
Informe de seguimiento de centro

Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación

Curso 2018-2019

14 de febrero de 2020

Índice

1. Datos identificativos básicos	2
2. Elaboración del informe	2
3. Seguimiento de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa	3
4. Valoración de la consecución de los estándares de seguimiento	4
4.1. Estándar 1. Calidad del programa formativo	4
4.2. Estándar 2. Pertinencia de la información pública	8
4.3. Estándar 3. Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación	10
4.4. Estándar 4. Adecuación del profesorado al programa formativo	12
4.5. Estándar 5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	16
4.6. Estándar 6. Calidad de los resultados de los programas formativos	19
5. Valoración de las titulaciones	25
5.1 Grado de Comunicación	25
5.2 Grado de Diseño y Creación Digitales	27
5.3 Grado de Información y Documentación	28
5.4 Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	29
5.5 Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	31
5.6 Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	34
6. Acciones de mejora	37

1. Datos identificativos básicos

Director de los Estudios	Dr. Jordi Sánchez Navarro (jsancheznav@uoc.edu)
Responsables de la elaboración del informe	Dr. Jordi Sánchez Navarro (director de los Estudios) Dra. Amalia Creus (subdirectora de docencia)
Órgano y fecha de aprobación	Consejo de Dirección de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, 14 de febrero de 2020

Titulaciones oficiales de los Estudios:

Denominación	Código RUCT	ECTS	Curso de implantación	Verificación	Modificación	Acreditación
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	4316278.	60	2017-2018	31/07/2017	-	-
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	4316312	60	2017-2018	31/07/2017	-	-
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	4315872	60	2016-2017	09/06/2016	03/07/2019	-
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	4316641	60	2018-2019	06/06/2018	-	-
Grado de Información y Documentación	2500598	240	2009-2010	03/03/2009	07/07/2015	08/05/2017
Grado de Comunicación	2500596	240	2009-2010	03/03/2009	28/10/2019	08/05/2017
Grado de Diseño y Creación Digitales	2503385	180	2016-2017	17/01/2017	25/07/2019	-

2. Elaboración del informe

El informe de seguimiento de centro de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación ha sido elaborado por el director de los Estudios y por la subdirectora de docencia de los Estudios, con el apoyo del Consejo de Dirección permanente de los Estudios, compuesto por:

- Dr. Jordi Sánchez Navarro (director de los Estudios)
- Dra. Amalia Creus (subdirectora de docencia)
- Dr. Daniel Aranda Juárez (subdirector de investigación)

- Dra. Silvia Sivera (subdirectora de programas emergentes)
- Sra. Montserrat Atienza Alarcón (mánager de programas)
- Sra. Núria Busquets Pérez (administradora de estudios)

Los informes de seguimiento de titulación (IST), en los que se basa este informe de seguimiento de centro, han sido elaborados por los directores de cada titulación con el apoyo de las correspondientes comisiones de titulación. Concretamente por:

- Dra. Silvia Martínez Martínez, directora del máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia*.
- Dra. Candela Ollé Castellà, directora del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.
- Dra. Silvia Sivera Bello, directora del máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad.
- Dr. Alexandre López Borrull, director del grado de Información y Documentación.
- Dr. Javier Melenchón Maldonado, director del grado de Diseño y Creación Digitales.
- Dra. Judith Clares Gavilán, directora del grado de Comunicación.

En la elaboración de este informe de seguimiento de centro se han seguido los siguientes pasos:

- Explotación e integración de los datos objeto de valoración (Área de Planificación y Calidad).
- Revisión y validación de los informes de seguimiento de titulación (Consejo de Dirección).
- Elaboración de la versión inicial del ISC (dirección y subdirección de los Estudios con el apoyo del Consejo de Dirección).
- Revisión de la primera versión del ISC (Área de Planificación y Calidad).
- Elaboración de las rectificaciones pertinentes a partir del retorno realizado por el Área de Planificación y Calidad (dirección y subdirección de los Estudios).
- Revisión del informe y presentación en la sesión del Consejo de Dirección permanente de los Estudios, en la que ha quedado validado y aprobado con fecha 14 de febrero de 2020.
- Entrega del informe al Área de Planificación y Calidad.

3. Seguimiento de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa

Proceso	Tipo	Fecha del informe externo	Descripción original (informe final de evaluación externa)	Estado	Resultado
Acreditación	Recomendación de mejora	14/11/2016	Analizar de forma detallada la información previa a la matrícula que necesitan los estudiantes para adaptar la información sobre las asignaturas publicada en la web a sus necesidades (los planes docentes publicados en la web no contienen algunos datos que los estudiantes pueden necesitar, como el nombre de los profesores o los criterios detallados de evaluación).	En ejecución	Acreditación
Acreditación	Recomendación de mejora	14/11/2016	Mejorar la difusión de información sobre las actividades y los servicios de orientación profesional entre los alumnos potencialmente interesados.	En proceso	Ampliar la información y la formación de los tutores sobre este aspecto. Agentes implicados: directores de programa, Alumni UOC y equipo de acción tutorial. Calendario: 2018-2019

4. Valoración de la consecución de los estándares de seguimiento

4.1. Estándar 1. Calidad del programa formativo

El diseño de la titulación (perfil de competencias y estructura del currículum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo requerido en el MECES.

1.1. El perfil de competencias de la titulación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el nivel formativo correspondiente del MECES.

1.2. El plan de estudios y la estructura del currículum son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación.

1.3. El alumnado admitido tiene el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con el número de plazas ofrecidas.

1.4. La titulación dispone de mecanismos de coordinación docente adecuados.

1.5. La aplicación de las distintas normativas se realiza de forma adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación.

Titulación	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia		X		
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.		X		
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	X			
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad		X		
Grado de Información y Documentación		X		
Grado de Diseño y Creación Digitales		X		
Grado de Comunicación		X		
Valoración global de los Estudios		X		

Análisis y valoración

Todas las titulaciones oficiales de grado y de máster que conforman el portafolio de los Estudios están totalmente desplegadas según el calendario de implantación recogido en las respectivas memorias de verificación. También se reitera que el perfil de competencias de todos los programas oficiales es consistente con los requisitos de la disciplina correspondiente y se adapta al nivel formativo que marca el MECES.

En cuanto al perfil de los **estudiantes de nueva incorporación**, desde una perspectiva transversal se ha mantenido sin grandes variaciones con respecto al curso anterior. Sin embargo, cabe destacar el crecimiento de estudiantes que acceden a un grado desde ciclos formativos de grado superior (CFGS). En el caso concreto del grado de Comunicación, por ejemplo, el número de estudiantes provenientes de CFGS ha pasado del 28,5 % en el curso 2017-2018 al 31,1 % en el curso 2018-2019. Este crecimiento se valora de manera muy positiva y responde a acciones específicas de difusión dirigidas a este colectivo, que se han llevado a cabo durante el curso 2018-2019.

También desde una perspectiva transversal, todos los programas oficiales de los Estudios experimentan un crecimiento sostenido en el **número total de estudiantes matriculados**. Este

crecimiento continuo requiere, en algunos casos, la implementación de acciones específicas orientadas a mejorar la relación entre la oferta de plazas y la demanda. Concretamente, se identifica esta necesidad en los siguientes programas:

- **Grado de Diseño y Creación Digitales.** Durante el curso 2018-2019 se hizo una modificación de la memoria que ha permitido ampliar el número de plazas ofrecidas de 550 a 800. Sin embargo, el continuo crecimiento que experimenta esta titulación requiere que se realice un esmerado seguimiento de ella, y todo apunta a que de forma inminente se necesitará una nueva ampliación de plazas.
- **Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos.** Durante el curso 2018-2019 se hizo una modificación de la memoria que ha permitido ampliar el número de plazas ofrecidas de 100 a 300. El número de plazas verificadas establecido a partir de esta modificación se considera apropiado a la demanda actual de la titulación.
- **Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.** Este programa está experimentando un crecimiento continuo de la demanda. Para darle respuesta, se identifica la necesidad de ampliar el número de plazas ofrecidas mediante un trámite de modificación.

En los demás programas oficiales, el número de plazas verificadas se considera adecuado.

En cuanto al **grado de Comunicación**, en el curso 2018-2019 se presentó una propuesta de modifica que ha sido valorada favorablemente en fecha 28/10/2019. El modifica responde a la voluntad de adaptar el programa a las nuevas necesidades del sector y también persigue dar respuesta a los puntos de mejora detectados en los últimos informes de seguimiento presentados desde la implementación del grado de Comunicación del año 2009, así como trabajar en ellos, con el objetivo de alcanzar los estándares de excelencia de la titulación (véanse más detalles al respecto en el apartado de valoración de las titulaciones).

En cuanto a los mecanismos de coordinación de los programas, se valoran muy positivamente y están orientados a la mejora continua de la titulación. Destacamos, como mecanismos de aplicación transversal, las reuniones quincenales del Consejo de Dirección de los Estudios; las reuniones mensuales de la Comisión de Programas de Estudios, integrada por el director de los Estudios, la subdirectora de docencia, la mánager de programas, los directores de programa y la administradora de los Estudios, y las reuniones mensuales de programa, coordinadas por el director de programa de cada titulación y con la participación de todo el profesorado que está vinculado a ella.

Otra acción relevante llevada a cabo durante el curso 2018-2019 es la puesta en marcha de la implementación de la perspectiva de género en todos los programas oficiales, y el previo análisis para la implementación de la competencia transversal Compromiso ético y global en

todos los programas oficiales. Dentro de este marco, se llevaron a cabo diferentes acciones específicas. Entre otras destacamos:

- Oferta de talleres sobre violencia de género organizados por el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) y el Instituto Catalán de la Mujer (ICM) a estudiantes y personal docente de los Estudios.
- Creación de un grupo de trabajo transversal de los Estudios que tiene dos ejes principales de actuación: diagnóstico y evaluación de los programas, y creación de recursos pedagógicos y de difusión sobre la temática.
- En el marco del máster universitario de Creatividad y Estrategia en Publicidad se impulsaron los Premios Brava a la Publicidad Valiente, un recurso de aprendizaje dentro de la asignatura Dirección creativa ejecutiva que invita a los estudiantes a realizar una mirada crítica sobre las campañas publicitarias y premiar las que luchan contra los estereotipos de género, entre otros méritos.
- Nombramiento de un profesor del equipo propio de los Estudios como embajador de la competencia Compromiso ético y global, encargado de participar en el grupo de trabajo que impulsará la implementación de esta competencia en todas las titulaciones oficiales.

Puntos fuertes

Desde una aproximación global, consideramos como puntos fuertes de la oferta de titulaciones oficiales de los Estudios en relación con el estándar 1:

- La coherencia del portafolio de titulaciones oficiales ofrecida por los Estudios, que, mediante una trayectoria universitaria de grados y másteres, permite a nuestros estudiantes consolidar una formación integral y a la vez especializada en diferentes ámbitos de la comunicación.
- El crecimiento sostenido del número total de estudiantes en todas las titulaciones.
- La buena acogida de la oferta más reciente de grados y másteres, que da respuesta a una demanda clara de formación especializada en diferentes ámbitos de la comunicación.
- La relación con socios de referencia del sector profesional de cada titulación.
- El buen funcionamiento de los mecanismos de coordinación de los equipos docentes en todas las titulaciones.

Ámbitos de mejora

- La limitación del número de plazas ofrecidas en programas con una alta demanda: concretamente, en el grado de Diseño y Creación Digitales, en el máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos y en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.

4.2. Estándar 2. Pertinencia de la información pública

La institución informa de manera adecuada a todos los grupos de interés sobre las características del programa y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.

2.1. La institución publica información veraz, completa, actualizada y accesible sobre las características de la titulación y su desarrollo operativo.

2.2. La institución publica información sobre los resultados académicos y de satisfacción.

2.3. La institución publica el SGIC en el que se enmarca la titulación y los resultados de seguimiento y acreditación de la titulación.

Titulación	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia		X		
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.		X		
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos		X		
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad		X		
Grado de Información y Documentación		X		
Grado de Diseño y Creación Digitales		X		
Grado de Comunicación		X		
Valoración global de los Estudios		X		

Análisis y valoración

La Universitat Oberta de Catalunya y los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación disponen de diferentes mecanismos para garantizar el acceso a información veraz, completa y actualizada sobre las distintas titulaciones que imparte, su desarrollo operativo y los resultados alcanzados en cada caso.

En cuanto a la disposición pública de resultados académicos y de satisfacción, destacamos que la universidad cuenta con el portal *Calidad*, organizado en cuatro apartados: [Política de calidad](#), [Calidad de las titulaciones](#), [Indicadores de rendimiento y satisfacción](#) y [Personal académico](#). En el espacio *Indicadores de rendimiento y satisfacción* se pueden consultar los resultados agregados de la universidad y su evolución, y en el espacio *Calidad* de las titulaciones hay los documentos vinculados al ciclo de vida de estas en el apartado [Informes de calidad de las titulaciones](#), incluyendo los informes de seguimiento y los informes emitidos por las agencias de calidad en cada uno de los procesos.

En cuanto a las acciones específicas realizadas en el marco de los Estudios, del curso 2018-2019 destacamos:

- Revisión sistemática de la información pública de cada titulación disponible en la web de la UOC, con especial atención a la información sobre el profesorado propio y el profesorado colaborador.
- Implementación de sesiones informativas semestrales en formato virtual y dual (presencial y virtual) en todas las titulaciones.
- Organización de actos de difusión presenciales en el marco de todas las titulaciones de los Estudios.
- Creación del [blog *Todo Comunica*](#).
- Reorganización de la [página web de los ECIC](#), que integra información relevante y actual sobre la actividad docente, de investigación, de difusión y de transferencia impulsada por los Estudios.
- En el caso de las titulaciones más recientes, concretamente el máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia*; el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, y el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad, se ha mejorado la información pública relativa a las asignaturas de prácticas y al TFG.

