronia, oralitat, aleatorietat i restricció temporal en el disseny de l'avaluació, a més de la implementació de sistemes de supervisió en línia o *proctoring*, tant en activitats d'avaluació continuada com final.

A partir del mapa transversal d'estratègies d'avaluació digital en cada titulació, en el marc d'aquesta iniciativa institucional, s'ha continuat treballant en l'àmbit dels Estudis i dels diferents programes per aprofundir en les estratègies més adequades d'avaluació digital atenent a les característiques pròpies de cada assignatura i en col·laboració estreta amb el professorat. Alguns exemples de les estratègies emprades són les proves orals virtuals síncrones, les proves orals virtuals asíncrones, els *quizzes* i l'avaluació orientada al procés, i no només al resultat.

Al llarg d'aquest curs s'ha treballat en diferents proves pilot i sessions de treball sobre avaluació digital en el marc dels Estudis, una voluntat entomada pel nou equip de direcció, que en coordinació amb el Vicerectorat de Docència i Aprenentatge continua treballant en la implantació del model d'avaluació de la UOC del futur. A finals del curs 2024-2025 ja es va iniciar el treball per efectuar una primera ronda de proves finals digitals asíncrones dins l'aula, amb supervisió en línia i basades en la creació de bancs de preguntes, que es posaran en marxa el 2025/1.

Punts forts

- El caràcter formatiu i actiu de les activitats de formació contínua.
- L'impuls a la millora de l'avaluació digital i les noves estratègies d'avaluació.
- El treball en els àmbits d'assignatura, de programa i dels Estudis, amb el suport de l'eLinC, per adaptar les estratègies d'avaluació a les necessitats d'avaluació acreditativa identificades pel professorat en el marc dels nous models d'avaluació institucionals.

Àmbits de millora

-

Dimensió 6. Recursos d'aprenentatge i de suport a l'alumnat

El centre disposa de serveis d'orientació i de recursos adequats i eficaços per a l'aprenentatge de l'alumnat.

- Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral i/o el desenvolupament professional.
- El centre té implantats processos adequats i eficients per seguir el progrés de l'alumnat i orientar-lo acadèmicament i personalment.
- Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants, a les característiques de la titulació i al model educatiu del centre.
- Les infraestructures docents i de suport a l'aprenentatge donen resposta adequada a les necessitats d'aprenentatge de l'alumnat.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016		X		
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		
Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017			X	
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

6.1 Serveis d'orientació acadèmica i professional

El model educatiu de la UOC té tres eixos principals pel que fa al sistema de suport a l'aprenentatge: l'acompanyament docent, els recursos d'aprenentatge i la comunitat UOC en xarxa.

Orientació acadèmica: tutoria

Pel que fa a l'acompanyament docent, més enllà dels rols docents del professorat propi i el personal docent col·laborador (PDC), posem el focus en el rol de seguiment transversal de l'equip de tutoria. El curs 2024-2025, les enquestes mostren una estabilització de la satisfacció general amb la tutoria. En el cas dels graus, es registra una satisfacció elevada amb la figura de la tutoria d'inici (90,1 %), mentre que la satisfacció amb la tutoria de seguiment s'estabilitza al voltant del 77,6 %. En el cas dels màsters, la satisfacció amb la tutoria és del 77,6 %, mentre que la percepció d'utilitat de la tutoria per part dels graduats i graduades, que sol ser més baixa, se situa en un 58,6 %. L'evolució de les xifres es considera força estable en aquest àmbit.

Servei d'orientació professional

Respecte de la satisfacció amb el servei d'orientació professional, els resultats han tendit a ser, en general, baixos. El curs 2024-2025 s'observa una disminució d'aquest indicador, que se situa en un 53,5 %. Volem destacar diferents iniciatives en l'àmbit del programa que pretenen connectar de manera més directa l'oferta formativa amb el sector professional. Alguns exemples són:

- Col·loqui en línia sobre comunicació institucional i pública europea, a càrrec de Carlota Martí, periodista i cap de premsa de la Representació de la Comissió Europea a Barcelona
- Xerrada sobre el futur del sector audiovisual, a càrrec de Francisco de Assis Batista Amaral i Jessica Ortiz Romero

En diversos informes de titulació apareixen iniciatives de millora centrades en aquest indicador.

6.2 Serveis i recursos de suport a l'aprenentatge

L'evolució general de la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge ha mantingut una tendència positiva; així, la contribució dels recursos d'aprenentatge a l'èxit acadèmic ha assolit un 73,3 % de satisfacció en el curs 2024-2025.

En el cas dels graus, la tendència és positiva en ambdues titulacions, amb una satisfacció d'un 68,6 % en el **grau de Disseny i Creació Digitals** i d'un 76,4 % en el **grau de Comunicació**.

En el cas dels màsters, la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge és elevada i segueix una tendència àmpliament positiva. Destaquen especialment un increment de més de 13 punts en el **màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca** (del 61,2 % en el curs 2023-2024 al 74,8 % en el curs 2024-2025), la pujada de gairebé 15 punts en el **màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives** (que passa del 62,7 % en el curs 2023-2024 a un 77,1 % en el curs 2024-2025), la satisfacció per sobre del 80 % que manté el **màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat** i el manteniment de la satisfacció per sobre del 70 % en el **màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments** i el **màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia**.

Un altre aspecte que es vol esmentar és que es manté la percepció de l'estudiantat sobre la baixa utilitat dels serveis de la Biblioteca, si bé en general aquest indicador ha evolucionat positivament fins al 51,9 % el curs 2024-2025. Aquesta certa evolució positiva s'evidencia en els graus, amb un increment general de gairebé 4 punts, causat principalment per l'augment en el **grau de Comunicació** (del 51,5 % del curs 2023-2024 a un 57,7 en el curs 2024-2025). Per la seva banda, en el **grau de Disseny i Creació Digitals** la satisfacció s'incrementa lleugerament (0,9 punts), però se situa en el 47,7 %. Pel que fa als màsters, en el **màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca** el nivell de satisfacció augmenta 8 punts (fins a un 48,1 %); en el **màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives**, 0,7 punts (fins a un 47,4 %), i en el **màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments** es manté una satisfacció del 44,2 %, que representa un increment de més de 5 punts respecte del curs 2023-2024. Els casos particulars els trobem en el **màster universitari d'Estratègia i Creativitat en**

Publicitat, que és el que manté l'índex de satisfacció més elevat, si bé el percentatge de satisfacció cau del 80 % al 57,1 % i el **màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia**, que és l'únic en el qual s'observa una disminució del nivell de satisfacció, que passa del 58,8 % del curs 2023-2024 a un 46,7 % en el curs 2024-2025.

En diversos informes de seguiment de titulació s'esmenten iniciatives de programa portades a terme o previstes relacionades amb la Biblioteca, sobretot per facilitar el coneixement dels serveis i les opcions que ofereix; per exemple, en assignatures d'inici. També cal tenir en compte que el fet que l'estudiantat disposi dels recursos necessaris a l'aula organitzats i preparats en el format Niu pot fer que no percebi l'ús de la Biblioteca com un valor afegit, cosa que podria explicar els baixos resultats.

D'altra banda, es vol valorar l'increment notable del nivell de satisfacció amb els tràmits per sol·licitar les pràctiques, que va arribar a un mínim històric el curs 2023-2024 (un 35,7 %) i que en el curs 2024-2025 ha assolit el seu màxim històric (un 71,9 %). Com es va fer palès en l'ISC anterior, es va elevar una petició als Serveis de Pràctiques i Mobilitat, responsables de la gestió. Per tant, considerem que les accions que s'han portat a terme per tal de corregir aquesta disfunció han donat resultat. Es vol deixar constància que, en el cas dels màsters, en què aquest aspecte té una rellevància especial, també s'ha produït un increment similar.

Pel que fa a la satisfacció amb els tràmits de matriculació en el treball final, segueix una evolució general positiva i arriba al 81,22 % en el curs 2024-2025. Aquest increment s'aprecia principalment en els graus, mentre que els màsters registren una satisfacció elevada estable.

Punts forts

- L'esforç fet des dels programes per connectar amb entitats representatives dels sectors corresponents a fi de millorar l'orientació professional.
- La millora en la satisfacció amb els tràmits de pràctiques i de matriculació en treballs finals.
- La tendència positiva en la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge.

Àmbits de millora

-

Dimensió 7. Implantació del SGIQ i resultats acadèmics

El centre té implantat un SGIQ que inclou processos per a la recopilació d'informació per a l'anàlisi i la millora de les seves activitats formatives i del mateix SGIQ. Els resultats dels programes formatius són adequats, tant pel que fa als assoliments dels resultats d'aprenentatge com als indicadors de rendiment acadèmic, satisfacció i inserció laboral.

- L'alumnat adquireix els resultats d'aprenentatge pretesos.
- Els resultats acadèmics, de satisfacció i d'inserció laboral dels programes formatius són adequats i coherents amb els obtinguts per titulacions similars de la mateixa disciplina.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016		X		
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		

Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017		X		
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

7.1. Resultats dels programes formatius

Des d'una perspectiva global, els indicadors de qualitat dels programes formatius inclosos en aquest informe són adequats i aconsegueixen els valors esperats. El curs 2024-2025 destaquen, en termes generals, les bones taxes de rendiment (86,1 %) i d'èxit (92,9 %), en línia amb cursos anteriors. En termes de satisfacció, s'observa un cert increment general de la satisfacció global amb les assignatures (del 74,5 % el curs 2023-2024 a un 76 % el curs 2024-2025) i amb l'acció docent (d'un 74,6 % a un 76,9 %).

Els indicadors de satisfacció amb el treball final es mantenen en nivells similars als del curs anterior (si bé en alguns casos són superiors), la qual cosa és coherent amb els resultats de satisfacció positius que presenten les assignatures de treball final, com es veurà a continuació.

També en general, s'observa un cert increment de la taxa de graduació en les titulacions de grau, que passa del 21,1 % del curs 2023-2024 al 26,4 % del curs 2024-2025. Tanmateix, també s'incrementa la taxa d'abandonament inicial, que passa del 29,9 % del curs 2023-2024 al 30,1 % del curs 2024-2025, la qual cosa suposa un cert aplanament de la corba observada en els dos cursos anteriors. Pel que fa als màsters, les xifres són molt diferents, amb un increment de la taxa de graduació del 39,6 % al 42,7 % i una disminució de la taxa d'abandonament inicial del 21,8 % al 18,8 %, xifres i tendències que es consideren molt positives.

