

Autoinforme para la acreditación

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

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

Estudios de Ciencias de la Información y la
Comunicación

26 de febrero de 2021

Índice

1. Datos identificadores	3
2. Presentación del centro	4
a) El centro y el espacio europeo de enseñanza superior (EEES)	4
b) El perfil de estudiante en la UOC	4
c) Presentación de los Estudios	5
d) El personal de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación	6
3. Proceso de elaboración del autoinforme	7
4. Valoración del logro de los estándares de acreditación	10
Recopilación de cambios producidos resultado de la crisis sanitaria COVID-19	10
Estándar 1: Calidad del programa formativo	15
Estándar 2: Pertinencia de la información pública	33
Estándar 3: Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación	40
Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo	45
Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	59
Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos	77
5. Valoración final y propuestas de mejora	105
5.1 Valoración final	105
5.2 Propuestas de mejora	109
5.3 Seguimiento del Plan de mejora del curso 2018-2019	115
6. Relación de evidencias	122

Este documento no ha pasado un proceso de corrección lingüística.

1. Datos identificadores

Universidad	Universitat Oberta de Catalunya
Nombre del centro	Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación (Universitat Oberta de Catalunya)
Datos de contacto	<p>Dr. Jordi Sánchez-Navarro Director de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación Av. Tibidabo, 39-45, 08035 Barcelona jsancheznav@uoc.edu</p>
Comité de Evaluación Interno	<p>Dr. Jordi Sánchez-Navarro (director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación)</p> <p>Dra. Amalia Creus (subdirectora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación)</p> <p>Dra. Candela Ollé (directora del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas)</p> <p>Dr. Ferran Lalueza (director accidental del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia)</p> <p>Sra. Montse Atienza (máanager de los programas de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación)</p> <p>Dra. Anna Clua (profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación)</p> <p>Dra. Sandra Sanz (profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación)</p> <p>Sra. Gemma Varela (profesora colaboradora del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativa)</p> <p>Sra. Eva María Marcos (profesora colaboradora del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia)</p> <p>Sra. Anna Montero (graduada del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativa)</p> <p>Sra. Laura Medel (graduada del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia)</p> <p>Sra. Sara Ramiro (estudiante del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas)</p> <p>Sra. Meritxell Meya (estudiante del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia)</p> <p>Sra. Patricia Simón (representante del sector profesional)</p> <p>Sra. Susana Lluna (representante del sector profesional)</p> <p>Sr. Carles Comín (técnico de Planificación y Calidad de la Universitat Oberta de Catalunya)</p>

Titulaciones impartidas en el centro sometidas a evaluación				
Denominación	Código RUCT	Créditos ECTS	Curso de implantación	Dirección de la titulación
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	4316312	60	2017-2018	Dra. Candela Ollé Castellà
Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia	4316278	60	2017-2018	Dra. Silvia Martínez Dr. Ferran Lalueza*

* Desde el 24 de julio de 2020 hasta el 15 de febrero de 2021, el Dr. Ferran Lalueza sustituyó a la Dra. Silvia Martínez en el cargo de director del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, de manera temporal a causa de su baja maternal.

2. Presentación del centro

a) El centro y el espacio europeo de enseñanza superior (EEES)

La UOC empezó a adaptar sus programas al EEES en el curso 2008-2009 con tres grados. Previamente, había participado en la experiencia piloto de la Dirección General de Universidades, con dos grados —Estudios Jurídicos y Fundamentos de Psicología— y tres programas oficiales de posgrado —Sociedad de la Información y el Conocimiento, Educación y TIC(*E-learning*), y Software Libre.

Dentro de este proceso, la UOC ha participado en todas las convocatorias de las agencias de evaluación de la calidad en relación con la implantación de mecanismos de garantía interna de la calidad. Así pues, a partir de 2009 cuenta con la evaluación positiva del sistema de garantía interna de la calidad para todos los estudios que imparte.

El despliegue de la nueva oferta durante estos cursos académicos sitúa a la UOC en el curso 2019-2020 con 22 grados, 50 másteres universitarios y 3 doctorados.

Además, la UOC participa en un total de 11 programas interuniversitarios coordinados por otras universidades (3 grados, 7 másteres y 1 doctorado), junto con un máster universitario que se imparte desde un centro adscrito (EADA, Escuela de Alta Dirección y Administración).

b) El perfil de estudiante en la UOC

La misión de la UOC es **formar a las personas a lo largo de la vida** contribuyendo a su progreso y al de la sociedad, a la vez que lleva a cabo investigación sobre la sociedad del conocimiento. El **modelo educativo de la UOC** se basa en la personalización y el acompañamiento, y busca dar respuesta a las necesidades de aprendizaje y formación de las personas, favoreciendo la conciliación de responsabilidades personales, profesionales y formativas **mediante el e-learning**.