Puntos fuertes

Desde una aproximación global, consideramos como puntos fuertes de la información pública:

- El portal *Calidad*, donde se integra de forma estructurada y clara información relativa a los resultados académicos y la satisfacción de todas las titulaciones.
- El espacio web de las titulaciones oficiales disponible en la web de la UOC, con información actualizada, completa y estructurada sobre cada una de las titulaciones oficiales.
- La [página web de los ECIC](#), que integra información relevante y de actualidad sobre la actividad docente, de investigación, de difusión y de transferencia impulsada por los Estudios.
- El boletín de los ECIC mensual destinado al profesorado docente colaborador y al equipo interno, que recoge las noticias destacadas referentes a la docencia, la investigación y las actividades de los Estudios.
- Facebook y Twitter de los ECIC, en los que se difunden contenidos vinculados a los Estudios (blogs, noticias, etc.), eventos e investigación.
- Los diferentes mecanismos de difusión de la actividad de los Estudios tanto interna como externamente.

Ámbitos de mejora

Identificamos como puntos débiles que requieren acciones de mejora:

- La falta de información pública, completa y actualizada, del currículum del personal docente colaborador de los grados. Este aspecto se está trabajando de forma transversal a toda la universidad bajo la coordinación del equipo de Gestión Integral del Equipo Colaborador.

4.3. Estándar 3. Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación

La institución dispone de un sistema de garantía interna de la calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de modo eficiente, la calidad y mejora continua de la titulación.

3.1. El SGIC implementado tiene procesos que garantizan el diseño, la aprobación, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones.

3.2. El SGIC implementado garantiza la recogida de información y de los resultados relevantes para la gestión eficiente de las titulaciones, en especial los resultados académicos y la satisfacción de los grupos de interés.

3.3. El SGIC implementado se revisa periódicamente y genera un plan de mejora que se utiliza para su mejora continua.

Titulació	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia		X		
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.		X		
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	X			
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad		X		
Grado de Información y Documentación		X		
Grado de Diseño y Creación Digitales		X		
Grado de Comunicación	X			
Valoración global de los Estudios		X		

Análisis y valoración

Los datos proporcionados por el SGIC de la UOC se consideran adecuados para desarrollar la tarea de dirección de las titulaciones y priorizar las acciones estratégicas de los Estudios. También se valora como adecuado el apoyo recibido por parte del SGIC en los procesos de verificación, acreditación, seguimiento o modificación de las titulaciones.

Como acción específica, queremos destacar que durante el curso 2018-2019, en el marco de un grupo de trabajo interestudios, se revisó y modificó el formulario de encuesta que recoge la percepción de los estudiantes con respecto a las asignaturas de prácticas. Este formulario se rediseñó con el fin de:

- Utilizar un lenguaje más directo, comprensible y cercano al público objetivo.
- Diferenciar claramente la percepción de los procesos de gestión y los procesos docentes.
- Recoger información diferenciada sobre las modalidades de prácticas presencial y virtual.

También durante el curso 2018-2019 se puso a disposición de todo el profesorado propio un entorno web que da acceso directo y en línea a los informes semestrales de todas las

encuestas de satisfacción. Este nuevo entorno facilita y agiliza la consulta de los informes, que se puede hacer de forma remota. En el curso 2019-2020, como acción de mejora, se espera dar acceso al mismo entorno a todo el profesorado colaborador.

En cuanto a otros aspectos incluidos en este estándar, no se han producido cambios significativos en ellos desde el último informe de seguimiento.

Puntos fuertes

Desde una aproximación global, consideramos como puntos fuertes del sistema de garantía de la calidad de las titulaciones:

- La coherencia y la transversalidad en el planteamiento de objetivos de calidad y la relevancia del Plan estratégico de la UOC como referente principal de las acciones de mejora impulsadas en los diferentes programas.
- La gran diversidad de datos disponibles y su segmentación por programas y grupos de interés.
- El apoyo personalizado que ofrece el equipo de PyC a los directores de programa y a la dirección de los Estudios en los procesos de garantía de la calidad de las titulaciones.

Ámbitos de mejora

Identificamos como puntos débiles que requieren acciones de mejora:

- La falta de encuestas específicas dirigidas a los usuarios de los laboratorios del grado de Diseño y Creación Digitales y de algunas herramientas docentes específicas de la titulación, como por ejemplo el portafolio.
- La falta de agilidad en el acceso a información actualizada sobre el currículum y el perfil del equipo docente colaborador. Este ámbito de mejora queda reflejado en una acción actualmente en proceso.

4.4. Estándar 4. Adecuación del profesorado al programa formativo

El profesorado que imparte docencia en las titulaciones del centro es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características de las titulaciones y el número de estudiantes.

4.1. El profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del centro y tiene una suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y, si procede, profesional.

4.2. El profesorado del centro es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para desarrollar sus funciones y atender a los estudiantes.

4.3. La institución ofrece apoyo y oportunidades para mejorar la calidad de la actividad docente e investigadora del profesorado

Titulación	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia		X		
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.		X		
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos		X		
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad		X		
Grado de Información y Documentación		X		
Grado de Diseño y Creación Digitales		X		
Grado de Comunicación	X			
Valoración global de los Estudios		X		

Análisis y valoración

Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación durante el curso académico 2018-2019 estaban constituidos por 22 profesores a tiempo completo y 3 con dedicación parcial, todos con una amplia experiencia docente en el ámbito universitario, acreditada experiencia investigadora y un profundo conocimiento del sector profesional de la comunicación y la información. Cabe destacar que en el curso 2018-2019 se incorporó a un nuevo profesor investigador especialista en diseño, tomando en consideración el reciente despliegue del grado de Diseño y Creación Digitales, titulación que ha tenido una muy buena acogida con un gran número de nuevas matrículas. Se trata de un equipo propio con un alto nivel de habilidad (todos son doctores, 20 están acreditados por una agencia de calidad y 14 disponen de la

acreditación de investigación) que mayoritariamente desarrolla su actividad investigadora en el marco de grupos reconocidos por la Generalitat de Catalunya (SGR).

Aunque la dimensión del equipo da respuesta a las necesidades del conjunto de titulaciones, se valora como muy recomendable la ampliación del equipo propio con la incorporación de un nuevo profesor investigador especialista en periodismo, considerando el reciente despliegue del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.

A este equipo de profesorado permanente y a tiempo completo de experiencia contrastada, se le une el amplio equipo de profesores colaboradores que ejercen la docencia en las aulas, todos con experiencia reconocida en el ámbito profesional, académico o investigador. El equipo docente colaborador de los Estudios destaca por su experiencia profesional en el sector de la comunicación y de la información y su acción docente está, en términos generales, muy bien valorada por los estudiantes.

Los datos del curso 2018-2019 nos indican que los estudiantes están satisfechos con la labor de los docentes que los acompañan (desde una aproximación global, por encima del 74 % en los grados y del 72 % en los másteres). Sin embargo, en el curso 2018-2019 hay dos titulaciones que presentan un menor nivel de satisfacción con la acción docente: el máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia* (con niveles de satisfacción del 62 % con respecto a la acción docente) y el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas (66,2 % de satisfacción con la acción docente). En estos dos casos se proponen acciones de mejora específicas (véase el anexo «Acciones de mejora») orientadas a obtener un diagnóstico más preciso de los motivos de esta baja satisfacción.

Otro aspecto relevante en cuanto a la adecuación del profesorado es que en el curso 2018-2019 se ha implementado, como acción de mejora, la asignación de una única profesora responsable para todas las asignaturas de prácticas. Esta nueva estructura organizativa tiene por objeto potenciar un perfil de profesor especializado, con una visión global y transversal de las prácticas, así como optimizar la relación con el equipo técnico que da apoyo a la gestión de las prácticas.

En relación con las oportunidades formativas y para mejorar la capacidad investigadora del profesorado, cabe mencionar que desde la Comisión de Investigación de los Estudios se impulsan anualmente objetivos específicos dentro del plan de investigación individual del profesorado. Este plan individual está dirigido a ayudar al profesorado a alcanzar el máximo nivel de excelencia en sintonía con las necesidades de investigación y producción científica de las titulaciones en las que ejerce la docencia. Algunos ejemplos de este impulso a la investigación son la participación del profesorado en proyectos competitivos de investigación, la realización de estancias internacionales o las publicaciones vinculadas al ámbito de conocimiento de las titulaciones oficiales impartidas.

En este ámbito, cabe destacar que durante el curso 2018-2019 se han presentado y obtenido los siguientes proyectos de investigación, liderados o coliderados por profesorado de los Estudios:

- Cultures narratives: *Storytelling* digital, acció social i creació de públics (D-STORIES): RTI2018-098417-B-I00.
- Caçadors d'històries de futur (con financiación del Ayuntamiento de Barcelona).
- Educació Social Digital (ESDIGITAL). Aprobado en la convocatoria 2018 de «Projectes d'R+D+I de generació del coneixement» (PGC2018-095123-B-E00).
- DE03-KA201-047321. ERASMUS+. School Break tiene por objeto explorar las posibilidades educativas de los juegos de escapada (*escape rooms*).

También destacamos la estancia de investigación que realizó la profesora de los Estudios Mireia Montaña en la School for Mass Communication Research (Universidad Católica de Lovaina) en el año 2019.

Toda la actividad de investigación de los Estudios, incluidas las publicaciones en el periodo que abarca este autoinforme, está disponible en la web de los Estudios, en [el apartado específico de investigación](#).

Puntos fuertes

Desde una aproximación global, consideramos como puntos fuertes del equipo docente:

- El alto nivel de especialización del profesorado permanente de los Estudios, todos doctores con alto porcentaje de acreditados.
- La experiencia profesional y en docencia en línea del profesorado colaborador.
- En términos generales, los buenos niveles de satisfacción de los estudiantes con la acción docente.
- El perfil, especializado en investigación, del equipo propio y colaborador que imparte las asignaturas de trabajos finales tanto en los grados como los másteres.
- La asignación de un perfil de profesor propio especializado en prácticas.

Ámbitos de mejora

Identificamos como punto débil que requiere acciones de mejora la captación e incorporación de más profesores colaboradores doctores y acreditados al equipo docente de algunas titulaciones. Este punto es especialmente relevante en el caso del grado de Diseño y Creación Digitales, de carácter marcadamente profesionalizador.

4.5. Estándar 5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje

La institución cuenta con servicios de orientación y recursos adecuados y eficaces para el aprendizaje del alumnado.

5.1. Los servicios de orientación académica soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y los de orientación profesional facilitan la incorporación al mercado laboral.

5.2. Los recursos materiales disponibles son adecuados al número de estudiantes y a las características de la titulación.

Titulación	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia		X		
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.		X		
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos		X		
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad		X		
Grado de Información y Documentación		X		
Grado de Diseño y Creación Digitales		X		
Grado de Comunicación		X		
Valoración global de los Estudios		X		

Análisis y valoración

El modelo educativo de la UOC tiene tres ejes principales en cuanto al sistema de apoyo al aprendizaje: el acompañamiento docente, los recursos de aprendizaje y la comunidad UOC en red.

En cuanto al **acompañamiento docente**, además de los roles docentes de profesor propio y colaborador mencionados en el estándar 4, destacamos el rol de seguimiento transversal del equipo de tutores, que empieza en el proceso de incorporación y sigue durante toda la trayectoria formativa del estudiante. Aunque en el conjunto de las titulaciones de los Estudios la acción tutorial históricamente ha sido bien valorada, en el curso 2018-2019 se detecta un descenso en los niveles de la satisfacción global (69 %, tres puntos menos con respecto al curso anterior). Sin embargo, se identifica que el descenso más significativo de este indicador se produce en el grado de Diseño y Creación Digitales y en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas. En ambos casos se proponen acciones de mejora específicas en cuanto a la acción tutorial.

También en el marco del acompañamiento docente, hacemos referencia a la continuidad del proyecto ESPRIA en el grado de Comunicación. Con este proyecto se procura mejorar el seguimiento de la evaluación continua de los estudiantes de primer año, mediante un itinerario pautado de matriculación basado en paquetes de asignaturas previamente seleccionadas, en el que se aplica:

1. Una reevaluación detallada de la carga de trabajo de las actividades propuestas.
2. Medidas de flexibilización del modelo de evaluación para evitar el abandono de la evaluación continua.
3. Integración de los calendarios de las asignaturas ESPRIA en uno solo con el fin de evitar el solapamiento de las entregas de las prácticas de evaluación continua.

Durante el curso 2018-2019, 8 asignaturas del grado de Comunicación siguieron las directrices que marca el proyecto ESPRIA: Pensamiento creativo, Introducción a la publicidad, Régimen jurídico de la comunicación, Estructura de la comunicación, Búsqueda y recuperación de la información, Introducción al periodismo, Introducción a la comunicación audiovisual y Tecnología de los medios audiovisuales. La valoración del proyecto y de su aplicación durante este segundo curso de implementación es muy positiva, tanto por parte de los estudiantes como del equipo docente propio y colaborador de los Estudios.