Finalment, respecte dels indicadors de satisfacció amb la inserció laboral, s'observa una disminució de la satisfacció en comparació del curs 2023-2024. La valoració de la millora en les habilitats comunicatives passa d'un 80,9 % en el curs 2023-2024 a un 62,2 % en el curs 2024-2025. La valoració de la millora de les capacitats professionals també disminueix, tot i que menys, i passa del 76,5 % en el curs 2023-2024 a un 71,1 % en el curs 2024-2025. Cal analitzar cas per cas per poder arribar a conclusions i tenir en compte que els resultats, en alguns casos, poden no ser especialment significatius.

A continuació es detallen els resultats per tipologies de programa i titulacions.

Graus

Grau de Disseny i Creació Digitals

Les xifres de rendiment i satisfacció d'aquest grau es mantenen, en paral·lel al desplegament del pla de 240 ECTS. En termes generals, la taxa de rendiment se situa en un 78,9 % i la taxa d'èxit, en un 87,7 %, xifres similars a les del curs anterior. Tots els índexs de satisfacció s'incrementen lleugerament, de manera que la satisfacció general se situa en el 76,8 %; la satisfacció amb l'acció docent, en el 76,8 %; la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge, en el 74,8 %, i la satisfacció amb el model d'avaluació, en un 79,6 %.

Pel que fa als indicadors de satisfacció amb les pràctiques externes, en el curs 2024-2025 s'ha produït una recuperació, amb resultats que se situen com a mínim en el 75 % de satisfacció.

Finalment, pel que fa a la satisfacció amb la inserció laboral, s'observa una disminució notable de la satisfacció amb la millora de les habilitats comunicatives en comparació del curs 2023-2024, ja que es passa del 68,8 % a un 52,8 %. En el cas de la satisfacció amb la millora de les capacitats professionals, es passa del 80 % del curs 2023-2024 al 67,6 % del curs 2024-2025.

En consonància amb l'IST, es vol concentrar l'atenció en assignatures com Anglès B2.1 i Anglès B2.2 (impartides pel Centre d'Idiomes Moderns), que, malgrat mantenir una taxa d'èxit per sobre el 85 %, registren nivells de satisfacció per sota dels desitjables en tots els aspectes, amb l'excepció de l'acció docent. S'actuarà

també sobre les assignatures Tipografia avançada (optativa), Direcció d'art (optativa, tot i que els resultats quantitatius de l'enquesta de satisfacció no són significatius) i Packaging (optativa, tot i que els resultats quantitatius de l'enquesta de satisfacció no són significatius).

Grau de Comunicació

Les mitjanes de rendiment i d'èxit se situen, respectivament, en el 87,1 % i el 94,9 % (totes dues per sobre del 85 %). La satisfacció amb les assignatures se situa en el 77 %; amb l'acció docent, en el 77,5 %; amb els recursos d'aprenentatge, en el 75,5 %, i amb el model d'avaluació, en un 79,7 %. Totes aquestes xifres són iguals o superiors a les del curs anterior i superen el 75 %.

En relació amb l'informe del curs 2023-2024, es vol destacar l'increment de la satisfacció en assignatures com Realització audiovisual, que assoleix el 88,2 %; l'esmentada Direcció d'art, i l'assignatura Disseny del TFG, amb una satisfacció del 61,3 % tot i ser una assignatura complexa en la qual cal orientar a una diversitat important d'interessos i perfils d'estudiants en la darrera fase del seu procés d'aprenentatge.

En el grau de Comunicació, la taxa de graduació presenta un increment del 23 % del curs 2023-2024 a un 25,8 %, mentre que la taxa d'abandonament inicial baixa del 26,9 % a un 23,5 %, una doble evolució positiva.

En el cas de la satisfacció amb les pràctiques externes, la tendència es considera més estable —tot i que s'ha produït un descens en els índexs de satisfacció respecte del curs 2023-2024—, però menys pronunciada (del 81 al 80 %).

Finalment, pel que fa a la inserció laboral, s'observa una disminució de la satisfacció amb la millora de les habilitats comunicatives en comparació del curs 2023-2024 (del 87,7 % a un 68,6 %). En el cas de la satisfacció amb la millora de les capacitats professionals, la disminució és menor (del 80,4 % al 76,5 %).

Seguint el que s'indica a l'IST, es vol actuar al voltant de tres assignatures que es consideren susceptibles de millora: Disseny visual i expressió gràfica (obligatòria, amb xifres de satisfacció baixes, del 46,8 % global i un 45 % amb els recursos d'aprenentatge), Periodisme d'investigació i dades (optativa, amb un 48,4 % de satisfacció amb l'acció docent i un 45,2 %, amb els recursos d'aprenentatge) i Exercici de la professió periodística (amb un 48,8 % de satisfacció amb l'acció docent i un 43,9 %, amb els recursos d'aprenentatge).

Màsters

Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments

Les dades de rendiment i d'èxit se situen, de mitjana, per sobre del 90 % des que es va començar a impartir la titulació. El curs 2024-2025, la taxa de rendiment ha estat del 91,7 % i la taxa d'èxit, d'un 94,3 %. Els índexs de satisfacció se situen en nivells similars als del curs anterior: la satisfacció amb les assignatures és el 73,3 %; la satisfacció amb l'acció docent, del 74,4 %; la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge, del 68,8 %, i la satisfacció amb el model d'avaluació, del 76,1 %. Tots els resultats se situen en valors al voltant del 75 %, a excepció dels recursos d'aprenentatge. Com ja es va indicar en l'ISC del curs 2023-2024, en general, les dades de les enquestes de satisfacció amb les assignatures presenten errors mostrals importants per la baixa participació, particularment en les assignatures optatives, la qual cosa fa que la seva representativitat s'hagi de relativitzar.

D'altra banda, es vol fer valer l'increment de satisfacció en assignatures com ara Conceptes i pràctica de la comunicació corporativa (complement de formació), Protocol empresarial (obligatòria) i Treball final de màster (obligatòria).

Respecte de la taxa d'abandonament inicial, es passa del 18,7 % al 14,4 %, la qual cosa es considera una dada positiva. Finalment, respecte de la inserció laboral, s'observa una lleugera disminució de la satisfacció amb la millora de les capacitats professionals, del 69,2 % al 60 %.

Pel que fa a aspectes de millora, tal com indica l'IST, es vol posar el focus en assignatures en les quals es detecta una necessitat d'incidència per millorar la satisfacció. És el cas de Lobbyism and public affairs (optativa), Comunicació interna (optativa), Comunicació de crisi i de risc (optativa) i Habilitats directives, lideratge i formació de portaveus (obligatòria). Entre les mesures previstes, hi ha reforçar el seguiment de l'ús

il·lícit de la IA, fer canvis en el PDC, fer canvis en el format d'avaluació i dur a terme accions per incrementar la participació en les enquestes.

Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat

La titulació manté una taxa de rendiment elevada i bons resultats de satisfacció, en línia amb el curs anterior. El curs 2024-2025, la taxa de rendiment ha estat del 93,1 % i la taxa d'èxit, d'un 95,6 %. Pel que fa als nivells de satisfacció, la satisfacció amb les assignatures és del 84,1 %; amb l'acció docent, del 84,5 %; amb els recursos d'aprenentatge, del 83,3 %, i amb el model d'avaluació, d'un 82,1 %. Totes aquestes xifres es consideren molt positives.

Diverses assignatures del màster registren increments de la taxa de rendiment i de satisfacció. Destaquen Màrqueting de continguts i *branded content* (obligatòria), amb taxes de rendiment i d'èxit del 100 %; Publicitat *display* (optativa), amb una taxa de rendiment del 100 %, i Sistemes i processos de la publicitat (complement de formació), amb taxes de rendiment i d'èxit del 100 %. En el cas de Màrqueting de continguts i *branded content* i de Treball final de màster (obligatòria), milloren tots els indicadors de satisfacció, no només les taxes de rendiment i d'èxit. Són notables també els increments en les assignatures *Account planning* i direcció de serveis al client (obligatòria), Creació i gestió de l'empresa publicitària (optativa), Mètodes d'investigació en comunicació (optativa) i el Taller de direcció d'art (optativa).

Pel que fa a la taxa de graduats, que gairebé es duplica (del 25,4 % a un 50 %), es vol valorar la tendència positiva observada. Alhora, la taxa d'abandonament inicial es redueix i passa del 37,1 % a un 21 %. Les dues dades es valoren com a altament positives i es consideren el resultat de les accions posades en marxa en el curs anterior.

Finalment, pel que fa a la inserció laboral, s'observa un increment de la satisfacció amb la millora de les capacitats professionals, del 83,3 % al 100 %.

Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia

La titulació manté una taxa de rendiment elevada i bons resultats de satisfacció, en línia amb el curs anterior. El curs 2024-2025, la taxa de rendiment ha estat del 90,4 % i la taxa d'èxit, d'un 94,8 %. Pel que fa als nivells de satisfacció, la satisfacció amb les assignatures és d'un 77,2 %; amb l'acció docent, del 81,3 %; amb els recursos d'aprenentatge, d'un 69,8 %, i amb el model d'avaluació, d'un 83,4 %. Totes aquestes xifres es consideren molt positives.

Respecte del detall per assignatura, els nivells de satisfacció han incrementat a Analítica avançada en xarxes socials (optativa, només amb dues respostes), Community management (obligatòria) i Treball final de màster (obligatòria).

Tal com s'indica en l'IST, es registrarà una incidència en l'assignatura Publicitat en *social media* (optativa), que presenta nivells de satisfacció del 50 % o inferiors. També es proposa una acció de millora dels recursos d'aprenentatge en diferents assignatures, ja que aquest indicador és un dels més sensibles en les enquestes. Finalment, per tal de contribuir a l'increment de satisfacció amb el TFM, es treballarà per millorar l'acompanyament en els diferents processos previs vinculats a aquesta assignatura.

La taxa de graduats es manté estable, amb un 49,5 % en el curs 2024-2025, i la taxa d'abandonament inicial ha baixat del 17,3 % al 15,9 %. Les dues dades es consideren positives.

Finalment, pel que fa a la satisfacció amb la inserció laboral, s'observa un increment notable de la satisfacció amb la millora de les capacitats professionals, del 42 % el curs 2023-2024 al 75 % el curs 2024-2025.

Com s'indica en l'IST, es proposen un seguit d'accions per reforçar l'acció tutorial a fi de millorar tant la satisfacció amb la tutoria com la valoració dels serveis universitaris i de reduir la taxa d'abandonament.

Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives

La titulació manté una taxa de rendiment elevada i bons resultats de satisfacció, en línia amb el curs anterior. El curs 2024-2025, la taxa de rendiment ha estat del 84,5 % i la taxa d'èxit, d'un 89,9 %. Pel que fa als nivells de satisfacció, la satisfacció amb les assignatures és del 79,3 %; amb l'acció docent, del 83,9 %; amb els recursos d'aprenentatge, del 73,9 %, i amb el model d'avaluació, del 89,2 %. Totes aquestes xifres es consideren molt positives.

Respecte del detall per assignatura, algunes han mantingut una tendència positiva en les taxes de rendiment i d'èxit i en els índexs de satisfacció. Destaca especialment l'increment en pràcticament tots els indicadors de Direcció de projectes de comunicació digital (obligatòria), Periodisme d'investigació (obligatòria), Periodisme i *social media* (obligatòria), Comunicació digital i societat (obligatòria) i Treball final de màster (obligatòria). També es vol remarcar un seguit d'assignatures que han registrat un increment en determinats índexs de satisfacció, com ara Anàlisi i visualització de dades (obligatòria), Audiències i opinió pública (optativa), Màrqueting de continguts (optativa) i Noves formes narratives (obligatòria).

Pel que fa a la taxa de graduats, s'observa un increment del 26,5 % al 32,8 %. Tanmateix, la taxa d'abandonament inicial també ha incrementat i ha passat del 27,8 % al 30 %. Es considera que aquest indicador s'ha de continuar observant, ja que manté la tendència a l'alça els darrers cursos, encara que la corba d'increment s'ha aplanat si es compara amb els períodes 2022-2023 i 2023-2024.

Finalment, pel que fa a la inserció laboral, la satisfacció amb la millora de les capacitats professionals es manté estable (al voltant del 75 % el curs 2024-2025).

D'acord amb l'IST del programa, les principals accions de millora queden recollides en la proposta de modificació impulsada per la direcció de programa i la Comissió de Titulació.

Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca

La titulació manté una taxa de rendiment elevada i bons resultats de satisfacció, en línia amb el curs anterior. El curs 2024-2025, la taxa de rendiment ha estat del 89,2 % i la taxa d'èxit, d'un 93,2 %. Pel que fa als nivells de satisfacció, la satisfacció amb les assignatures és del 78,4 %; amb l'acció docent, del 77,2 %; amb els recursos d'aprenentatge, del 77,2 %, i amb el model d'avaluació, del 78,1 %. Totes aquestes xifres es consideren molt positives.

Respecte del detall per assignatura, hi ha un nombre important d'assignatures en què s'observa un increment en tots els índexs de satisfacció: Cultura del disseny i les marques (obligatòria), Entorn de marca i identitat sensorial (obligatòria), Estratègia de *branding* i arquitectura de marca (obligatòria), Tendències i enfocaments emergents del disseny (obligatòria) i Treball final de màster (obligatòria, menys d'un 10 % de respostes a les enquestes). També cal destacar altres assignatures que es troben en procés de millorar els índexs de satisfacció, com ara Mitjà digital i *motion brands* (obligatòria), en la qual augmenten la satisfacció amb l'assignatura i amb l'acció docent, però baixa la satisfacció amb els recursos, i Marca gràfica i identitat visual (obligatòria), en la qual augmenta la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge, tot i que es manté una satisfacció del 50 % amb l'acció docent.

Pel que fa a la taxa de graduats, s'observa un increment important, ja que passa del 25 % del curs 2023-2024 al 48,8 % en el curs 2024-2025. Alhora, la taxa d'abandonament inicial baixa notablement i passa del 38 % a un 18,5 %. Totes dues xifres es consideren altament positives.

Finalment, respecte de la satisfacció amb la inserció laboral, s'observa una certa disminució de la satisfacció amb la millora de les capacitats professionals, del 75 % del curs 2023-2024 al 62,5 % del curs 2024-2025.

D'acord amb el que s'indica a l'IST, es proposa fer un seguiment per millorar els indicadors de les assignatures Mitjà digital i *motion brands* (satisfacció amb els recursos d'aprenentatge del 54,5 %), Marca gràfica i identitat visual (satisfacció amb l'acció docent del 50 %), Tipografia i *branding* (satisfacció amb l'acció docent del 52,4 %) i Treball final de màster (satisfacció amb els recursos d'aprenentatge del 50 %).

Punts forts

- Els bons resultats globals en les taxes de rendiment i d'èxit.
- Els valors globals de satisfacció amb les assignatures i l'acció docent.
- La tendència majoritària cap a la millora dels indicadors.

Àmbits de millora

-

Dimensió 8. Informació pública

El centre informa de manera adequada tots els grups d'interès sobre les característiques del programa i sobre els processos de gestió que en garanteixen la qualitat.

- El centre publica informació veraç, completa, actualitzada i accessible sobre les característiques de les titulacions i el seu desenvolupament operatiu.
- El centre publica informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció de l'alumnat i el professorat, i també els resultats de l'acreditació institucional del centre i/o de les seves titulacions.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Grau de Comunicació 2008		X		
Grau de Disseny i Creació Digitals 2023		X		
Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016		X		
Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020		X		
Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018		X		
Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017		X		
Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017		X		
Valoració global dels Estudis		X		

Anàlisi i valoració

8.1 Qualitat de la informació

La UOC i els ECIC disposen de diferents mecanismes per garantir l'accés a informació completa i actualitzada sobre les diferents titulacions que imparteixen, el seu desenvolupament operatiu i els resultats assolits en cada cas. Les dades de satisfacció recollides del curs 2024-2025 relacionades amb aquest estàndard ho corroboren i indiquen que el nivell de satisfacció global de l'estudiantat amb els processos d'informació de la Universitat es manté proper al 80 % (exactament, un 79,7 %). Així mateix, la satisfacció amb la informació del procés de matriculació és del 76,6 % (amb un increment de dos punts respecte del curs 2023-2024); la satisfacció amb la informació per part de la tutoria, del 75 %, i la satisfacció amb la informació de la titulació que s'ofereix a la web, del 74,1 %.

En el cas dels graus, la satisfacció amb la informació general és del 78 %, i destaca l'alta valoració de la informació sobre el procés de matriculació (80 %) i de la informació de tutoria (78 %). En el cas dels màsters, la satisfacció general amb la informació arriba al 85,7 %, i destaca la satisfacció amb la informació sobre la titulació que figura a la web, que se situa en un 75,6 %. Tanmateix, s'observa una disminució de la satisfacció amb la informació sobre el procés de matriculació i amb la informació proporcionada des de la tutoria.

8.2. Contingut de la informació

Tota l'activitat de recerca i transferència dels ECIC, incloses les publicacions del curs 2024-2025, s'actualitza de manera continuada i està disponible a la [web dels Estudis](#). Així mateix, la informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció es pot consultar en l'espai institucional *Qualitat* del portal mitjançant els enllaços següents:

- [Resultats acadèmics](#)
- [Resultats de satisfacció](#)
- [Informes de qualitat de les titulacions](#)

També cal posar en relleu les diferents accions específiques de difusió i transferència vinculades als programes de grau i màster portades a terme durant el curs 2024-2025. A continuació, figuren les portades a terme al llarg de 2025:

- IX Jornada MoJoInnova UOC-EFE 2025
- III Jornada Comunicació i Música (#UOComMusic): Enfocaments acadèmics i d'innovació sobre música i comunicació
- III Jornada ImCreA: La condició de l'arxiu en l'era de la virtualitat
- Jornada en el marc de la Barcelona Design Week: El disseny gentrifica?
- Jornada: Intel·ligència artificial aplicada a la gestió documental i de continguts. Cap a on anem?
- Oportunitats i desafiaments
 - Sessió: La IA i els nous reptes professionals en comunicació
 - Seminari: El present i futur del disseny: reptes i oportunitats professionals
 - III Jornada d'Estudis Culturals, organitzada pel grup GAME
 - I Jornada Comunicació i Joves (#UOComYouth): Nous canals, formats i narratives, organitzada pel grup GAME
- VIII Edició de la Jornada Almanzora Comparte, organitzada per la sotsdirecció d'aliances, comunitat i cultura
- Premis als millors treballs finals de grau i màster universitari

Punts forts

Des d'una aproximació global, considerem punts forts de la informació pública:

- La pàgina web dels ECIC, que integra informació rellevant i d'actualitat sobre l'activitat docent, de recerca, de difusió i de transferència impulsada pels Estudis.
- El butlletí d'informació mensual, dirigit al PDC i a l'equip propi dels ECIC, en el qual es fa difusió de continguts de docència, recerca, transferència i activitats.
- El blog *Tot Comunica*, amb notícies i entrevistes d'interès per a tota la comunitat dels ECIC (continguts de docència, recerca, transferència i activitats, així com d'actualitat de l'àmbit).
- L'organització d'esdeveniments impulsats pels Estudis.
- El pòdcast *Parenthesis*, dirigit a tota la comunitat UOC, en el qual us presentem les darreres tendències en informació i comunicació en format d'entrevista.

De cara al nou curs s'està treballant amb l'Àrea de Comunicació en la nova política institucional de comunicació i presència en xarxes socials que impulsa la UOC, en la qual els ECIC han de tenir un paper rellevant.

Àmbits de millora

-

5. Valoració de les titulacions

Grau de Comunicació 2008

La valoració global de la titulació és positiva, si bé hi ha aspectes dels quals cal fer un seguiment, tal com queda reflectit en les accions de millora per al proper curs 2025-2026.

Dimensió 1: és important destacar els exemples d'aplicació de la perspectiva de gènere en el marc d'assignatures com Projectes audiovisuals recollits a la Biblioteca de la UOC. El *toolkit* de gènere s'ha incorporat a totes les assignatures del grau com a recurs.

Dimensió 2: es valora molt positivament que aquest darrer curs 2024-2025 s'hagi assolit l'objectiu d'incrementar la valoració de la coordinació entre assignatures, que ha passat del 61,3 % al 70,9 % i al 80,6 %.

Dimensió 4: cal destacar que el 91,9 % del PDI és doctor i que el percentatge de professorat doctor (propí + col·laborador) se situa per sobre del 50 % (51,9 %). Així mateix, la valoració del domini del professorat col·laborador (considerant el seu perfil acadèmic i professional i la seva experiència docent) se situa en el 85,8 %. També destaquen la satisfacció amb l'assignatura de pràctiques (88,9 %), la satisfacció amb el seguiment del tutor acadèmic (83,3 %) i la satisfacció amb el seguiment del tutor extern (94,4 %). Per contra, si bé la satisfacció amb l'acció docent en la majoria de les assignatures del grau se situa per sobre del 75 %, hi ha algunes assignatures amb xifres inferiors a aquest percentatge, de les quals cal fer un seguiment.