La UOC tiene, por lo tanto, un perfil de estudiante propio y diferenciado del conjunto del sistema universitario catalán. Según datos disponibles en el [Portal de Transparencia de la UOC](#), el 39 % del alumnado tiene entre 25 y 35 años de edad, el 82 % estudia y trabaja a la vez, y el 50 % escoge la UOC justamente porque puede compatibilizar estudios y actividad profesional. También es interesante destacar el aumento progresivo en el porcentaje de mujeres entre el colectivo de estudiantes, que actualmente representan un 58 % de estudiantes de nuevo ingreso.

En el caso concreto de las titulaciones de máster universitario de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, el perfil de nuevo ingreso del último curso se corresponde con el 74,5 % de mujeres y el 72,8 % de mayores de 25 años, en línea con lo observado en la mayoría de los programas ofertados por la UOC.

c) Presentación de los Estudios

En el curso 2019-2020, los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación cuentan con 7 programas oficiales: grado de Comunicación; grado de Información y Documentación —en extinción—; grado de Diseño y Creación Digitales; máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos; máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia; máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad. De estos programas, el grado de Comunicación y el grado de Información y Documentación se acreditaron durante el curso 2015-2016, juntamente con el máster universitario de Gestión Estratégica de la Información y el Conocimiento en las Organizaciones (actualmente adscrito a los Estudios de Economía y Empresa). Por otra parte, durante el año 2020 se acreditó el máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos, y se ha puesto en marcha el máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca.

En líneas generales todos los programas oficiales presentan una evolución positiva, con un crecimiento sostenido en el número de estudiantes matriculados, tanto en términos absolutos como en número de estudiantes del nuevo acceso. Este hecho se valora de manera muy positiva, como indicativo de la sostenibilidad e interés del portfolio de titulaciones ofertado.

En el ámbito de la investigación, los Estudios apuestan por dar un impulso significativo a la cultura de la investigación entre equipo de profesorado, con el objetivo de potenciar el impacto social de una investigación de calidad que se apoya en la innovación y la transferencia de conocimiento socialmente relevante.

Toda la actividad de investigación de los Estudios, incluidas las publicaciones del curso 2019-2020, está recogida en la web de los Estudios, en [el apartado referente a la investigación](#). Asimismo, todo el profesorado propio tiene accesible su perfil en el portal "[Mapa del conocimiento](#)", donde se da visibilidad a los grupos de investigación en los que participa, los proyectos de investigación y la producción científica.

d) El personal de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación

El personal docente e investigador de la UOC se organiza por estudios. Cada uno de los estudios representa un gran ámbito de conocimiento, que a su vez también puede estar organizado por áreas de conocimiento. Por lo que respecta a la organización interna de los estudios, los integran el profesorado y también el personal de gestión. En el curso 2019-2020 los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación tienen 28 profesores propios, (18 mujeres y 10 hombres), 25 a tiempo completo (la cifra incluye al director de los Estudios) y 3 con dedicación a tiempo parcial. La estructura académica de los Estudios se compone de:

1. Dirección de los Estudios, orientada a la dirección y el desarrollo del ámbito de conocimiento y del profesorado propio.
2. Subdirección de docencia, orientada a la transversalidad de la calidad y la innovación docente dentro de los diferentes programas de los Estudios.
3. Subdirección de investigación, orientada a la coordinación de las acciones de investigación e innovación que se impulsan desde los Estudios.
4. Subdirección de programas emergentes, orientada a la coordinación de la formación no oficial y al intercambio de conocimiento con instituciones y empresas.
5. Direcciones de programa, que tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los estudiantes de cada titulación y velar por la calidad de los programas que se imparten en ellos.
6. Profesorado, que es quien lleva a cabo la docencia (Profesor Responsable de Asignatura PRA), la investigación y la difusión social del conocimiento en su campo de especialización.