En cuanto a los **recursos de aprendizaje**, los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación han sido pioneros en la implementación del diseño de actividades y recursos de aprendizaje basados en retos profesionales, un modelo que ya está implementado en todas las asignaturas de 3 másteres universitarios: el máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia*; el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, y el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad. En el curso

2018-2019 ha empezado la implementación de este nuevo modelo en el grado de Comunicación y en el máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Evento, y también se ha extendido su aplicación a todas las asignaturas del grado de Diseño y Creación Digitales. En este marco, cabe mencionar el hecho de que en el curso 2018-2019 se aprecia una mejora de dos puntos en la satisfacción con los recursos de aprendizaje en los grados y los másteres. Esta ligera mejora podría indicar la adecuación de los procesos de renovación que en la actualidad están en marcha.

En cuanto a la **comunidad UOC en red**, un aspecto que sigue requiriendo especial atención son los servicios de orientación profesional, que siguen estando poco valorados en las encuestas de satisfacción. Aunque es necesaria una valoración más a largo plazo, se identifica la necesidad de mejorar la coordinación entre las acciones de orientación impulsadas desde los Estudios (vinculadas sobre todo a la acción tutorial) y los servicios de orientación gestionados por UOC Alumni. En este sentido, es clave el nombramiento de una nueva figura directiva en los Estudios, la subdirección de programas emergentes, vinculada al nuevo Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad. Desde la subdirección de programas emergentes se asegura la participación de los Estudios en el diseño de la estrategia de aproximación y de relación con el mundo económico e industrial. También se busca proyectar la transferencia y el emprendimiento mediante una relación activa con los diferentes grupos de interés.

Puntos fuertes

Desde una perspectiva global consideramos que los puntos fuertes de nuestra aproximación a los sistemas de apoyo al aprendizaje son:

- En general, la acción de los tutores de nuestras titulaciones en la acogida y el seguimiento del estudiante.
- El plan de digitalización de recursos, la orientación a la continua mejora y la inversión en recursos audiovisuales por parte de la institución.
- Un sistema de organización, visualización y consumo de recursos de aprendizaje muy orientado a la resolución de retos profesionales.

Ámbitos de mejora

- El descenso en el nivel de satisfacción con la acción tutorial en algunos programas.
- La coordinación entre la actividad académica y el servicio de orientación profesional de la institución.

4.6. Estándar 6. Calidad de los resultados de los programas formativos

Las actividades de formación y evaluación son coherentes con el perfil de formación de la titulación. Los resultados de estos procesos son adecuados tanto con respecto a los logros académicos, que se corresponden con el nivel del MECES de la titulación, como con respecto a los indicadores académicos y laborales.

6.1. Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación.

6.2. Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos.

6.3. Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación.

6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación.

Titulación	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia		X		
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.		X		
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	X			
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad		X		
Grado de Información y Documentación		X		
Grado de Diseño y Creación Digitales		X		
Grado de Comunicación		X		
Valoración global de los Estudios		X		

Análisis y valoración

Tomando en consideración la diversidad de la oferta oficial de los Estudios, este estándar se analiza en cada programa por separado:

Grado de Comunicación

Los resultados del programa formativo, desde una perspectiva global, siguen siendo adecuados y cumplen con los valores esperados. Tanto la tasa de rendimiento (78,5 %) como la tasa de éxito (95,4 %) de la titulación se mantienen altas y por encima del valor esperado. En cuanto a la valoración de los estudiantes, en términos generales, sigue siendo positiva: la satisfacción global con la titulación se sitúa por encima del 70 % (73,9 %). Se observa, además, una mejora en los resultados de satisfacción de algunas de las asignaturas que habían sido un foco de atención en el último informe de seguimiento. Concretamente: Introducción a la empresa (68,8 %), Creatividad publicitaria I (83,3 %), Investigación de mercados (75 %) y Periodismo digital (79,2 %).

Por otra parte, se sigue trabajando en el plan transversal de renovación de asignaturas. Este plan se implementa en paralelo con la aprobación del modifica e implicará, los próximos semestres, la revisión y renovación de prácticamente todas las asignaturas del grado. Esta renovación, que también intenta reforzar el diseño por competencias, se considera tanto desde el punto de vista metodológico (con el trabajo de las asignaturas partiendo de retos) como de renovación de materiales y recursos de aprendizaje. En este sentido, las asignaturas que actualmente tienen una menor valoración global, como *Realización audiovisual* o *Lobbismo y grupos de influencia*, se han priorizado en este nuevo plan de renovación.

En cuanto a la asignatura Trabajo final de grado (TFG), en este último curso se ha conseguido aumentar la satisfacción con ella, que se ha situado por encima del 70 % (77,8 %). En cuanto a los diferentes ítems que hacen referencia a la satisfacción del seguimiento del director del TFG, cabe destacar que en todos los casos están por encima del 80 %. Como punto que hay que mejorar (55,6 %) está la carga de trabajo de la asignatura en relación con el creditaje. En este sentido, con el modifica, la materia de TFG pasa de 6 a 12 créditos, con la incorporación de una asignatura previa llamada Diseño del trabajo final de grado. Con esta medida, esperamos mejorar, entre otros aspectos, este indicador.

En cuanto a la asignatura Prácticas, a pesar de los cambios trabajados de forma transversal para mejorar la gestión, asignación y seguimiento de esta, cabe decir que hay que seguir trabajando en ella y que es necesario dar un poco más de margen de tiempo a los cambios implantados para poder evaluar su eficacia. En este sentido, seguimos trabajando para mejorar la gestión y el acompañamiento del estudiante. La asignatura Prácticas también cambia con el modifica, y pasa de ser una materia obligatoria a ser optativa. Asimismo, hemos aumentado el creditaje de 6 a 12 créditos. Como nos recomiendan en la evaluación favorable del modifica, se realizará un seguimiento cuidadoso de este cambio para garantizar que todos los perfiles de

estudiante que necesiten hacer prácticas en el marco de la titulación estén bien informados y tutorizados para poderlas cursar.

Grado de Diseño y Creación Digitales

Los indicadores de este estándar muestran globalmente un comportamiento correcto de la titulación en cuanto a la calidad. El rendimiento (79 %) y el éxito (95 %) de la titulación son excelentes. La satisfacción con las asignaturas se acerca al 71,6 %, y muestra unos resultados excelentes en 10 asignaturas, en 2 de las cuales llega al 100 %. Se identifican 4 asignaturas en la que hay que llevar a cabo acciones de mejora de forma global, y otras 4 en las que se propone realizar acciones de mejora que afectan solo a algún punto específico.

Las valoraciones de los trabajos finales y de las prácticas son muy poco significativas debido al reducido número de respuestas. Solo disponemos de algún comentario puntual de falta de organización de las áreas de conocimiento. Siguiendo esta indicación, se crearán áreas de TF para dar un mejor servicio a los estudiantes y poder organizar mejor su elección de trabajo final.

Cabe destacar también el hecho de que los estudiantes valoran la aplicabilidad de los conocimientos y habilidades adquiridos por encima de la media de las titulaciones de la UOC (77 %).

Grado de Información y Documentación

Tal y como se puso de manifiesto en el informe de seguimiento anterior, la evolución de los datos de satisfacción en una titulación cuando ha experimentado varios cambios (modificación del plan de estudios) y finalmente ha llegado a la extinción indica que las percepciones de los estudiantes se pueden enfocar en varios aspectos, y que tal vez pueden ser formas de expresar un descontento general con la institución, el plan de estudios o bien la propia dirección del programa por cómo se han gestionado los cambios. A pesar de ello, algunas de las principales conclusiones en cuanto a resultados son:

- La satisfacción de los graduados del curso 2017-2018 con el conjunto de indicadores de actividades ha descendido.
- Tal como se ha dicho en un punto anterior, se valora la necesidad de realizar alguna investigación más cualitativa para averiguar si hay un marco general de menor satisfacción a medida que avanza el calendario de extinción y existe más presión para cursar determinadas asignaturas, o hay aspectos concretos que sí se pueden trabajar.
- La satisfacción con el Trabajo final de grado no liga con la satisfacción final de los graduados, que muestra unos resultados bajos, aunque la muestra es poco significativa.

- El hecho de que se dé una valoración negativa de aspectos como el Campus Virtual, los servicios universitarios y otros apartados nos transmite la idea de una percepción negativa global y de una visión pesimista de la propia experiencia a la hora de realizar el grado, sobre todo en los momentos previos a la extinción real de una asignatura. En algunos casos, será necesario valorar la recomendación general de la dificultad de terminar los estudios, aunque se quiere generar un pequeño catálogo de opciones *ad hoc* cuando el grupo de estudiantes remanente sea menor. De momento, la rematrícula y los graduados avanzan de forma positiva.

Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas

El funcionamiento global del máster es bueno. Los resultados de satisfacción globales indican que la tasa de rendimiento es del 82,5 % y la tasa de éxito del 96,7 %; por lo tanto, son tasas muy altas y que quedan por encima de la media de la UOC. En cambio, los datos relativos a la satisfacción (65,3 % de satisfacción con las asignaturas, 66,5 % con la acción docente, 63,8 % con los recursos de aprendizaje y 65,3 % con el modelo de evaluación) quedan situados ligeramente por debajo. Algunas de las asignaturas en las que ha sido detectada una baja satisfacción son: Técnicas avanzadas de análisis y visualización de datos, Nuevas formas narrativas, Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital y Laboratorio de producción audiovisual y transmedia. Además, en Dirección de proyectos de comunicación digital la satisfacción es baja con respecto a los resultados de aprendizaje. En el anexo se indican las acciones que llevaremos a la práctica para trabajar en la mejora de los porcentajes de satisfacción.

En cuanto a la asignatura de Prácticas, al ser optativa, no poseemos un volumen de alumnos que la cursen muy elevado, y, por consiguiente, tenemos pocas respuestas de las encuestas; por lo tanto, es complejo valorar su funcionamiento con porcentajes. En este curso, en el segundo semestre, se ha estrenado la aplicación de prácticas virtuales y los alumnos han estado en un entorno de trabajo simulado que les ha permitido ver el día a día de un medio de comunicación.

Por otra parte, en relación con la asignatura Trabajo final de máster, ya hemos contado con más alumnos en este curso 2018-2019 y hemos corroborado el buen funcionamiento del equipo de profesorado, así como de los procesos de seguimiento de los alumnos.

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

El nivel de satisfacción del estudiante con el programa muestra que el 69,4 % está satisfecho con la definición del plan de estudios y con los conocimientos y habilidades adquiridos durante el curso. El 72,2 % indica que el plan de estudios ha respondido a sus expectativas y hasta un 74,3 % considera que podría aplicar profesionalmente los conocimientos y habilidades

adquiridos durante el curso 2018-2019.

La evolución del programa en términos de éxito, rendimiento y número de graduados es muy positiva, con un nivel de satisfacción con la titulación y con la mejora de las capacidades para la actividad profesional que es del 60 % entre los graduados. En cuanto a la satisfacción con el modelo de evaluación, prácticamente el 70 % de los estudiantes se muestra satisfecho con ella.

Por asignaturas, se detectan algunos bajos niveles de satisfacción con el modelo de evaluación en las asignaturas *Big data* y *social media*, Marketing en *social media*, Publicidad en *social media* y Trabajo final de máster. En estos casos se realizará un diagnóstico y una consulta específica a los estudiantes con el fin de implementar mejoras sobre la información del proceso y la correspondencia con el desarrollo de las competencias y los conocimientos. En el caso de las Prácticas, la aplicación efectiva de las rúbricas y del nuevo modelo personalizado de asignación también tiene por objeto mejorar esta valoración de la asignatura.

Los datos de rendimiento y satisfacción de las asignaturas metodológicas, además de la propia evolución de la matrícula, llevan a proponer un rediseño durante el curso 2019-2020 con el fin de unificar las materias y potenciar el enfoque de la materia para que esté más vinculada al ámbito de la comunicación y en concreto de los medios sociales o *social media*. Los cambios se implementarán en el curso 2020-2021.

Aunque no tenemos resultados de la inserción laboral, dado que se trata de un programa joven, desde el programa queremos implementar acciones específicas que complementen —o que les sirvan de apoyo— el servicio de orientación profesional y Alumni (que desarrolla actividades vinculadas al *social media* —véase el anexo— y con los *social media*) y que puedan aprovechar no solo los graduados, sino también los estudiantes, con guías prácticas actualizadas y herramientas para fomentar el emprendimiento. En este sentido, la participación de una estudiante del máster que fue finalista en el concurso Spin UOC 2019 muestra el interés que esta salida profesional podría tener para nuestros graduados y las opciones que les puede dar.

Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

Los indicadores de este estándar muestran globalmente un comportamiento correcto de la titulación en cuanto a la calidad. El diseño metodológico del programa, centrado en las competencias y los resultados de aprendizaje indicados en la memoria de la titulación, y concretado en el planteamiento de retos profesionales que los estudiantes deben superar, han dado resultados muy satisfactorios en todos los indicadores (por encima de la media de la UOC). Sin embargo, existen dos asignaturas en las que hay que poner especial atención, porque, aunque solo se han ofrecido en un semestre, han empezado con índices de satisfacción anormalmente bajos para el conjunto de este máster:

- Publicidad alternativa, *mobile* y *cross-device*: los recursos de aprendizaje están mal valorados. Cabe decir que se produjo un problema en la visualización de los Niu en alguno de los retos, y también que es difícil contar con recursos solventes para las temáticas aborda la asignatura porque evolucionan muy rápidamente. Aun así, se pondrá el foco en encontrar materiales de apoyo que se puedan compartir en el día a día del aula.
- Taller de dirección de arte: es una asignatura optativa que requiere un cierto dominio de herramientas de diseño y, a pesar de que está vinculada a un laboratorio en el que pueden resolverse dudas técnicas, representa un desafío añadido para algunos estudiantes. Por otra parte, la dedicación del PDC no fue suficiente y será sustituido en el próximo semestre.

Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

La valoración del curso 2018-2019 del máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos está incluida en su autoinforme, dado que está en proceso de acreditación.

Puntos fuertes

Desde una perspectiva global, consideramos como puntos fuertes:

- El éxito del modelo de evaluación continua de la UOC, que repercute muy positivamente en la tasa de rendimiento y de éxito de las titulaciones (por encima del 80 % de media en todos los programas de los Estudios).
- Desde una perspectiva global, la percepción satisfactoria de los estudiantes en cuanto a la relevancia y aplicabilidad de los contenidos del plan de estudios de las titulaciones.

Ámbitos de mejora

Son puntos débiles que requieren acciones de mejora:

- La baja satisfacción con las asignaturas de prácticas.
- La falta de herramientas de gestión que den una respuesta ágil a los procesos específicos de asignación de tutores y tribunales de trabajos finales. Sobre este punto cabe mencionar que en el curso 2017-2018 se ha formado un grupo de trabajo transversal de la UOC para identificar necesidades específicas de seguimiento y coordinación de las asignaturas de TF.

5. Valoración de las titulaciones

5.1 Grado de Comunicación

Desde que se empezó a desplegar hasta ahora el grado tiene una trayectoria de continuo crecimiento en cuanto al número total de estudiantes matriculados por curso académico. Si bien es cierto que en el curso 2016-2017 se detectó una reducción del número total de estudiantes de nuevo acceso, en el curso 2019-2020 se ha observado un crecimiento notable en alza que nos hace pensar en el buen funcionamiento de la titulación y que creemos que refuerza los puntos fuertes destacados en el último IST:

- Oferta docente bien posicionada y diferenciada de otras ofertas del ámbito.
- Crecimiento continuo del número total de estudiantes.
- Equipo docente altamente cualificado.
- Nivel medio-alto de satisfacción global con la titulación por parte de los estudiantes y graduados.
- Alto nivel de ocupación de los graduados.

En este contexto y con el objetivo de trabajar en los puntos de mejora señalados en informes previos, en el curso 2018-2019 se presentó una propuesta de modificación que se ha valorado favorablemente en fecha 28/10/2019. El modifica responde a la voluntad de adaptar el programa a las nuevas necesidades del sector y también persigue dar respuesta a los puntos de mejora detectados en los últimos informes de seguimiento presentados desde la implementación del grado de Comunicación en el año 2009 y trabajar en ellas, con el objetivo de alcanzar los estándares de excelencia de la titulación. Entre las medidas propuestas hay:

- Revisar de forma conjunta, transversal y global los recursos y las actividades de formación de la titulación, para asegurar niveles de excelencia en la progresión competencial de los estudiantes, evitar el solapamiento de contenidos y potenciar la variedad de metodologías (se actualiza la nomenclatura de 16 asignaturas; se renuevan 1 asignatura básica y 3 asignaturas obligatorias).
- Asegurar y garantizar la implementación de la perspectiva de género en el diseño de todas las asignaturas.
- Asegurar el logro de competencias básicas y su aplicación transversal.

- Revisar la actualidad de las asignaturas teóricas, así como su relación con las asignaturas prácticas, incorporando asignaturas en formato de taller con el fin de reforzar las competencias prácticas.
- Incorporar contenidos, prácticas y recursos vinculados a perfiles profesionales emergentes potenciando la figura del comunicador integral y transversal con posibilidad de un cierto nivel de especialización. Potenciar la tipología de actividades basadas en retos profesionales de forma transversal en todas las asignaturas.
- Rediseñar los perfiles de optatividad, para dar lugar a 4 menciones: Publicidad, Comunicación audiovisual, Periodismo, y Comunicación corporativa y relaciones públicas (se renuevan 8 asignaturas optativas).
- Revisar el enfoque del TFG y de las prácticas.
- Rediseñar todas las asignaturas por retos.
- Reformular y simplificar las tablas del RAEP.

Queremos destacar que seguimos considerando esencial dedicar un especial esfuerzo y atención para dotar a la titulación de herramientas y procedimientos para mejorar la gestión del Prácticum y el TFG. Con este fin, en el marco del modifica, se cambia la tipología de la asignatura Prácticum, que pasa de la tipología de prácticas obligatorias a la tipología optativa con el objeto de garantizar así más flexibilidad y adaptación a las necesidades propias del perfil de estudiantes del grado, que muchas veces ya es un profesional en activo, pero sin dejar de ofrecer la posibilidad de cursar la asignatura a los estudiantes que lo deseen de forma optativa. Por otro lado, se amplía el creditaje de esta misma asignatura de 6 a 12 créditos.

Como buenas prácticas llevadas a cabo durante el curso 2018-2019 destacamos:

- Creación de una base única de empresas de prácticas de los Estudios para trabajar la relación de forma transversal, y elaboración e implementación de un mapa de procesos de relación con los estudiantes y las empresas de prácticas.
- Participación y seguimiento del proyecto piloto ESPRIA de prevención del abandono.
- Cambio en la dinámica de evaluación de la asignatura de TFG, incorporando una figura que se encargue de hacer un seguimiento transversal, y haciendo una ampliación del creditaje de la materia del TFG con la incorporación de la asignatura Diseño del trabajo final de grado (6 créditos) en el modifica aprobado en fecha 28/10/2019.

- Creación de diferentes grupos de trabajo como mecanismos de coordinación del equipo propio (PRA y equipo de gestión), estructura que potencia la transversalidad y el compartimiento de información y buenas prácticas entre diferentes programas.
- Presentación y evaluación favorable del modifica del grado de Comunicación, que nos permite actualizar aspectos concretos de la memoria de verificación del título para dar una respuesta a la evolución propia del ámbito profesional de la comunicación y a las necesidades identificadas en los procesos de seguimiento y mejora de la titulación.

5.2 Grado de Diseño y Creación Digitales

El funcionamiento de la titulación del grado de Diseño y Creación Digitales se considera correcto. Se han desplegado por primera vez las prácticas y los trabajos finales, que han contado con pocos estudiantes y han conseguido resultados satisfactorios, aunque poco significativos debido al poco volumen de respuestas con el que se cuenta. En el caso de los trabajos finales, ya se han propuesto acciones de mejora en previsión del aumento del volumen de estudiantes que cursarán el TFG el próximo curso. Este hecho también se traduce en la titulación de los primeros estudiantes, que han cursado el grado a tiempo completo y lo han terminado en los primeros tres años de vida, lo que muestra que el despliegue ha podido dar servicio a este perfil de estudiante.

El porcentaje de doctores y acreditados entre los profesores responsables se mantiene alto; en cambio, el porcentaje de doctores entre los PDC es menor que el que hay de media en los otros grados. Esto es debido al nivel de profesionalidad tan elevado que hay en el mundo del diseño, así como por la inclusión tardía del ámbito del diseño en el sector universitario, lo que ha retrasado mucho la aparición de doctores en este terreno

Cabe destacar que los estudiantes están muy satisfechos con la posibilidad de aplicar, fuera del ámbito académico, los conocimientos que van adquiriendo a lo largo de la titulación.

La digitalización de los materiales ha coincidido con una menor valoración de los recursos de aprendizaje. Hay planteadas acciones para hacer un análisis más profundo y poder llevar a cabo las acciones pertinentes para gestionar este cambio de paradigma institucional, en línea con la sostenibilidad del entorno y con una mayor flexibilidad en el consumo de recursos en el espacio y el tiempo.

Como buenas prácticas llevadas a cabo durante el curso 2018-2019 destacamos:

- Retorno (*feedback*) intermedio en la asignatura Taller de forma y composición (permite mejorar mucho los resultados de los estudiantes y fomenta la actividad continua por su parte).

- Retorno personalizado de las diferentes entregas realizadas, para tener una información más precisa de la valoración del esfuerzo y el aprendizaje del estudiante (destaca Proyecto I). Este punto es vital y los estudiantes lo echan de menos cuando no está presente.
- En asignaturas iniciales, como Fundamentos del diseño gráfico, pautas semanales, retornos personalizados, atención específica para reducir el abandono y flexibilización de las entregas.
- Uso del retorno en audio, como en la asignatura Producción gráfica, muy bien valorado por los estudiantes.
- Colaboración proactiva de los diferentes consultores de laboratorio y las asignaturas que los usan para dar un servicio integrado interaulas.
- Uso de diferentes *toolkits* digitales, repositorio multimedia de ítems de diferentes categorías, con buena acogida por parte de los estudiantes.
- Acreditación ACTIC mediante la asignatura Recursos y comunidades digitales.
- Actualización constante de las tablas de convalidaciones, especialmente desde CFGS, dado el perfil de entrada, para garantizar un servicio lo más actualizado posible.
- Utilización de la nueva herramienta de galería de imágenes para trabajar contenido visual de forma más ágil.
- Incorporación de tutores doctores expertos en el ámbito. Esto nos permite crear un enlace efectivo desde el acceso a la titulación hasta cursar el trabajo final, incorporando la rigurosidad académica y excelencia en conocimientos que representa el colectivo de doctores.
- Convenios para trabajar con fab labs de todas partes del territorio peninsular.
- Incorporación de una nueva versión de la herramienta de portafolio Folio.

5.3 Grado de Información y Documentación

La valoración global de la titulación es positiva si miramos la salida de los estudiantes y no la entrada. En un grado en el que ya no hay nueva entrada de estudiantes, la principal misión del aprendizaje se basa en conseguir que el máximo número de estudiantes pueda terminar y alcanzar el grado. En algunos casos, se empieza a percibir que por el ritmo de consecución

sería más adecuado recomendar un cambio de titulación, pero la mayor parte de los estudiantes pueden llevar a cabo el grado a un ritmo adecuado y lo pueden terminar.

En este sentido, hay que decir que los graduados están mayoritariamente satisfechos con la titulación, y su inserción laboral es muy elevada. Analizamos y entendemos que este año la sacudida del anuncio e inicio de la extinción pueden tener efectos sobre las encuestas y la satisfacción. Para el futuro, hay que plantearse cómo se puede mantener y mejorar la calidad docente en relación con los recursos de aprendizaje, pero también con los calendarios de extinción de las asignaturas.

Como buenas prácticas llevadas a cabo durante el curso 2018-2019 destacamos:

- Creemos que el nuevo ritmo de trabajo y los flujos compartidos generados en el grupo de trabajo de prácticas de los ECIC, sobre todo por la labor de la profesora Montserrat Garcia Alsina, van a permitir mejorar la satisfacción y la experiencia con las prácticas. En nuestro caso, las bajas cifras que se dan (debido al número de estudiantes y a la optatividad) no excluyen el hecho de que, al menos, hay un nivel de satisfacción alto.
- Los tutores, sobre todo los de las últimas cohortes que se han matriculado y que, por lo tanto, son los que reciben más presión para la extinción del grado, son los que reciben una mejor valoración de los estudiantes, tanto por la rapidez como para la calidad de la respuesta.
- Como director de grado, he empezado a proponer sesiones de videoconferencia con estudiantes para valorar su satisfacción con el plan de estudios y sopesar, caso por caso, si pueden terminar o no.
- En la elaboración de los trabajos finales, la utilización de las herramientas de Google Drive (especialmente Hangouts) permite una mejor interacción y seguimiento, que esperamos que también mejoren la satisfacción de los estudiantes.

5.4 Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas

El funcionamiento del máster en este segundo curso es positivo. Se han llevado a cabo todas las acciones de mejora recogidas en el informe anterior, pero no hemos logrado la mejora prevista en la satisfacción de las asignaturas indicadas. Por lo tanto, en esta edición volveremos a poner el énfasis en seguir trabajando en la línea de mejora con otras acciones y objetivos (damos la información detallada al respecto en el anexo de mejoras).

En el curso 2018-2019 hemos incorporado herramientas de seguimiento internas para coordinar las fechas de entrega de los retos y evitar solapamientos, hemos realizado un

seguimiento semestral de las encuestas de satisfacción de las asignaturas y hemos pautado las reuniones de inicio y final de semestre, aunque también se han organizado otras por temas concretos que han ido surgiendo.

Se ha celebrado el primer encuentro presencial de PDC (el 20 de marzo de 2019), orientado a explicar con detalle la titulación y establecer un punto de encuentro y contacto con todo el equipo de la titulación. Este encuentro lo realizaremos anualmente. Además, hemos apostado por las actividades de formación (alumnos y docentes), así como por las de difusión recogidas en el informe. Por otra parte, se han llevado a cabo sesiones informativas presenciales, virtuales y mixtas que han contado con poca asistencia, pero desde la dirección también se han realizado llamadas a petición de los interesados para resolver dudas y acompañar a los tutores en esta fase.

Se ha firmado un convenio con la agencia de noticias EFE para los premios internacionales de periodismo móvil, así como para la organización y realización de las jornadas MoJo, y en el momento de redactar el informe se están gestionando otros convenios relevantes, pendientes de la Asesoría Jurídica; esperamos poderlos incorporar en el próximo informe de seguimiento.

Si ponemos el foco en los resultados de satisfacción, se celebró una reunión (julio de 2019) con alumnos del máster que son trabajadores de la UOC para saber su punto de vista. Recogimos las aportaciones que realizaron, pero su valoración era muy positiva. Además, con la dirección de los Estudios se ha hecho un resumen global de la evolución de la titulación a partir de los indicadores recogidos en las encuestas, a fin de consensuar las acciones de mejora que se recogen en el anexo final.