Dimensió 5: destaca la satisfacció amb la metodologia (77 %), les activitats docents (81 %) i el model d'avaluació del TFG (81,7 %). També cal assenyalar l'especial seguiment que es fa, en el marc del grau de Comunicació, de l'estudiantat que té necessitats especials mitjançant un protocol d'actuació i comunicació a l'equip docent. D'altra banda, es considera necessari continuar treballant de manera alineada amb la Universitat en mecanismes de detecció del plagi (si bé es disposa d'un protocol en el marc del grau), en mecanismes de detecció de mal ús de la IA, en accions formatives i en bones pràctiques. De moment, s'han incorporat al pla docent i a les diferents assignatures les accions que es poden dur a terme en aquest àmbit.

Dimensió 6: destaca la satisfacció amb la tutoria d'inici (91,6 %) i amb els tràmits del TFG (88,24 %). Per contra, es detecta una baixa satisfacció tant de l'estudiantat com dels tutors amb el servei d'atenció de consultes. La satisfacció amb el Campus Virtual se situa en el 65,5 %. Cal destacar l'increment positiu de la satisfacció amb els tràmits per sol·licitar les pràctiques (72,2 %) gràcies a la incorporació d'un referent de pràctiques per als nostres estudis. Finalment, la satisfacció de l'estudiantat amb el servei d'orientació professional continua sent deficient (57,8 %).

Dimensió 7: destaca la satisfacció de l'estudiantat amb les assignatures de Pràctiques i Treball final de grau. Ara bé, com s'ha vist en la dimensió 2, també s'observa la necessitat de prestar especial atenció a algunes assignatures del grau que tenen dades de satisfacció per sota del 60 %.

Grau de Disseny i Creació Digitals 2016

El ritme de rematriculació en aquesta titulació continua segons el previst, sense l'entrada d'estudiantat nou.

Una de les dificultats de la titulació és trobar suficient personal doctor entre el PDC. Respecte al col·lectiu de PDI, és el grau amb un percentatge més alt de professorat doctor i acreditat entre les universitats que es dediquen a aquesta disciplina i supera amb escreix les xifres mínimes recomanades. El darrer curs acadèmic s'ha incorporat nou professorat doctor propi i acreditat a la titulació, i continuen les accions per augmentar el nombre de personal doctor entre el PDC.

En general, l'estudiantat es mostra satisfet amb la possibilitat d'aplicar els seus coneixements fora de l'àmbit acadèmic. De fet, en la darrera enquesta realitzada per l'AQU a persones graduades, l'índex de satisfacció amb aquesta titulació és superior al de la resta de graus de disseny del sistema universitari català. També cal destacar que el 92 % de les persones titulades es troba actualment ocupat.

Els recursos d'aprenentatge de la titulació es renoven constantment i l'estudiantat es mostra crític quan aquests recursos no estan actualitzats. Les enquestes i l'acció docent permeten identificar ràpidament les necessitats en aquest sentit.

Grau de Disseny i Creació Digitals 2023

El **grau de Disseny i Creació Digitals** ha finalitzat el seu desplegament amb èxit. S'ha pogut donar servei a una demanda elevada sense incidències gràcies a l'elevat volum de professorat dedicat. Es valora molt positivament la demanda, així com l'adaptabilitat de la UOC, que ha evitat que aquest excés hagi provocat cap incidència a l'estudiantat implicat. La incorporació d'aquest nou grau reforça la presència de la disciplina del disseny dins de l'àmbit universitari, la inclusió de la qual és relativament recent, justament des de l'aplicació de l'espai europeu d'educació superior (EEES). Aquest fet comporta certes dificultats, com la de poder disposar d'experts en disseny amb titulació de doctor.

La titulació té uns índexs de satisfacció correctes, cosa que revela l'interès de l'estudiantat i el bon servei aportat. La incorporació d'un nou LMS (Canvas) i de l'eina de portafolis (Folio) ha estat efectiva i permet donar un servei excel·lent a l'estudiantat.

Aquesta titulació neix de 3 estudis diferents, i la coordinació entre tots és fluida i constant, la qual cosa permet oferir un nivell elevat d'interdisciplinarietat, difícil d'aconseguir en l'entorn universitari actual.

Grau d'Informació i Documentació 2008

El curs s'ha desenvolupat en un context marcat per un volum d'estudiants molt reduït i per una clara orientació cap a la finalització del grau per part de l'alumnat actiu (darrer semestre en què era possible). Això ha permès un seguiment molt proper per part de l'equip docent i de les persones responsables de qualitat, especialment en relació amb l'elaboració del TFG. En aquest punt, cal reconèixer la tasca dels tutors i tutores, tant en els casos en què ha estat possible el lliurament final com en els casos que no. Tal com ja s'havia constatat el curs anterior, alguns estudiants presentaven dificultats de dedicació i continuïtat, fet que convertia aquest treball en un veritable coll d'ampolla per a l'assoliment del grau. Com a resposta, s'ha reforçat la tutorització mitjançant un acompanyament més intensiu que ha inclòs videoconferències i un suport individualitzat i sostingut.

Les dades de les enquestes d'aquest any, tot i l'escassa participació, ofereixen una percepció positiva del pla d'estudis, de la utilitat del TFG i de la capacitat de la titulació per consolidar competències professionals i acadèmiques. Malgrat les limitacions metodològiques derivades de la mostra reduïda, aquestes respostes assenyalen una experiència formativa globalment prou satisfactòria.

Aquest curs també ha incorporat un seguiment específic per identificar casuístiques particulars i garantir que cap estudiant quedés sense atendre en la darrera fase del seu recorregut acadèmic. En aquest marc, s'ha treballat amb proactivitat, juntament amb els equips acadèmics de la institució, i s'ha seguit el protocol del tribunal de compensació per a 4 estudiants que es trobaven a les portes de finalitzar el grau, amb una única assignatura pendent. L'aplicació del protocol ha permès avaluar cada cas amb rigor i equitat, tot garantint el compliment dels criteris acadèmics i l'acompanyament necessari en un moment clau del tancament del grau.

En conjunt, el curs es pot valorar com un any de finalització sense baixar la qualitat acadèmica i amb un acompanyament adequat, en el qual la proximitat del seguiment, la flexibilitat i el compromís de l'equip docent han resultat determinants per facilitar la finalització del grau. Tot i el nombre reduït d'estudiants, l'activitat docent i tutorial ha mantingut un estàndard elevat, orientat tant a garantir la qualitat acadèmica com a respondre a les necessitats reals d'un alumnat en la fase final de la titulació.

Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016

El **màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments** manté **bones dades de matrícula** (208 alumnes de nou accés el curs 2024-2025) que el situen com el màster universitari dels ECIC amb més volum d'estudiants i de nova matrícula. Les vies d'accés s'han mantingut similars a les de cursos anteriors.

Aquesta titulació ha estat reconeguda com la **segona millor en l'àmbit de modalitat en línia a escala estatal**, segons el rànquing d'EI *Mundo* (<https://www.elmundo.es/extras/formacion-online/2025/09/23/68d269a4e9cf4a8b748b4571.html>). Vegeu també la notícia de la UOC: <https://www.uoc.edu/ca/news/2025/nou-masters-oficials-de-la-uoc-ocupen-primeres-posicions-en-el-ranquing-d-els-millors-masters-en-linia-a-espanya>.

La titulació ha passat el **procés intern de qualitat de les titulacions de la UOC** (prova pilot a l'abril del 2025), que en va avaluar el funcionament durant el període de 2019-2020 a 2023-2024. La valoració ha estat **favorable**. S'hi destaquen les **bones pràctiques docents**, les **reunions amb l'equip de tutoria de treball final**, l'**organització de debats**, l'**ús de diferents recursos d'aprenentatge** (pòdcasts, entrevistes, vídeos, etc.), la **coordinació de les dates de lliurament de les PAC**, **sessions informatives sobre les pràctiques i el TFM**, entre d'altres. A més, es reconeix l'**orientació cap a la millora de la titulació per part del PRA**, al qual se l'anima a seguir en la mateixa línia. Tot això s'ha consolidat durant el curs 2024-2025. Les accions de millora proposades, referents a la informació pública, s'han aplicat durant el curs 2024-2025.

Les **dades de rendiment i d'èxit** se situen per sobre del **90 %**. Les **dades de satisfacció** també es valoren positivament, amb gairebé la totalitat d'indicadors situats **al voltant del 75 %**.

El **TFM**, que es considera una fita clau en qualsevol titulació, disposa d'un equip docent molt consolidat, doctor i amb experiència en recerca i tutorització. La satisfacció de l'alumnat amb el TFM és del **84,2 %**. Les persones graduades també valoren favorablement aquesta assignatura crucial (**87 %**).

Des de la titulació, s'ha dedicat una **atenció especial a la comunitat de persones graduades de la titulació** mitjançant l'establiment de comunicacions periòdiques a través del grup de LinkedIn, de *mailings* i de l'organització de seminaris web, en els quals se'ls ha convidat a participar. Són accions destinades a estrènyer el vincle amb aquest públic clau, que ha manifestat una satisfacció del 73 % amb la titulació aquest darrer curs.

Els indicadors referents al **professorat de la titulació** se situen **en progrés vers l'excel·lència**, la qual cosa es justifica per: (a) la **ràtio total de professorat doctor** (propi i col·laborador) de més del 70 %, que supera amb escreix l'exigida en màsters universitaris; (b) la **consolidació de l'equip docent**, amb PRA i PDC que porten des de la primera edició (2016-2017) vinculats a les assignatures; (c) la **incorporació de graduats com a tutors i PDC** (3 tutors i la PDC de pràctiques), que són grans coneixedors de la titulació (satisfacció amb la tutoria del 86,2 %); (d) la **qualitat de la recerca** duta a terme pel professorat propi, amb la participació en projectes de recerca i resultats publicats en prestigioses revistes i editorials; i (e) la **satisfacció amb l'acció docent** per part de l'alumnat, que se situa en un 74,4 %.

El màster està al dia de les **tendències i novetats del sector professional**. Durant el curs 2024-2025 s'hi han continuat estrenyent els vincles mantenint els **convenis de col·laboració amb associacions professionals i organitzant activitats conjuntes** (seminari web amb **MPI**, seminari web amb **ADC**, actes amb la **DIRCI**). També s'han organitzat jornades de sortides professionals de manera conjunta als ECIC.