Los Estudios también cuentan, para completar el equipo docente, con profesorado colaborador y tutores (personal docente colaborador), que desempeñan las tareas de guía, orientación y acompañamiento del estudiante. También colaboran con el profesorado responsable de la asignatura en relación al ejercicio de la docencia. En el curso 2019-2020, los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación tienen un total de 477 docentes colaboradores y 64 tutores. Completan los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación el personal de gestión, constituido por 1 técnica administradora de los Estudios, 2 managers de programa y un total de 4 técnicas de gestión de programas, cuyo objetivo es apoyar, desde las diferentes funciones que ejercen, todas las tareas de docencia, investigación y difusión que se llevan a cabo en el seno de los Estudios, a la vez que interactúan con las demás áreas y los servicios de gestión que de la universidad.

Puede encontrarse más información de los Estudios en la página específica del [portal de la UOC](#).

3. Proceso de elaboración del autoinforme

El Consejo de Dirección, a propuesta del director de los Estudios, nombró el Comité de Evaluación Interno (de ahora en adelante, CEI), integrado por el director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, el Dr. Jordi Sánchez-Navarro; la subdirectora de Docencia, la Dra. Amalia Creus; la directora del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, la Dra. Candela Ollé Castellà; el director del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, el Dr. Ferran Lalueza Bosch (en sustitución por baja maternal de la profesora Silvia Martínez Martínez); la mánager del programa de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, la Sra. Montserrat Atienza Alarcón; una profesora del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, la Dra. Anna Clua Infante; una profesora del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, la Dra. Sandra Sanz Marcos; una profesora colaboradora del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativa, la Sra. Gemma Varela Capdevila; una profesora colaboradora del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, la Sra. Eva Maria Marcos Martínez; una graduada del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, la Sra. Anna Montero Farrero; una graduada del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, la Sra. Laura Medel Vivas; una estudiante del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativa, la Sra. Sara Ramiro Ramiro; una estudiante del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, la Sra. Meritxell Meya Rolan; dos representantes del sector profesional, la Sra. Patricia Simon Carrasco y la Sra. Susana Lluna Beltrán, y un técnico de Planificación y Calidad, el Sr. Carles Comín Colet.

Para facilitar la máxima participación tanto de los responsables académicos y los responsables de gestión como del conjunto de la comunidad universitaria, el informe está basado en el trabajo previo de las comisiones de titulación y de la dirección de los Estudios:

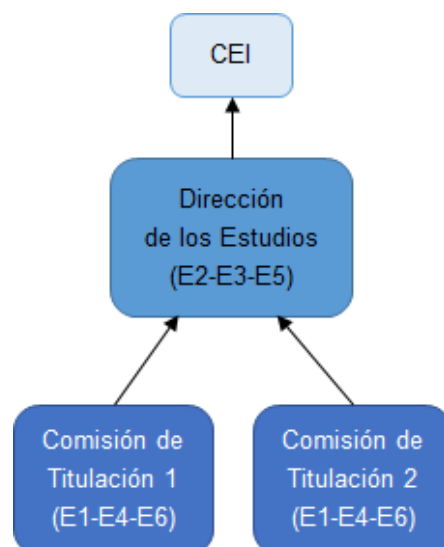


Imagen 1. Esquema de trabajo del Comité de Evaluación Interno (CEI).

Los documentos de referencia para la elaboración del autoinforme han sido la [Guía para la acreditación de las titulaciones oficiales de grado y máster](#) (julio de 2019) y el documento [Evidencias e indicadores recomendados para la acreditación de grados y másteres](#) (marzo del 2016) de AQU Catalunya.

En el proceso de elaboración del autoinforme podemos identificar las siguientes fases:

1. Recogida de información: los mángager de programa, el personal técnico de gestión de programas y las personas responsables de los diferentes procesos implicados en el proceso de evaluación aportaron los datos y las evidencias necesarios para realizar la autoevaluación de los diferentes estándares. Las principales fuentes de información del proceso de evaluación han sido las siguientes:
 - Los anteriores informes de evaluación externa.
 - Los informes anuales de seguimiento de las titulaciones y del centro.
 - Los indicadores de rendimiento y percepción del almacén de datos (*data warehouse*), disponibles por medio de Power BI.
 - Los informes de las encuestas de satisfacción de los diferentes grupos de interés.
 - Las aportaciones y sugerencias de los estudiantes expresadas en las comisiones de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación.
 - Las aportaciones y sugerencias de los profesores colaboradores expresadas en las reuniones de los programas formativos y en las reuniones periódicas de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación.

2. Elaboración del autoinforme: la elaboración del autoinforme se coordinó desde la dirección de estudios y las direcciones de programa de cada una de las titulaciones en proceso de evaluación con el apoyo del Área de Planificación y Calidad.