El contacto con el ámbito profesional tiene relevancia para el equipo de PRA y DP, y por eso organizan visitas presenciales a varios medios. Cabe destacar, en este sentido, la jornada MoJo (es la tercera) como evento de referencia en el máster, e igualmente en la UOC, que se celebra con un notable éxito tanto de asistentes como de difusión en las redes, de impacto a los medios, etc.

Como buenas prácticas llevadas a cabo durante el curso 2018-2019 destacamos:

- Primer encuentro presencial del equipo de profesorado del máster, que también ofrece la posibilidad de conectarse en tiempo real (*streaming*). Se presentaron los resultados globales de la titulación, así como los resultados con detalle, y tuvo muy buena acogida y una asistencia muy numerosa.
- Calendario para evitar solapamientos en las entregas, en el que cada PRA incorpora las fechas.

- Rúbrica muy completa y que sigue las indicaciones de la AQU para evaluar los trabajos de la asignatura Trabajo final de máster, en la que los PRA y los PDC son un equipo muy grande que es necesario coordinar.
- Firma del convenio para el premio de periodismo móvil internacional UOC-EFE, que se entregará por primera vez en 2020.
- Realización de sesiones informativas con valor añadido: entrevista de presentación del libro de Patrick Urbano (septiembre de 2019) y otras sesiones informativas que combinaban la asistencia presencial y la reproducción en continuo (*streaming*).
- Taller de formación impartido por la *teaching fellowship* de Google News Lab España y Portugal, Michaela Cancellà, uno por semestre ([4 de diciembre de 2018](#) y [10 de abril de 2019](#)).
- Consolidación de la jornada MoJo BCN-Madrid, mediante un convenio con la agencia EFE para los próximos años, que apuesta por la innovación en el periodismo móvil.

5.5 Máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia

La evolución del segundo curso académico del máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia ha sido positivo en términos de rendimiento y progresión de la matrícula y de número de graduados. Durante este periodo, el mayor número de estudiantes matriculados en el programa nos ha permitido también conocer algunas limitaciones o puntos de mejora para garantizar una mayor satisfacción de nuestros estudiantes y más calidad en la titulación. Esto ha permitido valorar el impacto de las acciones llevadas a cabo, reflexionar sobre la necesidad de añadir algunas nuevas para llegar a los resultados, así como incorporar otras focalizadas en otras prioridades.

Los aspectos más relevantes del seguimiento de este periodo y las conclusiones sobre las nuevas acciones que es necesario llevar a cabo son:

- El número de estudiantes matriculados en el curso 2018-2019 se sitúa en 197, una cifra que demuestra la buena salud del programa. No obstante, se comprueba una gran tendencia al ingreso de estudiantes del programa al contexto de los medios sociales (*social media*) y, por lo tanto, la necesidad de implementar sistemas para garantizar una buena dinámica de aulas. Esto requiere la implementación de medidas específicas de optimización, que pasan por la creación de un programa con aulas multilingües.
- El perfil del personal docente es muy adecuado y responde con excelencia a los requisitos del programa. La ampliación del equipo de colaboradores ha tenido presentes estos requisitos y, especialmente, el hecho de poder atender las necesidades o singularidades

de la asignatura. Especialmente, es necesario destacar la incorporación en este curso de nuevos directores de TFM con perfiles muy especializados y que pueden cubrir las diferentes áreas temáticas que pueden existir en un programa transversal como este.

- Las tasas de rendimiento (84,5 %) y éxito (97,6 %) son altas y el número de graduados evoluciona de forma coherente con el perfil y el volumen de estudiantes. A pesar de ello, con un volumen cada vez mayor de estudiantes, uno de los focos de actuación es garantizar la motivación y el compromiso con el programa. Por otra parte, el hecho de disponer de un número de graduados más alto también nos lleva a plantear medidas para garantizar o mejorar la inserción laboral de los titulados.
- Los datos de satisfacción, aunque son positivos, han bajado con respecto a los que se registraban en el curso anterior. Específicamente, se necesitan medidas para mejorar la acción docente y para actuar sobre todo en las asignaturas en las que la valoración de los recursos y del sistema de evaluación es más baja. En cuanto a las prácticas curriculares, la incorporación de un nuevo proceso de asignación, mucho más personalizado, es decir, con una búsqueda individualizada a partir de la expresión de intenciones del estudiante, y coordinado por una única profesora para todos los programas de los Estudios, se presenta como un cambio sustantivo que se irá trabajando durante los próximos semestres.
- A pesar de las medidas implementadas para reducir el bajo número de matrículas en asignaturas metodológicas, y tomando en consideración su valoración y rendimiento, se incorpora como acción de mejora un rediseño de esta materia para ofrecer una asignatura metodológica que combine la parte cuantitativa y la parte cualitativa y que esté más centrada en la aplicación a nuestro ámbito. Para completar esta oferta, se diseña una asignatura optativa más que sirve para complementar y reestructurar el contenido de la asignatura obligatoria Métrica y evaluación en *social media* y dar la posibilidad de profundizar en esta materia tan necesaria en este ámbito, tanto en lo que respecta a la investigación como a la aplicación en el sector profesional. El objetivo es mejorar el plan formativo y, a la vez, garantizar un mejor trabajo en torno a las competencias relacionadas.
- Durante el curso 2018-2019 la aplicación de la perspectiva de género en los programas se plantea como prioritaria dentro de los Estudios y dentro de la UOC. En este sentido, se organizan algunos talleres específicos para los estudiantes y el profesorado. Además, se empiezan a establecer las líneas de actuación que se traducirán en una serie de acciones de mejora que se comenzarán a aplicar en el programa del máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia* a partir del curso 2019-2020.

Entre las buenas prácticas que se han llevado a cabo durante el curso 2018-2019 se pueden destacar:

- Continuación de charlas presenciales, con el nombre de «Píldoras *social media*», con profesionales y expertos del sector que permiten fomentar el trabajo en red (*networking*) y el contacto entre los estudiantes y los interesados en el programa en diferentes territorios (véase la información relacionada con este tema en el apartado de los anexos), con la posibilidad de disponer de la grabación de las sesiones para aprovechar su contenido como recurso docente.
- Organización, en contacto con el ámbito profesional, de visitas a agencias, como en este caso BeAgency, en las que nos explican la realidad del sector, la evolución que ha experimentado y qué demandas específicas puede tener de nuevos roles o competencias.
- Potenciación de la transversalidad de la titulación con actividades organizadas con otros programas. En este caso, se ha organizado una jornada sobre diseño y medios sociales (*social media*) en el marco de la Barcelona Design Week, junto con el grado de Diseño y Creación Digitales de la UOC.
- Desarrollo de puntos de encuentro digitales entre los docentes, los estudiantes y los interesados por el programa, como el evento Facebook, donde se debatió la inteligencia colectiva en campaña electoral.
- Realización de seminarios entre los miembros del profesorado propio para compartir las actividades y las dinámicas de las asignaturas y reducir los solapamientos, aparte de los calendarios de entregas. Mecanismos de coordinación digitales, como la creación de un grupo de trabajo o un espacio web (en elaboración), también con el personal docente colaborador para compartir de forma organizada información sobre el programa que a la vez pueda hacer la función de archivo. Son algunas de las acciones que se quiere seguir potenciando y que se consideran buenas prácticas.
- Actualización de la herramienta transversal del programa, Social Media Toolkit, con información básica de una recopilación de recursos útiles y plataformas de medios sociales.
- Participación activa del profesorado del programa en la coordinación para impartir talleres de *branding* personal en *social media* para estudiantes de ciclos formativos de grado superior (CFGS) o en medios de comunicación, para valorar las novedades del entorno y de las prácticas desarrolladas en las redes sociales, así como reflexionar sobre ellas. Son acciones divulgativas, pero también contribuyen a dar visibilidad al programa y a la necesidad de formación especializada.
- Reconocimiento del trabajo desarrollado por los estudiantes del TFM con el concurso de trabajos finales de los Estudios, que en 2018 por primera vez premió la labor de una alumna de este máster (del curso 2017-2018).

5.6 Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

El despliegue del máster se ha llevado a cabo en un curso académico, tal como estaba previsto, y se han cumplido los objetivos con respecto a la matrícula. El perfil de ingreso de los estudiantes responde a lo indicado en la memoria, y aunque los complementos de formación son pertinentes, es necesario revisarlos, dado que los estudiantes provienen del grado de Comunicación, y este está en proceso de modificación. Se han graduado 7 estudiantes en la primera promoción (de un total de 75) y solo se ha dado un bajo nivel de matrícula en dos asignaturas optativas, por lo que se propondrá su semestralización a partir de 2020.

La información pública sobre la titulación es pertinente, pero hay que hacer algunas correcciones que se indican en el apartado de mejoras. De hecho, la satisfacción de los estudiantes con el proceso de incorporación está por encima de la media de la UOC y se concreta, por ejemplo, con valoraciones del 93,3 % respecto a la información publicada en el portal (la media de la UOC es del 81,1 %).

Los sistemas de garantía interna de la calidad funcionan correctamente y permiten realizar mejoras semestre a semestre. Sin embargo, al tratarse de una titulación nueva, se consideró necesario realizar una encuesta a final de curso ([#tuOPINIÓNosimportaMUCHO](#)) que permitiera captar la opinión de los estudiantes sobre las particularidades de algunas asignaturas. Los resultados se han tenido en cuenta para tomar decisiones de cara al siguiente curso, como, por ejemplo, la sustitución de un PDC.

Es el único máster universitario de los Estudios que en este curso supera el umbral del 75 % de valoración en todos los indicadores de calidad de los resultados formativos: tasa de rendimiento y de éxito, satisfacción con la acción docente, asignaturas, recursos de aprendizaje y modelo de evaluación. Por otra parte, cabe destacar que el 77,78 % del cuadro docente es doctor y que el 86,67 % de los PRA están acreditados, lo que garantiza la adecuación del perfil del profesorado a este nivel formativo. Todos los PRA participan en proyectos de investigación y se espera que la producción científica en el ámbito aumente a partir de las investigaciones aplicadas que se puedan llevar a cabo con centros asociados con los que tenemos firmados convenios.

Las asignaturas están diseñadas según el formato denominado Pla Niu, y en el primer curso las asignaturas obligatorias entraron en el proyecto piloto Graf, una herramienta propia de la UOC para evaluar y visualizar el logro de las competencias generales y transversales. La participación en este piloto ayudó a los docentes colaboradores a profundizar en los retornos (*feedbacks*) de las actividades, pero también les comportó una dedicación extra de trabajo por los problemas técnicos provocados por la integración de la herramienta en el Campus. Cuando la herramienta Graf también permita realizar la evaluación de las competencias

específicas se valorará en la Comisión de Programa retomar su uso para que los estudiantes puedan conseguir un «dibujo» completo de su gráfico competencial.

Fuera de la actividad de las aulas, el máster tiene una actividad notable: sesiones informativas (presenciales y virtuales), claustro docente abierto a los estudiantes, charlas #mustvertisingUOC por el territorio con profesionales de referencia, entrega de los Premios Brava a la Publicidad Valiente, sesiones de *fitness* creativo... Consideramos que todo ello ayuda a conseguir la buena acogida y valoración obtenida en la primera edición: el 82,4 % de los estudiantes del máster recomendaría estudiar en la UOC, cuando la media de los otros másteres de la universidad es del 64,1 %.

Entre las acciones que tienen como objetivo difundir y mejorar la información pública sobre el máster, cabe destacar:

- La organización de sesiones informativas presenciales con contenido añadido. Por ejemplo, hicimos coincidir la presentación del máster con una charla en el Palau Robert entre dos reputados profesionales de la publicidad del país: Toni Segarra y Jorge Martínez ([vídeo](#)). Este formato inauguró lo que llamamos #mustvertisingUOC, actos presenciales que consideramos indispensables (actos *must*) y que los interesados en el sector de la publicidad no pueden pasar por alto. En el siguiente mes celebramos la segunda sesión con este formato en Valencia, con cuatro profesionales de la creatividad y la estrategia que marcan tendencia ([vídeo](#)). En el segundo semestre se aprovechó la sesión informativa para celebrar un claustro abierto con todos los docentes y, a continuación, una charla sobre las expectativas publicitarias del año 2019. Y, por último, en el mes de mayo se llevó a cabo un #mustvertisingUOC específico sobre [marca personal \(branding\)](#) en el Palau Robert. Cuando nos permiten registrar las sesiones, usamos los vídeos como recurso en las aulas (especialmente de tutoría).
- La participación en la prueba piloto de sesiones informativas en falsa reproducción en continuo (*streaming*), que se ha combinado con sesiones en directo, además de las presenciales.

Con respecto a las buenas prácticas docentes, cabe destacar:

- Los Premios Brava a la Publicidad Valiente, una iniciativa docente dentro de la asignatura Dirección creativa ejecutiva, que tiene por objeto la formación del criterio profesional de los estudiantes, a la vez que contacta con el mundo profesional, porque, como consecuencia, reconoce las campañas que tienen valores sociales, que rompen con los estereotipos de género, etc. (hay más información sobre dichos premios en la [crónica](#) del acto de entrega).
- El uso de nuevos formatos de recursos, como las videotertulias.

- La vinculación de un laboratorio de apoyo técnico con la asignatura Taller de dirección de arte.
- El uso de la galería expositora del aula para incluir los tutoriales de la herramienta TeamXP en el Taller de narrativa publicitaria transmedia.
- A los estudiantes que quisieron realizar prácticas virtuales en una empresa se les propuso trabajar para una entidad del tercer sector (La Nau, banco de productos no alimentarios) y en el aula virtual contaron con el apoyo de un PDC que actuaba como director creativo ejecutivo.
- La participación en el proyecto piloto Graf, que profundizó en el detalle del retorno (*feedback*) a los estudiantes.