L'**acompanyament a l'estudiantat** és un objectiu important. És per això que s'han organitzat diverses **sessions informatives semestrals en línia i síncrones (amb enregistrament disponible)**. Concretament: (a) **sobre la titulació**, per a l'alumnat interessat a matricular-s'hi, (b) **sobre el TFM** i (c) **sobre les pràctiques curriculars**. Aquestes sessions permeten aprofundir en processos i continguts específics, i resoldre dubtes de l'alumnat. A més, aquest curs s'ha implementat una nova acció: (d) la **sessió de benvinguda al nou alumnat**. L'alumnat valora aquestes iniciatives de manera molt positiva.

La **coordinació d'assignatures** és un aspecte que es treballa semestralment amb tot l'equip de PRA. Així, s'analitzen les assignatures i es proposen accions de millora per a cadascuna que es recullen en un document compartit i es comenten en les reunions de programa. De cara al curs 2025-2026, es treballarà en el disseny d'una **nova assignatura optativa, Comunicació en sostenibilitat i criteris ESG**.

Alguns dels àmbits de millora identificats aquest curs, com la **baixa satisfacció amb l'orientació professional** i el **servei de Biblioteca**, es mantenen des de cursos anteriors, per la qual cosa es proposa continuar analitzant-los conjuntament amb els departaments corresponents de la Universitat. Pel que fa a la satisfacció per sota del llindar òptim d'alguns aspectes que afectaven **assignatures concretes**, durant el curs 2024-2025 s'han aplicat accions específiques que han implicat la incorporació de nous recursos d'aprenentatge ("Guia sobre IA en comunicació corporativa" a l'assignatura Comunicació digital i reputació online), el canvi d'algun PDC i la incorporació de rúbriques per millorar el *feedback*. De cara al curs vinent se centrarà l'atenció de manera especial en les assignatures Habilitats directives, lideratge i formació de portaveus; Comunicació de crisi i de risc, i Comunicació interna.

La titulació fa una aposta per la **innovació docent** participant en les **noves estratègies d'avaluació digital (proves orals síncrones, activitats orals asíncrones, quizzes)**. També ha participat en el pilot sobre un **xatbot a l'aula per a la consulta dels recursos d'aprenentatge** en dues assignatures (Comunicació estratègica i creativa en les organitzacions i Organització estratègica d'esdeveniments) i en el **pilot per fer més eficient la introducció de dates de reptes i activitats a les aules** (que s'implementarà de manera massiva en totes les titulacions el curs 2025-2026).

Finalment, la **IA i com incorporar-la en el procés d'ensenyament-aprenentatge** és un focus d'interès entre l'equip docent del màster. Durant el curs 2024-2025, part del PDI de la titulació ha dut a terme una enquesta entre l'alumnat per conèixer les seves percepcions i usos, els resultats de la qual s'han difós en l'àmbit científic i divulgatiu a la revista **COMeIN** (<https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/ca/numero159/articles/e-estanyol-aprendre-a-comunicar-con-la-ia-generativa-perspectivas-desde-el-master-en-comunicacion-corporativa.html>). A més, aquest curs 2024-2025, des de la Universitat s'ha continuat apostant per la **formació contínua sobre IA** entre el professorat.

Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020

Després de 5 cursos complets, es pot considerar que la titulació es troba ja en fase de consolidació. El perfil d'accés és el previst i es manté un ritme correcte de creixement de la matrícula.

El perfil jove i femení s'ha consolidat i ja supera els valors del primer curs de desplegament del màster. El creixement sostingut i estable de la matrícula ens confirma l'encert en el focus i la definició del pla d'estudis, que el fa atractiu per a l'estudiantat.

Respecte al professorat de la titulació, el percentatge de doctors ha augmentat i assoleix, ara, un nivell adequat. Així i tot, és un element que tenim molt present per a properes incorporacions.

La valoració de l'expertesa del personal col·laborador, així com l'alt rendiment de l'estudiantat, també són elements destacables en positiu.

La participació en les enquestes ha augmentat i la satisfacció global per part de l'estudiantat en actiu és la més elevada des de l'inici del màster en aspectes com les assignatures, l'avaluació, els recursos d'aprenentatge o l'acció docent, fet que aporta validesa i adequació al pla d'estudis del màster.

Es posarà el focus en el manteniment de la qualitat de les assignatures i en la revisió i millora dels recursos d'aprenentatge que han estat menys valorats en assignatures concretes.

Com a propostes de millora, s'iniciarà una acció de consulta al col·lectiu de persones graduades per obtenir informació de més valor sobre la seva experiència amb el màster.

Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018

La valoració global de la titulació és molt positiva, amb indicadors sòlids en **rendiment acadèmic** i **satisfacció de l'estudiantat**. Aquest darrer curs 2024-2025, la **taxa de rendiment** ha estat del 93,1 % i la **taxa d'èxit**, del 95,6 %, xifres que superen àmpliament el llindar esperat. Cal destacar que tots els **indicadors de satisfacció** estan molt per sobre del 75 % òptim: **acció docent** (84,5 %), **assignatura** (84,1 %), **recursos d'aprenentatge** (83,3 %) i **avaluació** (82,1 %).

Entre els **punts forts**, sobresurt el **nivell de satisfacció** de l'alumnat amb la **titulació** i el **professorat**. A més, el percentatge d'**inserció laboral** dels graduats és altament positiu, ja que se situa en el 98,5 %, la qual cosa subratlla la rellevància i l'eficàcia formativa del programa.

Cal posar en relleu també els bons resultats assolits en el **TFM**, un àmbit que el curs anterior havia requerit una millora, així com l'elevada satisfacció amb el procés de matrícula i el seu correcte desenvolupament. Durant aquest darrer curs, s'ha intensificat el seguiment de la **coordinació entre assignatures** amb l'objectiu de millorar la percepció de l'estudiantat mitjançant els nous informes de Seguiment d'Activitat a les Aules (SAA), una iniciativa que ha tingut resultats molt positius.

Pel que fa a la **recerca**, els projectes i les publicacions del professorat, han mantingut el ritme habitual al llarg del curs.

L'**activitat complementària** vinculada al màster s'ha desenvolupat en format virtual i ha mantingut un alt nivell d'interès per part de l'estudiantat. A més, s'ha consolidat un dels esdeveniments més representatius de la connexió entre el programa i el món professional: els **Premis Brava a la Publicitat Valenta**.

Finalment, cal destacar que la dimensió d'inserció laboral es continua situant en nivells d'excel·lència, amb una taxa d'ocupabilitat pràcticament total dels titulats, fet que confirma l'adequada adaptació del pla d'estudis al que demana el mercat laboral.

Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017

La valoració global de la titulació és molt positiva i l'assoliment és global. Aquest màster ha estat reconegut com el millor **en l'àmbit de modalitat en línia a escala estatal**, segons el rànquing d'*El Mundo*

(<https://www.elmundo.es/extras/formacion-online/2025/09/23/68d269a4e9cf4a8b748b4571.html>). Vegeu també la notícia de la UOC: <https://www.uoc.edu/ca/news/2025/nou-masters-oficials-de-la-uoc-ocupen-primeres-posicions-en-el-ranquing-d-els-millors-masters-en-linia-a-espanya>. Tot i això, el volum de matrícula és baix. Per aquest motiu, es redactarà un modifica per actualitzar els continguts de la titulació, fer-la més atractiva i intentar incrementar les dades de matrícula.

Seguidament, se sintetitza el més destacable de les dimensions. Cal indicar, primerament, que el màster està alineat amb els objectius institucionals i és adequat a les necessitats de l'alumnat (dimensió 1, sobre polítiques i estratègia). La dimensió 2, sobre disseny, aprovació i desplegament, també s'assoleix, i s'ha resolt favorablement el procés d'acreditació per fer les adaptacions pertinents al Reial decret 822/2021. Pel que fa a la dimensió 3, sobre els perfils d'accés i d'alumnat, el complement formatiu i el reconeixement de crèdits, es mantenen les dades habituals, però es farà un seguiment especial de les xifres de la nova matrícula en els cursos vinents.

Respecte de la dimensió que recull les dades sobre el personal docent i el professorat, cal remarcar la qualificació acadèmica i la trajectòria docent i investigadora del PRA, que es valora com a punt fort, encara que la recerca estrictament de comunicació i periodisme continua sent minoritària. L'IST previ va servir per diagnosticar el baix percentatge de professorat col·laborador doctor, i en l'actual ja s'ha evidenciat un lleuger increment.

En la dimensió 5, sobre aprenentatge, les dades de satisfacció indiquen que el 79,4 % considera que la metodologia és adequada i el 80,1 % valora molt bé l'adequació de les activitats. La gràfica mostra una estabilitat en els 3 darrers cursos previs a l'informe i un increment en el curs reportat, amb xifres que superen el llindar òptim del 75 % (80 %). La satisfacció amb el model d'avaluació és del 80,2 %. El respecte i l'atenció a la diversitat de l'alumnat són a l'ADN de la UOC i també, per descomptat, al del màster.

Pel que fa a la dimensió 6, sobre recursos d'aprenentatge i suport a l'alumnat, cal destacar la bona feina en l'assignatura de TFM, globalment, i la millora en les assignatures que històricament han tingut valors més baixos. Els valors de la implantació del SGIQ estan en sintonia amb els de la resta de màsters.

Respecte de la dimensió 7, sobre la implantació del SGIQ i els resultats acadèmics, la titulació té una taxa d'èxit del 88,3 % i una taxa de rendiment mitjana del 82,9 %. Es valoren positivament les dades de satisfacció amb l'acció docent (82,4 %), amb els recursos d'aprenentatge (72 %) i amb el model d'avaluació (80,2 %), ja que totes han incrementat en relació amb el curs anterior. Pel que fa a la taxa de graduació (37,8 %), és una de les xifres més altes de l'històric de la titulació (46 persones graduades). Per la seva banda, la taxa d'abandonament (30 %) també és dins dels valors que s'indiquen en la memòria verificada. Respecte de la satisfacció de les persones graduades, es disposa de 9 respostes que presenten una satisfacció generalitzada, entre les quals destaca el 77,8 % de satisfacció amb la titulació o curs i el 75 % de satisfacció amb la millora de les capacitats professionals (no es disposa d'altres dades).

Pel que fa a la dimensió 8, la informació pública està actualitzada i sempre en sintonia i alineada amb la Universitat, però es vol treballar per millorar-la a fi de disposar d'un espai més proper que integri formats audiovisuals i el testimoni de graduats i graduades.

Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia 2017

Els indicadors que permeten parlar d'una bona evolució del programa es consoliden. Contribueixen a aquesta millora tant els IST com els plans d'acció global, que actualment reflexionen sobre les opcions per aplicar la dimensió internacional al màster. La implementació del modifica en el curs 2025-2026 també contribuirà a aquesta evolució, que té vinculada la renovació, l'actualització i la diversificació dels recursos d'aprenentatge al conjunt del màster. A més, es continua fomentant l'esperit innovador a les aules amb pilots i experiències que, un cop avaluats els resultats, es puguin mantenir dins del programa. Només algunes assignatures presenten accions específiques de millora, com ara les pràctiques o el TFM.

Es continua posant el focus en la dimensió ètica del màster i en el contacte amb el sector professional per tal de donar resposta a les necessitats de la societat. Com a aspectes positius, destaca la coherència i la coordinació del programa, que es veu reflectida en diferents aspectes, així com l'adequació del perfil d'accés. Destaca també el perfil de l'equip docent, amb un percentatge elevat de doctors i de professorat responsable acreditat. Les xifres de rendiment i èxit estan per sobre dels llindars òptims, amb dades de persones graduades

que milloren percentualment i amb una reducció, també percentual, de l'abandonament. Es continuarà amb les accions d'acompanyament, la flexibilització de lliuraments i les campanyes d'informació i seguiment de la rematrícula per tal de refermar aquesta tendència.

La satisfacció amb la informació pública és positiva i es pretén reforçar aquesta visió amb els canvis al *site* derivats de la implementació del modifica.

Els canvis sobrevinguts a l'equip de tutoria han tingut un impacte notable no només en la valoració de la seva funció, sinó també en l'evolució d'altres accions de millora o d'altres mecanismes en els quals la figura del tutor tenia un paper important per assolir els indicadors marcats i que es relacionen amb serveis universitaris, Biblioteca, orientació professional o, fins i tot, la navegació al Campus Virtual.

6. Accions de millora

Seguiment del pla de millora. Accions de millora resoltes o descartades

Codi	Nivell d'actuació	Punt feble detectat	Acció proposada	Estat actual
	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixa satisfacció amb la tutoria.	S'ha incorporat una tutora nova. S'han fet vídeos informatius sobre les assignatures per millorar la tutorització de la matrícula.	Resolt
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives	Baja participación y nivel de respuesta a las encuestas de satisfacción.	Implementación de una acción transversal para la concienciación al alumnado por parte de DP/PRA del valor de las encuestas.	Resolt
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives	Perspectiva de gènere: consolidació de la perspectiva de gènere en el programa.	Adequar les activitats avaluable als nous resultats d'aprenentatge establerts. Completar la formació de tot el professorat propi en matèria de compromís ètic i global. Difondre i integrar tots els recursos inclosos en el nou <i>toolkit</i> de perspectiva de gènere. Realitzar una sessió formativa per al claustre de professorat. Preparar nous materials de perspectiva de gènere. Treballar el nou <i>toolkit</i> de gènere en l'àmbit del programa i el PDC. Potenciar la temàtica de gènere en els TFM.	Resolt
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives	Baixa participació i baix nivell de resposta en les enquestes de satisfacció.	Tot i haver expressat que hi ha saturació d'enquestes i el calendari d'enviament no és l'òptim, continuar fent difusió extra via tutoria i equip de PDC a les aules.	Resolt
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives	Consolidació de la perspectiva de gènere en el programa.	Perspectiva de gènere en el programa: continuar treballant en tots els àmbits de docència, en l'avaluació i també en la formació a l'equip de PRA i PDI.	Resolt
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives	Baixa satisfacció amb l'assignatura Direcció de projectes (es continuarà revisant de manera qualitativa).	Enviar l'entrevista a l'alumnat una vegada hagi finalitzat el semestre per recollir-ne la percepció qualitativament i poder garantir que els canvis i les modificacions són adequats.	Resolt

	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb les pràctiques.	Fer un diagnòstic que permeti comprendre les necessitats i expectatives de l'estudiantat quan cursa les pràctiques. Implementar bones pràctiques que s'adaptin a les expectatives de l'estudiantat. Potenciar els canals de comunicació d'informació prèvia a l'inici de les pràctiques. Incorporar entrevistes síncrones amb l'estudiantat. Aprofundir en l'adaptació dels reptes de l'aula i l'activitat portada a terme a l'empresa o l'entorn virtual. Millorar el seguiment i la coordinació de l'equip docent de la Universitat amb el centre extern per reforçar la informació sobre el seguiment que ha de fer la tutoria del centre i els recursos que s'han d'oferir. Valorar si algun dels centres de pràctiques no respon a les expectatives per tal d'establir, si cal, conveni amb d'altres. Fer canvis en l'equip docent, consolidar les proves síncrones dins del model d'avaluació de les pràctiques i renovar els recursos amb la incorporació d'un cicle de pòdcast.	Result
	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa valoració dels tràmits, en especial dels relacionats amb les pràctiques.	Revisar els mecanismes de coordinació amb l'equip de gestió per millorar la comunicació de terminis i el seguiment de processos. Amb la col·laboració de la tutoria, millorar la informació facilitada sobre els tràmits, en especial sobre la documentació i els terminis i la resolució o l'estat de cada petició, amb missatges més personalitzats. Provar l'efectivitat de formats nous per tal de transmetre aquestes dades. Millorar la informació i la visibilització de les sessions informatives.	Result
	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb el TFM.	Adaptar els processos i les actuacions per garantir la dinamització de l'aula i el suport en el seguiment dels treballs per part dels tutors i tutores sense tenir en compte la PA. Renovar alguns dels materials emprats i incorporar nous continguts, com ara vídeos, per guiar en els moments més crítics d'evolució del TFM. Actualitzar els exemples de bons treballs. Consolidar les sessions síncrones de seguiment i reforç del <i>feedback</i> , millorar la informació sobre l'avaluació del TFM i incorporar professorat responsable com a tutor de TFM. Implementar el procés de dipòsit per millorar la recollida de metadades.	Result
	Centre	Manca de suport al professorat en les situacions d'adaptació curricular de l'estudiantat.	Celebrar una jornada de docència als ECIC sobre aspectes de diversitat. Participar en el grup de treball institucional.	Result
	Centre	No s'ofereix informació actualitzada dels resultats acadèmics i de satisfacció per titulació al portal.	Revisar les possibles incidències i facilitar que la informació torni a estar disponible.	Result
	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Baixa satisfacció amb Motion graphics, Direcció d'art i Anglès B2.2.	Motion Graphics: canviar els reptes, dissenyar i produir nous recursos	Result

			<p>d'aprenentatge, establir noves polítiques de comunicació a l'aula.</p> <p>Direcció d'art: fer canvis al PDC, comunicació amb l'estudiantat dirigida pel PRA a fi d'informar en continguts i formes correctament, potenciar l'espai compartit de creació i deliberació entre estudiants (Folio).</p> <p>Anglès B2.2: dissenyar i implementar una infografia per explicar els beneficis de l'escriptura independent (és a dir, l'escriptura sense recórrer a la IA) per a l'adquisició lingüística, proposar un model d'avaluació nou per a les assignatures davant de la poca fiabilitat de l'autoria dels treballs lliurats durant l'AC.</p>	
	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Baixa satisfacció amb els recursos d'aprenentatge de Cultura visual i nous mitjans i Packaging.	<p>Cultura visual: actualitzar els exemples, simplificar els reptes, incorporar la perspectiva de gènere.</p> <p>Packaging: crear recursos propis nous en format de vídeo i cercar recursos en obert de menys de 4 anys d'antiquitat.</p>	Resolt
	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Baixa satisfacció amb l'assignatura de pràctiques.	Incrementar la satisfacció amb l'assignatura de pràctiques.	Resolt
	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Baixa satisfacció amb la Biblioteca.	Descartada. L'estudiantat pot no fer ús del servei de la Biblioteca, ja que els recursos es troben dins de l'aula.	Descartat
	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Atenció a la diversitat.	Implementar les accions del pla d'acció per a la millora de l'atenció a la diversitat i la inclusió de l'estudiantat en els processos d'ensenyament i aprenentatge de la UOC.	Resolt
	Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018	Descens en la satisfacció amb el TFM.	Fer un seguiment especial de la PDC i els 3 PRA d'assignatura, i revisar que els tutors proporcionin el <i>feedback</i> a temps i que l'estudiantat no es perdi. Tancar el calendari de tribunals amb més antelació.	Resolt
	Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018	Baixa matrícula d'estudiantat nou.	Implementar, des de tutoria, una acció personalitzada per contactar amb tots els accessos que no han esdevingut matrícula.	Resolt
	Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018	Taxa d'abandonament.	Implementar, des de tutoria, una acció personalitzada per contactar amb l'estudiantat que no s'ha tornat a matricular. Fer un seguiment, per part del PDC i el PRA, de l'estudiantat que no lliura els reptes a temps.	Resolt
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017	Baixa satisfacció amb les assignatures Tècniques d'anàlisi i visualització avançada, Periodisme d'investigació i Direcció de projectes de comunicació digital.	Encarregar recursos d'aprenentatge nous i fer-ne el seguiment (tot i la baixa resposta, errors mostrals que no entren en els barems raonables).	Resolt
	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017	Baixa satisfacció amb el <i>feedback</i> .	Implementar accions vinculades a l'anàlisi i la millora del <i>feedback</i>	Resolt
	Grau de Comunicació 2008	Baixa satisfacció amb quatre assignatures: Direcció d'art, Disseny del TFG, Periodisme i	Fer un seguiment dels resultats en el curs vinent i revisar els comentaris associats a aquest indicador, per si es poden identificar situacions concretes o causes.	Resolt