Concretamente la redacción de los estándares 1, 4 y 6 fue responsabilidad de las Comisiones de Titulación de los programas a partir de un proceso de reflexión y valoración global de los resultados de la titulación y de los mecanismos que permiten la mejora continua del proceso docente. La elaboración de los estándares transversales 2, 3 y 5 se llevó a cabo un trabajo coordinado entre la dirección de los Estudios y el Área de Planificación y Calidad.

3. Valoración de los miembros del CEI: el CEI se reunió el 4 de febrero de 2020 para revisar la información y preparar el proceso de acreditación. El 10 de febrero de 2021 se envió una versión completa del autoinforme y las principales evidencias a todas las personas que conforman el CEI. Para hacer una recogida sistemática de las opiniones relativas a cada estándar, se creó un formulario *ad hoc* que cada miembro del CEI cumplimentó individualmente antes del día 17 de febrero de 2021. En este formulario se pedía que cada miembro del CEI indicara el grado de logro propuesto y los puntos fuertes y débiles en relación con cada estándar, además de propuestas de mejora. Tras la atenta lectura y revisión de las valoraciones y recomendaciones recogidas por parte del CEI, se incorporan al autoinforme en cada uno de los estándares de evaluación.
4. Aprobación provisional: el CEI, el 17 de febrero de 2021, recibió los resultados de la valoración (véase [Evidencia 0.0 Informe CAI](#)), y tras la revisión y el análisis se consensuó el grado de logro relativo a cada uno de los estándares y se incluyeron en el autoinforme.
5. Exposición pública: una vez elaborado el autoinforme, se abrió el periodo de exposición pública. El informe estuvo disponible en la web de la UOC o Campus Virtual del 3 al 9 de marzo de 2021. Se informó de él por correo electrónico a todos los grupos de interés de la universidad relacionados con la titulación, para fomentar la lectura del informe y las aportaciones con relación al contenido. Una vez finalizado el periodo de exposición pública el día 9 de marzo de 2021, como no se recibió ninguna aportación no se consideró necesario introducir ninguna modificación en el autoinforme inicial.
6. Aprobación definitiva: el Consejo de Dirección aprobó el autoinforme en la sesión del 15 de marzo de 2021.
7. El autoinforme ha sido remitido finalmente a AQU Catalunya en fecha 29 de marzo de 2021.

4. Valoración del logro de los estándares de acreditación

Recopilación de cambios producidos resultado de la crisis sanitaria COVID-19

Al amparo de la resolución de medidas extraordinarias en respuesta a la crisis de la COVID-19, de 30 de marzo de 2020, del Consejo de Dirección de la UOC ([Enlace Acuerdo CD](#)), se han adoptado las siguientes medidas generales: flexibilizar los calendarios de entrega de las actividades evaluables, realización de las pruebas finales virtuales, adaptaciones de las prácticas mediante teletrabajo, con modalidad virtual u otras alternativas adecuadas a cada programa de acuerdo con los criterios acordados en el marco del SUC.

Ante la imposibilidad de llevar a cabo actividades presenciales debido a la situación de excepcionalidad derivada de la COVID-19, se modificó temporalmente la normativa académica para garantizar la evaluación final de todos los estudiantes. Las medidas que se aprobaron fueron:

- **Las pruebas de evaluación finales serán virtuales** para grados y másteres universitarios, Centro de Idiomas Modernos y asignaturas libres este semestre.
- La **defensa de los trabajos finales** también será **virtual** en todos los casos y para todos los programas de grados, másteres universitarios y estudios propios de posgrado.
- Las **prácticas presenciales serán virtuales** o mediante sistemas de teletrabajo o actividades alternativas cuando no sea posible.

Las acciones de comunicación se han llevado a cabo de manera estructurada para garantizar que las medidas extraordinarias eran conocidas para todos los grupos de interés y reforzadas a través de reuniones de seguimiento periódicas del Vicerrectorado de docencia y aprendizaje con la Junta Permanente del Consejo de Estudiantes.

Para conocer cuál fue la valoración de los estudiantes en relación a toda la serie de medidas establecidas, en la encuesta de fin de curso se añadieron una serie de preguntas específicas, y los resultados para cada titulación se incorporan a los informes de seguimiento, o en su defecto, a los autoinformes de acreditación.