En cuanto a la coordinación del equipo de profesorado y de gestión, destacamos:

- La celebración de un claustro, abierto a los estudiantes y a las personas interesadas, que permitió conocer a todo el equipo implicado en el máster y que los docentes presentaran el planteamiento de sus respectivas asignaturas. Se celebrará una vez al año para mantener la cohesión del equipo, aprender buenas prácticas e identificar posibles solapamientos metodológicos o de algunos contenidos.
- El calendario de entregas compartido entre los PRA evita coincidencias críticas y facilita que la tutora pueda hacer recordatorios a los estudiantes para que sigan satisfactoriamente el curso.
- Los resultados de la encuesta propia se analizan en una reunión de programa.

Y, por último, como buenas prácticas que conectan el máster con el sector productivo, cabe destacar:

- Los convenios vivos de colaboración con colegios profesionales de publicitarios y relaciones públicas, así como con el Club de Creativos/as de España (CdeC) y la Asociación Española de Branding (AEbrand). Mantenemos con todas estas entidades una relación constante y una implicación directa: el CdeC nos da acceso a su archivo de campañas, con AEbrand empezaremos un proyecto de investigación y con los colegios tenemos docentes directamente implicados en ellos como vocales y miembros de las juntas (Silvia Sivera en el de Cataluña y Eduard Farran en el de la Comunidad Valenciana).

- La impartición de talleres de *Fitness* creativo para emprendedores, por parte de la dirección de programa del máster, en la [Cámara de Comercio de Girona](#) (14/06/2019) y en la [II Jornada de Creatividad](#) organizada por el Vivero de Empresas de Salt (08/11/2019).

6. Acciones de mejora

Véase el documento de acciones de mejora.

Acciones de mejora. Informe de seguimiento de centro. Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación

Curso 2018-2019

Seguimiento de las acciones de mejora de centro del curso 2017-2018

Origen	Estándar	Punto débil detectado	Identificación de la causa	Alcance	Objetivo que se quiere alcanzar	Acción propuesta	Indicador de seguimiento	Fecha límite	Prioridad	Responsable	Estado	Observaciones
1	1	Carencia de relación estable con referentes de prestigio de los sectores empleadores.	No hay ningún consejo asesor de los Estudios.	Estudios	Establecer una estructura sólida de relaciones con referentes de prestigio de los sectores empleadores.	Crear el Consejo Asesor de los Estudios.	Creación del Consejo Asesor de los Estudios.	2019	Alta	DE	Resuelto	Especificar la fecha de la primera reunión del Consejo Asesor de los Estudios en el tercer trimestre de 2020, en la que se llevará a cabo su constitución oficial.
1 y 2	4	Dificultad para impulsar y potenciar internamente el desarrollo académico del profesorado en investigación.	Estructuras internas para el impulso transversal de la investigación y seguimiento de la producción académica del profesorado poco desarrolladas.	Estudios	Desarrollar el crecimiento profesional del personal académico. Aumentar el número de acreditaciones y de tramos de investigación.	Definir e implementar los planes individuales de investigación del profesorado.	Diseño de los planes individuales de investigación de todo el equipo propio.	2019	Media	DE, SI	Resuelto	
1	5	Mecanismos mejorables de apoyo del aprendizaje en el ámbito de las prácticas.	Información sobre los centros de prácticas dispersa y poco visible para el estudiante.	Estudios	Mejorar los mecanismos de visualización de la información sobre los centros de prácticas.	Crear un mapa de empresas de prácticas.	Creación del mapa.	2019	Media	SD, DP	En estudio	Se reconsidera la necesidad de esta acción debido a la nueva organización de las prácticas en los Estudios.
2	2	Necesidad de mejorar la información previa a la matrícula.	Falta en los planes docentes publicados en la web de algunos de los datos que los alumnos pueden necesitar, como el nombre de los profesores o los criterios detallados de evaluación.	UOC	Actualizar el documento del plan docente y mejorar la integración de este documento en diferentes espacios de difusión.	Analizar de forma detallada la información previa a la matrícula que necesitan los alumnos y adaptar a sus necesidades la información de las asignaturas publicada en la web.	Planes docentes actualizados.	2020	Media	VRDA, PyC	En proceso	Existe un proyecto institucional de rediseño del plan docente actualmente en ejecución.
3	2	Falta de información completa y actualizada del	Carencia de procedimientos y herramientas para la	UOC	Tener información actualizada del currículo del PDC.	Crear una herramienta con información actualizada del PDC.	Explotaciones con información actualizada sobre	2018-2020	Media	PyC, Área de Personas	En proceso	Se cuenta con datos parciales y no sistemáticos en los

Origen	Estándar	Punto débil detectado	Identificación de la causa	Alcance	Objetivo que se quiere alcanzar	Acción propuesta	Indicador de seguimiento	Fecha límite	Prioridad	Responsable	Estado	Observaciones
		currículo del personal docente colaborador (PDC).	actualización de la información.				el PDC.					informes del PowerBI.
1 y 3	4	Baja participación de PDC doctor en algunas titulaciones.	Dificultad en la captación de profesores colaboradores doctores en el ámbito del diseño y la comunicación corporativa.	Estudios	Llegar al porcentaje requerido de profesorado doctor para grados y másteres.	Desarrollar un plan de atracción de talento de profesorado colaborador doctor y promover la captación y contratación de personal docente colaborador con titulación de doctor.	50 % de doctores para todas las titulaciones de grado y 70 % de doctores para todos los másteres universitarios.	2018-2020	Media	PRA, DP, Área de Personas	En proceso	En la actualidad se cumple en todas las titulaciones de los Estudios, a excepción del grado de Diseño y Creación Digitales. En esta titulación se está trabajando este tema mediante los procesos de selección.
3	5	Sostenibilidad de los procesos de gestión de prácticas para atender una creciente demanda de estudiantes de diferentes programas.	Falta de acciones coordinadas entre los programas en la captación y gestión de la oferta de prácticas.	Estudios	Crear mecanismos de gestión de las prácticas transversales entre programas.	Crear una lista única de centros de prácticas colaboradores de los Estudios y establecer pautas eficientes de asignación de plazas.	Creación de documentos de referencia (lista de empresas y mapa de procedimientos).	2017-2019	Alta	DP, PRA de prácticas, equipo de gestión académica	En proceso	Documentos de referencia en elaboración: Área de Servicios Académicos: aportación de una lista de centros transversales.
3	3	Mecanismos mejorables de seguimiento de la calidad de las prácticas.	Falta de conocimiento sobre la percepción de los estudiantes respecto a las diferentes modalidades de prácticas (presencial o virtual).	UOC	Mejorar las herramientas de recogida de datos de satisfacción con las prácticas.	Rediseñar la encuesta de prácticas.	Datos de satisfacción con las prácticas según la modalidad (presencial o virtual).	2018-2019	Alta	DP, SD, PyC	Resuelto	2018/1: Área de Servicios Académicos: resuelto
3	5 y 6	Actualidad del plan de estudios del grado de Comunicación.	Necesidad de actualizar el contenido y la orientación de algunas asignaturas de esta titulación.	Grado	Llegar a estándares de excelencia en la calidad del programa formativo.	<ul style="list-style-type: none"> – Actualizar contenidos, recursos y metodologías docentes (plan de transformación de asignaturas). – Realizar cambios puntuales en la estructura del plan de estudios (reorientación de algunas asignaturas y renovación de los 	Diseño actualizado del plan de estudios y trámite de modificación realizado.	2019-2023	Alta	DP, SD, DE	Resuelto	

Origen	Estándar	Punto débil detectado	Identificación de la causa	Alcance	Objetivo que se quiere alcanzar	Acción propuesta	Indicador de seguimiento	Fecha límite	Prioridad	Responsable	Estado	Observaciones
						perfiles de optatividad).						
3	4	Necesidad de contar con más profesorado experto en el ámbito del diseño.	Crecimiento de las titulaciones de grado y máster en el ámbito del diseño.	Estudios	Ampliar el equipo de profesorado propio especialista en diseño.	Incorporar un nuevo profesor doctor al equipo propio, especialista en diseño.	Incorporación de un nuevo profesor.	2019	Alta	DE, VRDA, Área de Personas	Resuelto	
3	5	Baja satisfacción con el servicio de orientación profesional.	Mecanismos deficitarios de difusión y aplicación del servicio.	UOC	Mejorar la satisfacción con el servicio de orientación profesional.	Realizar una valoración interna e implementar acciones de difusión del servicio de orientación profesional en colaboración con UOC Alumni.	Satisfacción con el servicio de orientación profesional por encima del 70 %.	2021	Media	DE, UOC Alumni, VRDA	En proceso	Implicación de la subdirección de programas emergentes.

Origen de la propuesta de mejora: (1) informe de seguimiento del curso anterior; (2) informe de evaluación de la AQU; (3) proceso actual de seguimiento.

Plan de mejora. Seguimiento del curso 2018-2019

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
AM_Centro		Seguimiento de cursos anteriores	E1. Calidad del programa formativo	Necesidad de incluir la perspectiva de género en los programas.	Programa	Seguimiento de las indicaciones de la AQU para la incorporación de la perspectiva de género.	Trabajar para incorporar la competencia del compromiso ético y la perspectiva de género en cada programa.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	2021	Incorporación de la competencia en el programa.
AM_Centro		Seguimiento de cursos anteriores	E1. Calidad del programa formativo	Necesidad de incluir la perspectiva de género en los programas.	Estudios	Seguimiento de las indicaciones de la AQU para la incorporación de la perspectiva de género.	Realizar el seguimiento del grupo de trabajo de diagnóstico de la perspectiva de género.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	2021	Informes del grupo de trabajo.
AM_Centro		Seguimiento de cursos anteriores	E1. Calidad del programa formativo	Implantación de la defensa síncrona del trabajo final de los másteres universitarios.	Programa	Seguimiento de las indicaciones de la AQU.	Implementar la defensa síncrona del trabajo final de los másteres universitarios.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	2021	Puesta en marcha de las defensas de TF.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
AM_Centro		Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Baja valoración del servicio de orientación profesional (50 %).	Estudios	No hay ningún plan específico para titulaciones.	Elaborar una guía de empleabilidad.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con el servicio de orientación profesional.
AM_titulación	Grado de Comunicación	Evaluación externa	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Al haber pasado la asignatura de Prácticas de obligatoria a optativa, se recomienda a la institución que utilice la información del perfil profesional de los estudiantes para orientarlos a la hora de matricularse o no en esta materia.	Programa	La asignatura de Prácticas pasa de obligatoria a optativa. Con el modifica la asignatura se convierte en optativa y ampliamos el creditaje de 6 a 12 créditos.	Garantizar mayor flexibilidad y adaptación a las necesidades propias del perfil de estudiante del grado, que en muchas ocasiones ya es un profesional en activo, pero sin dejar de ofrecer la opción de poderla cursar a aquellos estudiantes que así lo deseen.	Estamos estudiando qué mecanismos podemos establecer para seguir la recomendación de realizar el seguimiento del perfil del estudiante para orientarlo de forma adecuada para matricularse en la asignatura optativa de Prácticas según su perfil. Primera propuesta: seguimiento por medio de la tutoría.	2020/2	Listado de estudiantes sin experiencia profesional y relación de estudiantes con recomendación de matrícula de la asignatura por parte de los tutores.
AM_titulación	Grado de Comunicación	Seguimiento de cursos anteriores	E1. Calidad del programa formativo	Falta de la perspectiva de género en algunas asignaturas.	Programa	Diseño de las asignaturas sin haber tomado en consideración la perspectiva de género.	Incorporar la perspectiva de género en el rediseño de todas las asignaturas que se actualizan a raíz del modifica.	Incorporar la perspectiva de género en la aplicación del plan de transformación de las asignaturas del grado de Comunicación.	2020/2	Incorporación de la perspectiva de género en asignaturas del grado de Comunicación.
AM_titulación	Grado de Comunicación	Seguimiento de cursos anteriores	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con las prácticas.	Programa	Complejidad del proceso de gestión de las prácticas.	Mejorar la información y la relación con las empresas colaboradoras abordándolo desde una perspectiva global desde los Estudios.	Seguir trabajando en la implementación y el seguimiento de la nueva estrategia de información y de relación con las empresas y los	2020/2	Resultados de satisfacción con las prácticas por encima del 60 %.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
								estudiantes en cuanto a las prácticas, abordándolo desde una perspectiva global desde los Estudios.		
AM_titulación	Grado de Comunicación	Seguimiento de cursos anteriores	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Exceso de carga de trabajo en la asignatura Realización del TFG en relación con el creditaje.	Programa	Percepción de sobrecarga con respecto a los créditos de la asignatura y falta de competencias de investigación.	Mejorar la satisfacción con el TFG. Reforzar las competencias vinculadas al diseño de una propuesta sólida y la elaboración de un TFG de óptima calidad. Revisar la carga docente y los recursos docentes de la asignatura.	Incorporar una primera fase de diseño del TFG con el desarrollo de la asignatura Diseño del trabajo final de grado (6 créditos), acción recogida en el modifica. Ampliar el creditaje de la materia, que pasa de 6 a 12 créditos en el marco del TFG. Iniciar la docencia en septiembre de 2020.	2020/2	Resultados de satisfacción global con el TFG por encima del 60 %.
AM_titulación	Grado de Comunicación	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción recurrente con la asignatura Realización audiovisual.	Programa	Se detectan carencias en relación con los recursos docentes de la asignatura y la metodología empleada.	Mejorar la satisfacción con la asignatura.	Rediseño de la asignatura.	2020/2	Resultado de satisfacción global por encima del 60 %.
AM_titulación	Grado de Comunicación	Seguimiento de cursos anteriores	E1. Calidad del programa formativo	Actualidad del plan de estudios. Inicio de la implementación de la propuesta de modificación del grado de Comunicación.	Programa	Necesidad de actualizar el contenido y la orientación de algunas asignaturas.	1. Poner en marcha el despliegue del programa de transformación del grado de Comunicación. 2. Llegar a estándares de excelencia en la calidad del programa formativo.	Actualizar los contenidos, recursos y metodologías docentes consolidando un programa de transformación de asignaturas mediante el diseño de sistemas de	2020/2	1. Puesta en marcha del plan de renovación de asignaturas (2019-2020). 2. Primera ola de asignaturas desplegadas en formato Niu. 3. Actualización del diseño del plan de