		investigació de dades i Realització audiovisual.		
	Grau de Comunicació 2008	Baixa satisfacció amb l'assignatura de Pràctiques.	Fer un seguiment dels resultats en el curs vinent i revisar els comentaris associats a aquest indicador de l'assignatura de Pràctiques.	Result
	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Resultats acadèmics baixos en l'assignatura Metodologia de la investigació de la comunicació.	Canviar el nom de <i>metodologies</i> a <i>mètodes</i> a fi d'ajustar-lo millor al contingut de la matèria. Incorporar ajustos en els reptes proposats i plantejar una avaluació progressiva, de manera que, a partir del <i>feedback</i> de la col·laboradora docent, l'estudiantat pugui demostrar que ha entès les correccions i que sap aplicar-les per millorar els seus resultats.	Result
	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb l'assignatura Community management.	Incorporar canvis en l'equip docent, actualitzar els recursos i reforçar el <i>feedback</i> per tal que l'estudiantat entengui millor l'avaluació.	Result
	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Comunicació pobra amb les tutores en relació amb la resolució dels tràmits d'AEP i RAEP. Poca informació sobre aquests tràmits facilitada a l'estudiantat.	Seguir molt de prop i sense dilació cada cas amb les tutores, i recomanar les opcions més adients i realistes per a cada estudiant. Contactar amb acció tutorial.	Result
	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixa satisfacció amb els recursos d'aprenentatge d'algunes assignatures.	Fer canvis en la planificació de Cultura del disseny per dotar-la d'una seqüència de treball més consistent. Incorporar recursos nous a Taller d'eines.	Result
	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixa satisfacció amb l'acció docent en el conjunt de la titulació.	Fer un canvi en l'equip de Mitjà digital i Estratègia de branding. Fer un seguiment proper de Marca gràfica per detectar elements de millora.	Result
	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Ràtio de doctors baixa. Es vetllarà per millorar la participació de doctors en l'àmbit del professorat col·laborador del programa, tot i la dificultat en l'àmbit de coneixement.	Incorporar més col·laboradors docents amb el doctorat (feina que tardarà alguns cursos).	Result
	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixa satisfacció en la pregunta "El pla d'estudis i els coneixements, les habilitats i les aptituds que s'han d'assolir en la titulació han estat ben definits i coneguts". Millorar el coneixement que tenen els estudiants sobre el pla d'estudis.	Fer un vídeo de presentació per assignatura i per blocs similar al de la sessió informativa a fi d'aconsejar itineraris coherents i que permetin un major gaudi per combinar la teoria i la pràctica en la mesura correcta.	Result
	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Baixa satisfacció amb els recursos d'aprenentatge de les assignatures Comunicació digital i reputació online, Comunicació interna i Protocol oficial.	Encarregar recursos d'aprenentatge nous per a les assignatures Comunicació digital i reputació online, Comunicació interna i Protocol oficial.	Result
	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Poca satisfacció per part de l'alumnat amb la coordinació d'assignatures: 59,4 %. Tot i que aquesta dada representa una millora respecte de l'any anterior (51,6 %), se situa per sota de la mitjana des del curs 2019-2020.	Continuar reforçant la coordinació entre assignatures a partir de les eines de coordinació que es fan servir en la titulació i de les reunions periòdiques amb l'equip docent, amb especial focus a evitar els encavalcaments de contingut entre assignatures, revisar els formats dels lliurables i dels recursos d'aprenentatge, i implementar la IA i noves estratègies d'avaluació digital. Durant el curs 2025-2026 es preveu millorar la coordinació mitjançant la nova eina de seguiment de l'activitat a les aules (SAA) i continuar reforçant les accions	Result

			que ja s'estan duent a terme per aconseguir millorar la percepció de la coordinació entre les assignatures (enquesta de final de curs i enquesta a titulats, pregunta 2: "El màster està ben organitzat [coordinació i seqüenciació d'assignatures, horaris, calendari, etc.]").	
	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Descens de la satisfacció amb algunes assignatures: Conceptes i pràctica de la comunicació corporativa, Protocol empresarial, Protocol oficial, Lobbyism and public affairs i Comunicació interna.	Conceptes i pràctica de la comunicació corporativa: incorporar rúbriques. Protocol oficial: canviar el PDC i modificar els enunciats dels reptes. Protocol empresarial: canviar la prova oral de síncrona a asíncrona. Lobbyism and public affairs: obtenir més respostes a les enquestes. Aplicar les accions de millora proposades per a cadascuna de les assignatures (vegeu-ne el detall al document Anàlisi Assignatures 2023 24.gsheets).	Resultat

Pla de millora. Accions de millora en execució

Codi	Nivell d'actuació	Punt feble detectat	Acció proposada	Estat actual
RP24-25_AM_4316278_02	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb el servei d'orientació professional.	Cooperar amb el servei d'atenció per visibilitzar la seva actuació. Organitzar xerrades específiques amb la direcció i el servei per promoure'l entre l'alumnat abans de finalitzar el semestre. Coordinar amb el servei les accions destinades a les jornades i els tallers sobre sortides professionals que s'organitzen en el marc del màster. Contribuir des de tutoria a informar i compartir els recursos del servei.	En execució
RT20250515_AM_4316278_02	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	A l'informe d'avaluació de la sol·licitud de modificació del títol oficial, es va fer la recomanació següent: "Evitar que el tutor/a del TFM formi part de la comissió avaluadora".	Durant el curs 2025-2026, crear un grup de treball configurat per les PRA, la mànager de programa i membres de l'àrea de qualitat per tal de reflexionar sobre el model d'avaluació del TFM i les diferents opcions de ponderació i composició de la comissió avaluadora. L'objectiu és valorar l'aplicabilitat i els avantatges de la recomanació rebuda.	Validat
	Grau de Comunicació 2008	Cal continuar treballant en la coordinació i la millora de les assignatures Disseny de TFG i TFG, tenint en compte els canvis que implica la implementació del nou modifica: 1 TFG per menció.	Fer un seguiment dels resultats en el curs vinent i revisar els comentaris associats a aquest indicador, per si es poden identificar situacions concretes o causes.	En execució
RT2425_AM_2500596_01	Grau de Comunicació 2008	Tres assignatures amb dades de satisfacció en algun dels indicadors importants (satisfacció amb l'assignatura, l'acció docent, els recursos o l'avaluació) per sota del 50 %. Cal fer-ne un seguiment especial i valorar quins canvis s'han d'incorporar.	Fer un seguiment especial dels canvis necessaris per augmentar per sobre del 50 % els indicadors de satisfacció de les assignatures següents: Disseny visual i expressió gràfica, Periodisme d'investigació i dades, i Exercici de la professió periodística. Implementar aquests canvis.	Validat

RT24-2 5_AM_4 316278 _01	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb els recursos i el model d'avaluació en l'assignatura Analítica avançada en xarxes socials.	Millorar la descripció a l'aula dels materials disponibles (contextualitzar). Incloure nous casos d'estudi o dades d'anàlisi. Revisar i ajustar les activitats avaluables i els mecanismes d'avaluació. Implementar tallers amb experts, diversificar els recursos i optimitzar l'ús de Folio per seguir el procés d'aprenentatge i visibilitzar l'acció docent. Consolidar el <i>feedback</i> formatiu, actualitzar els recursos incorporant l'ús de la IA a l'analítica i ajustar el model d'avaluació amb lliuraments parcials i mecanismes de coavaluació.	En execució
RP24-2 5_AM_4 316312 _02	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017	Baix percentatge de PDC doctor.	Traslladar a l'equip docent la informació, de manera que les noves incorporacions siguin doctors i es pugui millorar la xifra.	En execució
RP24-25 _2504626 1	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Baix nivell global de doctors.	Augmentar el nombre de doctors en la titulació, especialment entre el professorat col·laborador.	En execució
RP24-2 5_AM_4 316278 _02	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb el servei d'orientació professional.	Cooperar amb el servei d'atenció per tal de visibilitzar la seva actuació. Organitzar xerrades específiques abans de finalitzar el semestre amb la direcció i el servei per promoure'l entre l'alumnat. Coordinar amb el servei les accions destinades a les jornades i tallers sobre sortides professionals que s'organitzen en el marc del màster. Contribuir des de tutoria a informar i compartir els recursos del servei.	En execució
RP24-2 5_AM_4 316278 _03	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb la Biblioteca.	Reprendre les accions de divulgació dels serveis que ofereix la Biblioteca combinant accions informatives des de tutoria i la participació de la direcció per fer xerrades específiques amb la Biblioteca adreçades als estudiants.	En execució
RP24-2 5_AM_4 315872 _01	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Baixa satisfacció amb el servei d'orientació professional: 37 % (davant del 54,2 % del curs anterior). Aquesta dada també és baixa si es considera la mitjana dels màsters dels ECIC (el 52,2 % el curs 2023-2024, mitjana del 45,7 % des del curs 2019-2020). Les accions que s'han dut a terme tant des de la Universitat (Fira Virtual d'Ocupació, Cicle Skills) com des de la titulació (jornades de sortides professionals, informació en el blog <i>Tot Comunica</i> , article "Què és la comunicació corporativa i quines són les seves sortides professionals?") no repercuteixen en una millora d'aquest indicador.	Concertar una reunió amb els responsables del servei d'orientació professional perquè ens expliquin, en una comissió de programes dels ECIC, les accions que duen a terme i mirar si es pot reforçar la informació relativa a aquest servei des de la tutoria de cada titulació. En el conjunt de la Universitat, està en marxa el programa Projecta't. La Fira Virtual d'Ocupació està prevista per als dies 2 i 3 d'abril de 2025.	En execució
RP24-2 5_AM_4 315872 _02	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Baixa satisfacció amb la Biblioteca en el curs 2023-2024: 39,1 %. Les accions implementades des de la titulació sembla que no donen resultat: conjuntament amb la	Traslladar les dades de satisfacció a la Biblioteca. Treballar juntament amb la Biblioteca per reforçar la informació que es pot traslladar des de les titulacions.	En execució