Cabe recordar que, de acuerdo a nuestro modelo educativo, la docencia de los programas se imparte de forma cien por cien virtual con la única excepción de las asignaturas de Prácticas. En consecuencia, las restricciones de movilidad aplicadas desde marzo de 2020 a raíz de la pandemia de COVID-19 no tuvieron impacto directo en la actividad de docencia y aprendizaje.

Sí se registró, no obstante, un impacto indirecto en algunos casos: estudiantes enfermos, estudiantes al cuidado de personas enfermas, estudiantes al cargo de menores confinados en sus domicilios, etc. Ante estas situaciones, se aplicaron medidas de flexibilización en sintonía con las directrices genéricas dadas por la universidad y que en su momento fueron comunicadas proactivamente a desde los canales de comunicación institucional, a nivel transversal, y también en el marco del seguimiento docente y la acción tutorial. De esta forma se buscó asegurar que el alumnado que se veía afectado de algún modo por la pandemia, conociera los canales y procedimientos puestos a su disposición para solicitar la aplicación de tales medidas siempre que fueran necesarias.

Asimismo es importante especificar que las dos titulaciones objeto de evaluación siguen exclusivamente el modelo de Evaluación Continuada, sin exámenes ni pruebas finales presenciales, donde la única vía de superación es la realización de los retos o pruebas de evaluación continuada, según el calendario estipulado al inicio del semestre en cada una de las asignaturas. En ese sentido, señalamos que las medidas de flexibilización vinculadas a la crisis sanitaria se han aplicado, en el caso concreto de estos dos programas, sobre todo en el marco del seguimiento docente de la evaluación continuada, bajo la coordinación del profesor responsable de cada asignatura.

Por otra parte, en todos los casos en los que se aplicaron medidas de flexibilización, éstas afectaron exclusivamente a los plazos de entrega de actividades evaluables establecidos inicialmente. No hubo afectaciones relativas al contenido ni al nivel de exigencia de dichas actividades.

A continuación se detallan las actuaciones llevadas a cabo en el marco de cada una de las titulaciones evaluadas así como su valoración.

Máster de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas

Desde la dirección del programa, junto con el equipo de gestión de la titulación y el equipo tutorial, se realizó un seguimiento individual de todos los casos detectados y/o reportados de afectaciones derivadas de la COVID-19. Además, se enviaron correos-e en casos de silencio o no conexión en las aulas se realizaron llamadas y reuniones online con la voluntad de ayudar al alumnado y ofrecerles tutorías personalizadas para hacer seguimiento de las afectaciones. En todas las consultas abordadas (un total de

15 en el caso concreto de esta titulación) la comunicación fue fluida, continuada y actualizada durante todo el período de excepcionalidad.

En relación a las medidas de flexibilización adoptadas en el marco de la evaluación continuada, es importante mencionar que desde el curso 2019-20 esta titulación incorporaba al proceso de evaluación, en casi todas sus asignaturas, un reto o prueba global que ofrece una oportunidad extra de evaluación integral al alumnado que, por motivos justificados y trasladados al equipo docente, no pudo entregar una de las actividades evaluables.

El reto o actividad global se explica de la siguiente manera en el plan docente de las asignaturas donde se aplica: “[...] *si por motivos laborales o de salud demostrables no se pueda presentar un ejercicio dentro del días fijados, el estudiante informará previamente al docente del aula y se acogerá a la PEC global/síntesis, que será los últimos días del semestre. La calificación obtenida ponderará con el resto de notas para obtener la evaluación final. Esta medida de flexibilización sólo será aplicable una vez por semestre y por asignatura por parte de un/a estudiante. Esto implica que, para superar la evaluación continua, se entregará el resto de retos dentro de los plazos fijados.*”

Este reto o PEC global ha sido especialmente útil en el contexto de afectación de la pandemia, permitiendo que los estudiantes pudieran recuperar actividades que, por motivos justificados, no se pudieron entregar en el calendario previsto.

Especificamos asimismo que el reto o PEC global no se aplica a las asignaturas de Prácticas, a la asignatura de Periodismo y Social Media (compartida con el Máster Universitario de Social Media, Gestión y Estrategia) y, tampoco al Trabajo Final de Máster, debido a sus particularidades. En el caso de estas asignaturas se respondió a las situaciones concretas detectadas a partir de la flexibilización de entregas parciales, siempre por causas justificadas, valoradas por el profesorado responsable y con el visto bueno de la dirección del programa.