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
								aprendizaje basados en actividades y competencias. Iniciar la transformación de asignaturas en el marco del modifica.		estudios y de los perfiles de optatividad. Modificación valorada favorablemente por la AQU.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento de cursos anteriores	E1. Calidad del programa formativo	Falta de información detallada del trabajo sobre la perspectiva de género.	Programa	No se ha especificado cómo se trabajará la perspectiva de género en la memoria.	Analizar el trabajo de la perspectiva de género en el grado.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	Noviembre de 2020	Análisis realizado.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento de cursos anteriores	E3. Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación	Falta de información sobre la opinión de los estudiantes de las herramientas del Campus.	Programa	Falta de una encuesta específica sobre las herramientas del Campus.	Llevar a cabo una encuesta (o revisar la actual) sobre la satisfacción de las herramientas del Campus.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Encuesta creada.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E4. Adecuación del profesorado al programa formativo	Bajo nivel global de doctores.	Programa	Bajo nivel de doctores entre los PDC.	Difundir las opciones de colaboración en universidades y escuelas de doctorado y aumentar el porcentaje de doctores entre el profesorado propio.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	Noviembre de 2020	Porcentaje de doctores global.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Satisfacción con la proactividad de la tutoría.	Programa	Un subconjunto de tutores no son proactivos.	Pedir más proactividad a los tutores. Ajustar las recomendaciones de matrícula y los mensajes personalizados de recordatorio.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de motivación a seguir el curso proactivamente (> 50 %).
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento de cursos anteriores	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Satisfacción con los recursos de aprendizaje.	Programa	Baja experiencia de usuario del consumo de libros digitales.	Identificar libros que no pueden ir en formato digital y mejorar la experiencia de usuario en el consumo de los libros digitales mediante la renovación con el Niu.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Respuestas abiertas sobre el consumo de recursos en formato libro digital.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al	Satisfacción con la Biblioteca.	Programa	Baja satisfacción con el servicio de Biblioteca.	Analizar la baja satisfacción con el servicio de Biblioteca en el grado de Diseño y Creación	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Informe de la Biblioteca.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
	Digitales		aprendizaje				Digitales.			
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción con la acción docente.	Programa	Baja satisfacción con un subconjunto de consultores.	Asegurar la atención diaria y la calidad del retorno personalizado.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con la acción docente.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción con el TFG.	Asignatura	Satisfacción justa con el TFG.	Crear áreas, depurar PDC y crear rúbricas específicas.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con el TFG.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción global con la asignatura Gestión del diseño.	Asignatura	Baja satisfacción con la asignatura.	Revisar el planteamiento de las actividades y el trabajo en equipo. Realizar un cuestionario propio para tener más información.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción global con la asignatura.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción global con la asignatura Proyecto II.	Asignatura	Baja satisfacción con la asignatura.	Mejorar la coordinación del equipo consultor, renovar materiales por medio de la transformación con el Niu, utilizar vídeos de corta duración y revisar las rúbricas.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción global con la asignatura.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción global con la asignatura Antropología del diseño.	Asignatura	Baja satisfacción con la asignatura.	Renovar el equipo consultor, reajustar el material de lectura, reformular las actividades y buscar alternativas en el multiblog.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción global con la asignatura.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción global con la asignatura <i>Storytelling</i> .	Asignatura	Baja satisfacción con la asignatura.	Renovar el equipo consultor, revisar y volver a redactar las actividades, incorporar nuevos recursos y cambiar de dinámica de coordinación.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción global con la asignatura.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción con los recursos de aprendizaje y con la evaluación en la asignatura Programación para el diseño y las artes.	Asignatura	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje y la evaluación.	Implantar el CodeLab, estudiar el User Journey dentro del proyecto Xtrem y revisar el modelo de evaluación.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con los recursos de aprendizaje y evaluación.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción con los recursos de aprendizaje en la asignatura Producción gráfica.	Asignatura	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje.	Incorporar el modelo Niu, nuevos recursos audiovisuales y web.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con los recursos de aprendizaje.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción con los recursos de aprendizaje y consultoría en la asignatura Diseño de interfaces.	Asignatura	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje y consultoría.	Renovar el equipo consultor e incorporar un nuevo libro de O'Reilly.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con los recursos de aprendizaje y consultoría.
AM_titulación	Grado de Diseño y Creación Digitales	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Satisfacción con los recursos de aprendizaje en la asignatura Diseño de interacción.	Asignatura	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje.	Incorporar nuevas fichas de recursos y casos reales.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con los recursos de aprendizaje.
AM_titulación	Grado de Información y Documentación	Seguimiento de cursos anteriores	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje.	Programa	Poca actualización de algunos de los recursos.	Crear guías de lectura específicas con recursos externos presentes en la Biblioteca.	Mejorar los resultados de la titulación.	2021	Conjunto de asignaturas con satisfacción por encima del 60 %.
AM_titulación	Grado de Información y Documentación	Seguimiento de cursos anteriores	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Incertidumbre de los estudiantes con el ritmo de asignaturas matriculadas para poder terminar los estudios.	Programa	Extinción del grado.	Analizar el encadenamiento de asignaturas en función de la extinción.	Mejorar los resultados de la titulación.	2021	Creación del documento de trabajo y propuesta.
AM_titulación	Grado de Información y Documentación	Seguimiento de cursos anteriores	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción de los graduados con el grado.	Programa	Como hipótesis, la extinción del grado.	Llevar a cabo una reunión de grupo (<i>focus group</i>) con estudiantes para tener mejor información cualitativa a partir de ellos.	Mejorar los resultados de la titulación.	2021	Realización de la reunión o discusión de grupo.
AM_titulación	Grado de Información y Documentación	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Falta de la perspectiva de género en algunas asignaturas.	Programa	Diseño de las asignaturas sin haber tomado en consideración la perspectiva de género.	Elaborar las recomendaciones para la docencia en el grado de Información y Documentación con respecto a la perspectiva de género.	Mejorar los resultados de la titulación.	2022	Incorporación de la perspectiva de género en asignaturas del grado.
AM_titulación	MU de Estrategia y	Seguimiento del curso	E1. Calidad del programa	Falta visibilizar el trabajo sobre	Programa	En la memoria no se recogía una	Realizar un diagnóstico sobre la perspectiva de género en todas	Dar respuesta a requerimientos	Noviembre de 2020	Evidencia compartida en la reunión de

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
	Creatividad en Publicidad	actual	formativo	perspectiva de género.		competencia específica.	las asignaturas e incluir actividades o recursos relacionados con los que trabajan las competencias CB8 y CG5.	externos: legales o procesos del MVSMA.		programa.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Caducidad de los complementos de formación.	Programa	El grado de Comunicación presenta un modifica y las tres asignaturas cambian de denominación (y una, de creditaje).	Ofrecer tres asignaturas, pero los estudiantes solo podrán elegir dos: Creatividad publicitaria, Dirección de cuentas y planificación estratégica y Planificación de medios publicitarios.	Estandarizar y hacer eficientes los procesos.	Septiembre de 2020 para Creatividad publicitaria y Planificación de medios publicitarios. Febrero de 2021 para Dirección de cuentas y planificación estratégica.	Despliegue de nuevas asignaturas.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Baja matrícula en las asignaturas Metodologías de investigación cuantitativa y Metodologías de investigación cualitativa.	Programa	Asignaturas provenientes del máster universitario de Gestión Estratégica de la Información y el Conocimiento en las Organizaciones	Unificar las asignaturas Metodologías de investigación cuantitativa y Metodologías de investigación cualitativa en una sola y adecuarla al sector.	Ajustar la propuesta a la demanda de la sociedad.	Febrero de 2021	Asignatura desplegada.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E2. Pertinencia de la información pública	Falta de información sobre las prácticas (en catalán).	Programa	No está activado el enlace con el plan docente en catalán.	Activar el enlace.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	Enero de 2020	Enlace con el plan docente activado.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E2. Pertinencia de la información pública	Falta información de la asignatura TFM.	Programa	En el plan de estudios del portal la asignatura TFM enlaza con el plan docente.	Enlazar la asignatura TFM con el plan docente, tanto en español como en catalán.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	Enero de 2020	Enlace con el plan docente activado.
AM_titulación	MU de Estrategia y	Seguimiento del curso	E2. Pertinencia de la	El plan docente de asignaturas	Programa	Cambio de técnico de gestión de programa	Unificar el enlace a todos los planes docentes en una nueva	Estandarizar y hacer eficientes los	Enero de 2020	Apertura de los enlaces.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
	Creatividad en Publicidad	actual	información pública	desplegadas en el segundo semestre no se abre en una nueva ventana.		(TGP).	ventana para mejorar su usabilidad.	procesos.		
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E2. Pertinencia de la información pública	Falta actualizar el currículum del profesorado implicado.	Programa	Cambios continuos del equipo, que hay que ir actualizando sistemáticamente.	Quitar el currículum de Elisenda Estanyol y poner los de Montse Garcia, Ricardo García, Núria Corral y Luismi Garay.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA.	Enero de 2020	Publicación de los currículos en el portal.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E3. Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación	Falta de información cualitativa sobre valores añadidos de la titulación.	Programa	En las encuestas no se recogen las actividades asociadas a los programas que se llevan a cabo fuera del Campus.	Sistematizar la encuesta interna #tuOPINIÓNNosimportaMUCHO al final de cada curso académico (julio).	Estandarizar y hacer eficientes los procesos.	Julio de 2020	Envío de la encuesta.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	La tutora obtiene el 64 % de satisfacción respecto a la motivación para mantener el ritmo.	Programa	Hay una única tutora.	Realizar 2 correos de seguimiento personalizado cada semestre.	Mejorar los resultados de la titulación.	Julio de 2020	Porcentaje de satisfacción con el hecho de mantener el ritmo.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Baja valoración del servicio de orientación profesional (50 %).	Estudios	No hay ningún plan específico para titulaciones.	Elaborar una guía de empleabilidad.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con el servicio de orientación profesional.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Satisfacción con el TFM del 66,7 %.	Asignatura	Uno de los estudiantes (de los tres que respondieron a la encuesta) no estuvo de acuerdo con la tarea del director o directora y lo puntuó negativamente.	Hacer mensajes de seguimiento del PRA.	Mejorar los resultados de la titulación.	Julio de 2020	Porcentaje de satisfacción del TFM.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Baja satisfacción con la Biblioteca.	Programa	Los estudiantes opinan que las búsquedas no son fáciles.	Realizar una recopilación con toda la bibliografía recomendada de las asignaturas y las rutas de acceso.	Mejorar los resultados de la titulación.	Noviembre de 2020	Porcentaje de satisfacción con el servicio de Biblioteca.
AM_titulación	MU de	Seguimiento	E6. Calidad de	Baja satisfacción con	Asignatura	Recursos de	Analizar posteriormente al	Mejorar los	Noviembre	Porcentaje de