		Biblioteca es va preparar un missatge per explicar-ne els serveis i la utilitat, que es penja com a Anunci a les aules. També s'encoratja l'ús de la Biblioteca als enunciats dels reptes.		
RT2425_AM_43_15872_01	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Continuar reforçant el vincle amb les entitats professionals.	Acollir la presentació del <i>Libro blanco de la comunicación interna</i> , de DIRCI (associació de responsables de comunicació interna), prevista per al 30 d'octubre de 2025.	Validat
RT2425_AM_43_15872_03	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Noves demandes de formació per part de l'àmbit professional.	Treballar en el disseny d'una nova assignatura optativa: Comunicació en sostenibilitat i criteris ESG, que es preveu oferir de cara al curs 2026-2027.	Validat
RT24-2_5_AM_4_316312_01	Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives 2017	Manca d'accions per aconseguir una matrícula superior.	Redactar un modifica per actualitzar continguts. Reescriure la web del màster per fer-la més propera i atractiva.	Validat
RT24-2_5_AM_4_316641_01	Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018	Baixa satisfacció amb la tutoria (50 %).	Incorporar una persona nova a tutoria.	Validat
RT24-2_5_AM_4_316641_02	Màster universitari d'Estratègia i Creativitat en Publicitat 2018	Baixa satisfacció amb el servei de la Biblioteca (57,1 %).	Tot i tenir un taller de Biblioteca a l'assignatura de TFM, incorporar també nous recursos (Warc, Statista, etc.) de cara al curs vinent (2025-2026) per treballar els reptes. Això farà que l'estudiantat s'acostumi a entrar a la Biblioteca i la faci servir en els seus reptes.	Validat
RT24-2_5_AM_2_504626_01	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Possible coincidència de lliuraments i generació de colls d'ampolla.	Analitzar el calendari de lliuraments.	Validat
RT2425_AM_25_04626_07	Grau de Disseny i Creació Digitals 2023	Baixa satisfacció amb Direcció d'art, Tipografia avançada, Packaging i Anglès.	Canviar l'equip consultor de Direcció d'art, elaborar recursos de vídeo nous a Packaging, iniciar el procés d'actualització dels recursos de Tipografia avançada i millorar l'assignatura d'anglès en general.	Validat
RT24-2_5_AM_4_317162_02	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixada de la satisfacció entre les persones graduades (tot i la baixa resposta a les enquestes, de 8 persones).	Posar en marxa una acció de consulta directa a les persones graduades en forma d'enquesta o entrevistes per intentar saber més sobre la seva opinió i experiència al màster.	Validat
RT24-2_5_AM_4_317162_03	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Falta reforçar una matrícula ben distribuïda i amb una bona organització semestral de les assignatures per establir una càrrega docent equilibrada.	Crear una infografia que permeti visualitzar de manera gràfica com matricular-se en funció de si es procedeix de vies recomanades o no recomanades i del volum d'assignatures que es vulguin cursar.	Validat
RT24-2_5_AM_4_317162_08	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixada considerable de la satisfacció amb el servei d'orientació professional.	Prendre mesures per millorar aquest aspecte; per exemple, dur a terme una acció per informar de les sortides professionals de la titulació i fomentar-les; també garantir la difusió del servei d'orientació professional per la via de les tutories.	Validat

RT24-2 5_AM_4 317162_ _09	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixa satisfacció amb la Biblioteca.	Incloure algunes de les formacions que proposa la Biblioteca per a l'estudiantat, especialment en les assignatures d'inici, per tal que s'hi puguin acostar i enriquir el seu aprenentatge en àrees com la recerca d'informació, la citació, etc.	Proposta
RT2425 _AM_43 17162_ 11	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixa satisfacció amb els recursos d'aprenentatge de les assignatures Mitjà digital i <i>motion brands</i> , i Treball final de màster.	Revisar els recursos d'aprenentatge d'aquestes 2 assignatures i actualitzar-los, si escau. En el cas de Mitjà digital i <i>motion brands</i> , encarregar-ne una revisió externa per part d'un curador/a. En el cas de Treball final de màster, a més, fer una revisió del pla docent i afegir-hi la informació de la guia de TFM, que és més completa. Demanar a la tutoria que abans que comenci el semestre faci arribar el pla docent i l'enllaç al repositori O2 per tal que l'estudiantat pugui veure exemples de TFM anteriors.	
RT2425 _AM_43 17162_ 12	Màster universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca 2020	Baixa satisfacció amb l'acció docent en les assignatures Marca gràfica i identitat visual i Tipografia i branding.	Continuar prestant atenció a l'acció docent de les 2 assignatures.	Validat
RT24-2 5_AM_4 315872_ _04	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Baixa satisfacció amb l'avaluació de Pràctiques.	Incorporar rúbriques d'avaluació a l'assignatura de Pràctiques a partir del primer semestre del curs 2025-2026. En aquesta assignatura també es fan activitats orals síncrones. Participar, durant el curs 2025-2026, en el projecte pilot d'innovació docent d'IA per donar <i>feedback</i> .	Validat
RT24-2 5_AM_4 315872_ _05	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	No és un punt feble, sinó una acció de millora per a Producció d'esdeveniments (una de les assignatures del màster amb satisfacció més elevada): crear escenaris professionalitzadors més immersius del sector de la producció d'esdeveniments.	Participar en el pilot sobre simulació de rols amb IA de l'assignatura Producció d'esdeveniments de cara al segon semestre del curs 2025-2026.	Validat
RT24-2 5_AM_4 315872_ _06	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Incidències tècniques amb les proves orals asíncrones.	Per al curs 2025-2026, es preveu a escala de centre un canvi de programari per a l'enregistrament de proves orals asíncrones. Esperem que aquest canvi redueixi les incidències. Assignatures en què es continuaran implementant proves orals asíncrones: Protocol empresarial, Organització estratègica d'esdeveniments, Comunicació estratègica i creativa en les organitzacions, i Comunicació digital i reputació online.	Validat
RT24-2 5_AM_4 315872_ _09	Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments 2016	Baixa satisfacció amb determinades assignatures.	De cara al curs 2025-2026, revisar els recursos d'aprenentatge de Lobbyism and public affairs, que és un dels aspectes menys ben valorats. Hi ha assignatures que registren una valoració amb tendència a la baixa: Comunicació interna: 58,3 % amb un error mostral de 29,55 % (62,5 % en el curs anterior), que resulta sobretot de l'aula en castellà, malgrat que el plantejament de	Validat

			<p>l'assignatura és comú. De cara al curs 2025-2026, es preveu fer un canvi de PDC i analitzar les possibles diferències entre aules, ja que en llengua catalana els resultats són molt superiors.</p> <p>Comunicació de crisi i de risc: 38,9 % (79,3 % en el curs anterior). Va passar d'una satisfacció general del 100 % (semestre 1) a una del 15,8 % (semestre 2), tot plegat amb errors mostrals que es mouen entre el 24 i el 42 %. L'estratègia aplicada durant el segon semestre per detectar un eventual ús il·legítim de la IA va acabar resultant força conflictiva i pot haver penalitzat els resultats de satisfacció. De cara al curs 2025-2026, es preveu substituir un membre del PDC i introduir noves fórmules per gestionar l'ús il·legítim de la IA.</p> <p>Habilitats directives, lideratge i formació de portaveus: 58,1 % (68,8 % en el curs anterior). La davallada en la satisfacció s'ha produït sobretot el segon semestre, tot i que les dades presenten errors mostrals superiors al 30 %. De cara al curs 2025-2026, es preveu millorar la promoció de les enquestes dins de les aules per part de l'equip de PDC i revisar els recursos d'aprenentatge, observant especialment aspectes d'accessibilitat i format. Vegeu el detall de la valoració per part del PDI i les accions proposades a Anàlisi_Assignatures_2024_25 i Anàlisi_Assignatures_20241.</p>	
RT24-2 5_AM_4 316278 _06	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa valoració del sistema d'avaluació de les pràctiques.	<p>Millorar la informació sobre el sistema d'avaluació. Crear un pla de comunicació efectiu per tal de visibilitzar els punts forts del sistema i explicar-los de manera clara. Recollir les impressions de l'alumnat de manera més específica per generar aquesta informació o reflexionar sobre el model.</p>	Validat
RT24-2 5_AM_4 316278 _07	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa valoració de l'acció tutorial.	<p>Incrementar la informació i oferir una descripció detallada de les tasques del tutor.</p> <p>Visibilitzar la figura de la tutoria amb més presència en les activitats organitzades des del màster i amb trobades virtuals periòdiques amb l'estudiantat.</p>	Validat
RT24-2 5_AM_4 316278 _08	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa valoració dels serveis universitaris i del Campus Virtual.	Acompanyar, des de tutoria, l'estudiantat per millorar la seva relació amb els serveis universitaris i la navegació pel Campus Virtual. Recollir els dubtes i els comentaris de l'estudiantat per canalitzar les possibles opcions, donar solucions o fer de lligam amb les àrees responsables.	Validat
RT24-2 5_AM_4 316278 _09	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb els tràmits vinculats amb el TFM.	<p>Reforçar la informació sobre les sessions específiques que s'organitzen a fi d'explicar a l'alumnat en què consisteix el TFM i que pugui triar el tema i la modalitat abans de començar el semestre.</p> <p>Augmentar l'acompanyament de l'estudiantat en el procés de matrícula i</p>	Validat

			d'assignació del tutor del TFM. Augmentar la informació sobre el dipòsit del TFM Acompanyar en el procés de decisió i desenvolupament dels tràmits vinculats als treballs finals participatius.	
RT24-25_AM_4_316278_10	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Baixa satisfacció amb l'assignatura Publicitat en <i>social media</i> (indicadors de satisfacció global, amb l'acció docent i amb el sistema d'avaluació).	Implementar accions de millora del <i>feedback</i> i reflexionar sobre si cal incorporar canvis en l'equip docent col·laborador. Ampliar la informació sobre el sistema d'avaluació i reflexionar sobre la ponderació dels reptes i la distribució de les activitats. Valorar la implementació d'accions d'avaluació digital.	Validat
RT24-25_AM_4_316278_11	Màster universitari de <i>Social Media</i> : Gestió i Estratègia 2017	Davallada de la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge del programa.	Revisar els recursos d'aprenentatge de les diferents assignatures i actualitzar-los, renovar-los o diversificar-los sempre que calgui. Incorporar als recursos els tres eixos transversals detallats al modifica (ètica, IA i rigor). Prestar especial atenció a la renovació dels recursos en les assignatures amb els indicadors més baixos.	Validat
RC24-25_AM_ECIC_03	Centre	Necessitat d'incorporar la IAG en el procés formatiu i d'establir criteris d'actuació davant casos de mal ús per part de l'estudiantat, atenent a les característiques pròpies de les activitats als ECIC.	Portar a terme una acció formativa dels Estudis sobre eines d'IAG en els sectors professionals propis dels ECIC. Fer una jornada de reflexió als ECIC sobre IA i l'acció docent que reculli diferents iniciatives en marxa des dels programes. Redactar un document de conclusions.	Validat
RC24-25_AM_ECIC_04	Centre	Necessitat de més sistematització dels processos vinculats a la realització i avaluació dels treballs finals.	Posar en marxa un procés de reflexió amb les direccions de programa i el PRA de treballs finals per compartir necessitats i bones pràctiques.	Validat
RC24-25_AM_ECIC_05	Centre	Baixa satisfacció amb els recursos d'aprenentatge i la Biblioteca.	Celebrar una sessió metodològica amb la Biblioteca, adaptada a les nostres necessitats, per tal d'identificar les tipologies de recursos que funcionen millor, definir estratègies de vinculació dels recursos amb l'actualitat, crear i autoproduir de manera àgil i vincular serveis de la Biblioteca amb la realització de reptes acadèmics i professionalitzadors.	Validat