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
	Estrategia y Creatividad en Publicidad	del curso actual	los resultados de los programas formativos	la asignatura Publicidad alternativa, <i>mobile</i> y <i>cross-device</i> .		aprendizaje mal valorados.	2019/1 los resultados de la docencia para valorar el alcance del problema y saber si fue por un error de visualización del Niu. Si sigue la baja valoración, se pedirán nuevos materiales.	resultados de la titulación.	de 2020	satisfacción con la asignatura.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con la asignatura Taller de dirección de arte.	Asignatura	Baja satisfacción con la asignatura.	Cambiar de PDC y PRA.	Mejorar los resultados de la titulación.	Octubre de 2019	Porcentaje de satisfacción con la asignatura.
AM_titulación	MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Falta visibilizar el trabajo sobre perspectiva de género.	Programa	En la memoria no se recogía una competencia específica.	Realizar un diagnóstico sobre la perspectiva de género en todas las asignaturas e incluir actividades o recursos relacionados con los que trabajan las competencias CB8 y CG5.	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MV SMA.	Noviembre de 2020	Evidencia compartida en la reunión de programa.
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Bajo nivel de respuesta de las encuestas de satisfacción.	Programa	El bajo número de respuestas hace que los resultados no se puedan valorar, en la mayoría de casos, por falta de representatividad.	Trasladar al profesorado y a las aulas la importancia de responder a las encuestas. Hacer un recordatorio.	Mejorar los resultados de la titulación.	Una vez por semestre.	Evidencia de los mensajes enviados.
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con el modelo de evaluación.	Programa	El modelo de evaluación continua, sin examen final, hace que los alumnos no tengan opción de reengancharse a la evaluación continua si por algún motivo no la pueden seguir.	Incorporar en todas las asignaturas la PEC de repesca. Incorporar un texto estándar al plan docente para evitar dudas. Excepción: TFM y prácticas.	Mejorar los resultados de la titulación.	Febrero de 2020	Evidencia del texto en los planes docentes.
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje y con la Biblioteca.	Programa	Se detecta que los estudiantes no conocen el contenido de la Biblioteca y valoran negativamente los recursos (en un par de asignaturas indicadas)	Explicar con un vídeo los recursos de aprendizaje, el modelo Niu/Retos, los recursos en las aulas y el material disponible en la Biblioteca.	Mejorar los resultados de la titulación.	Septiembre de 2020	Explicación disponible en las aulas.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
						en el IST).				
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento del curso actual	E2. Pertinencia de la información pública	Los alumnos piden mayor claridad en los retos (en algunas asignaturas).	Programa	Los enunciados de los retos (en algunas asignaturas) no explican con claridad qué se pide y eso dificulta a los alumnos que los puedan llevar a cabo.	Pedir al PDC más claridad en la redacción de los retos y más concreción de qué se pide. Elaborar una plantilla para los retos y aplicarla a todo el máster.	Estandarizar y hacer eficientes los procesos.	Febrero de 2020	Plantilla de retos disponible en las aulas.
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Baja valoración de la acción tutorial.	Programa	El volumen de alumnos que tienen los tutores hace que en ciertos momentos del curso vayan sobrecargados de trabajo y esto puede afectar el apoyo en tareas como la orientación profesional, que tiene una valoración baja.	Incorporar a nuevas tutoras y no renovar a la tutora que tiene los peores indicadores, puesto que se le ha avisado un par de veces. Trasladar a los tutores unas pautas y un calendario con el fin de cubrir correctamente todos los campos a los que deben apoyar.	Estandarizar y hacer eficientes los procesos.	A lo largo del curso 2019-2020	Tareas que hay que llevar a cabo y calendario de implementación.
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con las asignaturas y la titulación en general.	Programa	A pesar de las reuniones de seguimiento, hay que hacer hincapié en el seguimiento de las aulas del máster para ver las acciones de cambio, la implementación y el desarrollo del día a día.	Mantener reuniones del DP con cada PRA para realizar el seguimiento semestral de las respectivas aulas. 2 encuentros anuales.	Estandarizar y hacer eficientes los procesos.	2 reuniones en el curso 2019-2020.	Acta de las reuniones e informaciones recogidas.
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento de cursos anteriores	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con las asignaturas detalladas en el IST anterior.	Asignatura	Asignaturas con la satisfacción por debajo del umbral marcado.	Realizar cambios para incrementar un 10 % la satisfacción con estas asignaturas. Se mantiene como objetivo de este informe seguir trabajando en la mejora de estas asignaturas.	Mejorar los resultados de la titulación.	Septiembre de 2020	Datos de las encuestas de satisfacción.
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Limitación del número de alumnos que pueden matricularse.	Programa	Umbral de 150 alumnos por curso.	Preparar y presentar un modifica a la AQU. Aprovecharemos la acción para	Dar respuesta a requerimientos externos: legales o	Septiembre de 2020	Modifica entregado.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
	Digital: Datos y Nuevas Narrativas						incluir los cambios en las asignaturas de complementos de formación, dado que el modifica del grado de Comunicación nos afecta en este campo.	procesos del MVSMA.		
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Consolidación de la perspectiva de género en el programa.	Programa	Necesidad de adaptarse a las necesidades sociales y al requisito de calidad académica.	Realizar un diagnóstico del estado de la perspectiva de género en las asignaturas. Incorporar actividades y recursos que trabajan esta dimensión de forma prioritaria en las asignaturas que incluyen la competencia ética. Participar en las actividades formativas que se llevan a cabo sobre esta temática.	Ajustar la propuesta a la demanda de la sociedad.	2020/2	Recursos específicos sobre la perspectiva de género y retos en los que esta se trabaje incorporados en las asignaturas marcadas como prioritarias (competencia ética). Mejora en el uso del lenguaje inclusivo e incorporación de dinámicas más igualitarias en el aula.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Consolidación de la perspectiva de género en el programa.	Programa	Necesidad de adaptarse a las necesidades sociales y al requisito de calidad académica.	Realizar un diagnóstico del estado de la perspectiva de género en las asignaturas. Incorporar actividades y recursos que trabajan esta dimensión de forma prioritaria en las asignaturas que incluyen la competencia ética. Participar en las actividades formativas que se llevan a cabo sobre esta temática.	Ajustar la propuesta a la demanda de la sociedad.	2020/2	Recursos específicos sobre la perspectiva de género y retos en los que esta se trabaje incorporados en las asignaturas marcadas como prioritarias (competencia ética). Mejora en el uso del lenguaje inclusivo e incorporación de dinámicas más igualitarias en el aula.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Alta sensibilidad hacia las variaciones del sector en términos de matrícula de nuevo acceso.	Programa	Se detecta un descenso de la nueva matrícula muy vinculado a una situación de crisis de reputación del sector.	Ofrecer el programa con aulas multilingües.	Mejorar la sostenibilidad del programa.	2019/2	Aulas con un mínimo de alumnos garantizado para mejorar en ellos la sostenibilidad y la dinámica de trabajo.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E1. Calidad del programa formativo	Falta de correspondencia de la oferta de las asignaturas metodológicas con las necesidades de los estudiantes.	Programa	Bajos niveles de matrícula, de satisfacción y de rendimiento.	Unificar la materia en una única asignatura metodológica más centrada en la aplicación a nuestro sector. Ofrecer una materia optativa con formación avanzada sobre métrica y analítica.	Mejorar los resultados de la titulación.	2020/2	Mejora de la satisfacción y los resultados con la incorporación de las nuevas asignaturas.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento de cursos anteriores	E4. Adecuación del profesorado al programa formativo	Descenso de la satisfacción global con la acción docente del programa.	Programa	La satisfacción de los estudiantes con la acción docente baja casi 17 puntos porcentuales y la de los graduados con el profesorado se sitúa en el 40 %.	Realizar un diagnóstico del seguimiento y del retorno que lleva a cabo el profesorado. Reforzar la información sobre las tareas del PDC y sobre las opciones y los recursos disponibles para mejorarlas. Ampliar la información que se da del profesorado en el inicio del semestre en cada aula. Hacer reuniones conjuntas con el PDC para compartir experiencias y ver ejemplos de buenas prácticas que puedan incorporarse en otras asignaturas.	Mejorar los resultados de la titulación.	2019/2	Mejora de la satisfacción con la acción docente de los estudiantes en diez puntos porcentuales.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	Baja satisfacción con la Biblioteca.	Programa	Mala valoración de los estudiantes con respecto a las búsquedas y la respuesta recibida de las consultas que hacen a la Biblioteca.	Recopilar información sobre las dificultades que encuentran los estudiantes del programa. Ampliar la información del servicio de Biblioteca que se da a los estudiantes (especialmente a los de nuevo acceso y en el inicio del semestre). Coordinar acciones con la Biblioteca también para ampliar la información sobre los servicios disponibles para PDC y tutoría.	Estandarizar y hacer eficientes los procesos.	2019/2	Mejora de la satisfacción con el servicio de Biblioteca y superación del porcentaje del 50 %.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento de cursos anteriores	E5. Eficacia de los sistemas de apoyo al	Baja valoración del servicio de orientación profesional.	Programa	Satisfacción de los estudiantes con el servicio de orientación	Compartir con el servicio de orientación profesional, siguiendo el trabajo con las	Mejorar los resultados de la titulación.	2019/2	Aumento de la satisfacción con el servicio de

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
			aprendizaje			profesional del 44 % y necesidad de ampliar las acciones para la inserción laboral a medida que aumenta el número de estudiantes graduados.	<p>acciones propuestas, el conocimiento que se tiene y el catálogo de opciones de salidas profesionales, y facilitar claves para la actualización y la adecuación al sector de las orientaciones que se dan desde el servicio.</p> <p>Coordinar acciones conjuntas entre el servicio y el programa. Acercar el servicio de Alumni antes de terminar los estudios. Proporcionar a la tutoría una guía con pautas para dar. Ampliar recursos para informar de las opciones de emprendimiento que existen en el sector y promoverlas.</p>			orientación hasta llegar al 65 %.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Necesidad de mejorar la motivación y el compromiso de los estudiantes con el programa.	Programa	Baja participación y nivel de respuesta en las encuestas de satisfacción.	<p>Potenciar desde la dirección la participación en las encuestas. Promover el reconocimiento de la labor desarrollada por los estudiantes para mejorar la motivación (ampliar la difusión de los premios del TFM y valorar la posibilidad de implementar una acción transversal en el programa como un concurso).</p>	Mejorar los resultados de la titulación.	2020/1	Más participación y más nivel de respuesta en las encuestas de satisfacción.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento de cursos anteriores	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con los recursos docentes de la asignatura Métrica y evaluación en <i>social media</i> .	Asignatura	Satisfacción del 46,2 % con los recursos.	<p>Adaptar la asignatura al modelo Reto-Niu. Rediseñar su contenido, asegurando las competencias y adaptándola a los cambios que ha habido en el programa. Potenciar el uso y la presencia de herramientas mediante la gestión de licencias de uso para acceder a datos que permitan trabajar como lo haría un profesional en activo del sector.</p>	Mejorar los resultados de la titulación.	2020/1	Mejora de la satisfacción de los recursos hasta llegar al 65 %.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con los recursos y con el modelo de evaluación de la asignatura <i>Big data y social media</i> .	Asignatura	Satisfacción del 44,4 % en ambos parámetros.	<p>Completar los recursos con el uso de nuevas herramientas y nuevas guías o material docente actualizado.</p> <p>Actualizar los retos y adaptarlos a las nuevas necesidades y a los recursos disponibles en el aula.</p> <p>Explicitar las opciones de superación de la asignatura y las oportunidades para seguir la evaluación continua.</p>	Mejorar los resultados de la titulación.	2020/1	Mejora de la satisfacción de los recursos y del modelo de evaluación hasta llegar al 65 %.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con los recursos de la asignatura <i>Periodismo y social media</i> .	Asignatura	Satisfacción con los recursos del 42,9 %.	<p>Incorporar material actualizado con información sobre las prácticas profesionales más recientes.</p> <p>Ofrecer recursos audiovisuales específicos.</p> <p>Ampliar la reflexión ética con la incorporación de la perspectiva de género, así como otras cuestiones relativas al discurso del odio, las situaciones de emergencia, etc.</p>	Mejorar los resultados de la titulación.	2020/1	Mejora de la satisfacción de los recursos hasta llegar al 65 %.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con los recursos y el modelo de evaluación de la asignatura <i>Estrategias de marketing en social media</i> .	Asignatura	Satisfacción del 36,4 % con los recursos y del 25 % con el modelo de evaluación.	Adaptar las actividades y los recursos al modelo Reto-Niu.	Mejorar los resultados de la titulación.	2019/2	Mejora de la satisfacción de los recursos y del modelo de evaluación hasta llegar al 65 %.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con el modelo de evaluación de la asignatura <i>Publicidad y social media</i> .	Asignatura	Satisfacción del 33,3 %.	<p>Incorporar a los enunciados de los retos los criterios de evaluación que se detallan.</p> <p>Ofrecer recursos de actualización y recursos recomendados o complementarios sobre fundamentos de la publicidad digital.</p>	Mejorar los resultados de la titulación.	2020/1	Mejora de la satisfacción con el modelo de evaluación hasta llegar al 65 %.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con la información sobre el sistema y el modelo de evaluación en el TFM y falta de orientaciones previas para elegir la temática y el tipo de trabajo.	Asignatura	Satisfacción con la información sobre el sistema de evaluación del TFM y visión respecto a la consolidación de conocimientos del 41,7 %.	<p>Incorporar al Campus información más detallada sobre la dinámica, el seguimiento y la evaluación del TFM.</p> <p>Ofrecer sesiones síncronas durante el proceso de matriculación para orientar en la selección de la temática y del tipo de trabajo, así como para recoger las intenciones de los estudiantes, con el fin de mejorar la asignación del director de TFM.</p> <p>Incorporar un vídeo explicativo al comienzo del semestre en el que se den orientaciones concretas con respecto al proceso de investigación o de desarrollo de la exposición y defensa del TFM.</p> <p>Consolidar la información sobre el modelo de evaluación en el plan docente.</p> <p>Recordar los criterios de evaluación y la rúbrica antes de la entrega final del TFM y de realizar su exposición y defensa.</p>	Mejorar los resultados de la titulación.	2019/2	Mejora del nivel de satisfacción en los indicadores señalados hasta llegar al 65 %.
AM_titulación	MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6. Calidad de los resultados de los programas formativos	Baja satisfacción con las prácticas.	Asignatura	Satisfacción del 33,3 %.	<p>Implementar un nuevo modelo de asignación de las prácticas más personalizado y que comience con la expresión de las intenciones del estudiante.</p> <p>Implementar las rúbricas en el sistema de evaluación e informar claramente de los criterios de evaluación con respecto a la memoria.</p> <p>Desarrollar las prácticas en el entorno virtual de la UOC caracterizadas por la</p>	Mejorar los resultados de la titulación.	2019/2	Mejora del nivel de satisfacción hasta llegar al 65 %.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización Impacto	Plazo propuesto	Indicador de seguimiento
							colaboración, la generación de una experiencia inmersiva y la apertura a la innovación de las propuestas trabajadas.			