Detallamos a continuación las medidas adoptadas en el caso concreto de las asignaturas de Prácticas y Trabajo Final de Máster:

Asignatura de Prácticas

En coordinación entre los Estudios y el área de Prácticas y Movilidad de la Universidad se realizó un seguimiento de la situación de cada estudiante en prácticas, contactando con los centros implicados y estudiando en cada caso posibilidades de continuidad adaptadas a la situación contextual. De este proceso se generó un protocolo de actuación específico ([Evidencia 0.1 ECIC Protocolo actuación prácticas](#)) que pudiera guiar la aplicación de soluciones a las diferentes situaciones identificadas en cursos posteriores. En el caso específico de esta titulación, en el curso 2019-2, 4 estudiantes trasladaron sus prácticas al formato online y un estudiante realizó una modificación de matrícula y optó por realizar otra asignatura optativa.

Asignatura Trabajo Final de Máster

En el caso de la asignatura Trabajo Final de Máster se optó por flexibilizar las fechas de entregas parciales del trabajo, que no se califican de manera independiente, sino que permiten realizar el seguimiento y corrección progresiva del proyecto. Se mantuvo por otra parte la fecha de entrega final del trabajo, lo que permitió seguir el calendario establecido de defensas y evaluación. Los trabajos realizados - a pesar de la dificultad del contexto- se evaluaron en los plazos establecidos y obtuvieron, en líneas generales, muy buenos resultados académicos (el semestre 2019-1 el 23,3 % del alumnado obtuvo un excelente y el 36,4 % un notable, el semestre 2019-2 el 26,1 % fue calificado con un excelente y el 54,3 con notable).

Otra medida de tipo metodológico fue la adaptación al formato online de las actividades que implicaban algún tipo de actividad externa, como por ejemplo, la búsqueda o contacto con fuentes de información o la realización de entrevistas. Asimismo a nivel temático, gran parte de las asignaturas incorporaron la pandemia como tema de debate, en tanto que actualidad periodística y ejemplo de crisis global.

Estas medidas de flexibilización del calendario de entregas permitieron que el semestre se desarrollara con relativa normalidad. Así lo indican los índices de rendimiento, éxito y satisfacción, que no se han visto afectados por la crisis sanitaria del COVID-19, y se han mantenido estables a lo largo del curso 2019-2020. A nivel global, la tasa de rendimiento en el curso académico 2019-2020 es de 79,9 %, y en concreto el semestre 2019-2 es de 87,9 %. A lo largo de los cursos anteriores, también ha tenido valores muy positivos: 76,9 % el curso 2018-19, y 80,7 % el curso 2017-18. En la misma línea, cabe señalar que en el primer curso afectado (2019-2020), el 73,1 % del alumnado del máster consideró que la información facilitada por la UOC sobre la crisis sanitaria fue “fluida, actualizada y conveniente” y “la flexibilidad en los plazos de entrega de las actividades ha respondido a las necesidades” con un 70,8 % (véase [Evidencia 0.2 Informe_Final curso COVID MU Periodismo.](#)).

Máster de Social Media: Gestión y Estrategia

En el Máster de Social Media: Gestión y Estrategia, de acuerdo a las directrices institucionales anteriormente explicadas, se aplicaron medidas relacionadas sobre todo con la flexibilización de fechas de entrega de las actividades de evaluación continuada. Dichas medidas fueron comunicadas proactivamente desde los canales de comunicación institucional, a nivel transversal, y también en el marco del seguimiento docente y la acción tutorial.

Únicamente tres de las incidencias vinculadas a la crisis sanitaria del COVID-19 no pudieron resolverse mediante la flexibilización de plazos de entrega. En dos casos, los estudiantes afectados acabaron solicitando anulación de matrícula porque, incluso con

plazos de entrega adaptados, no vieron factible poder seguir dedicando a las actividades de aprendizaje el tiempo requerido. El tercer caso implica a un estudiante cuya matrícula era costeadada por la empresa en la que trabajaba. Esta empresa, perteneciente al sector hostelero, cerró a causa del confinamiento y el pago fue revocado, con lo cual la matrícula fue cancelada.

Específicamente, la asignatura de Trabajo final de máster pudo desarrollarse con plena normalidad gracias a la mencionada flexibilización de los plazos de entrega. De hecho, tanto la tasa de rendimiento como la tasa de éxito se vieron incrementadas en el curso 2019-2020 respecto al curso anterior (79,1 % versus 77,8 % y 98,6 % versus 93,3 %, respectivamente). El seguimiento de la evaluación continua también fue superior (84,9 % versus 83,3 %), lo cual conlleva una reducción del porcentaje de no presentados. El confinamiento también afectó a algunos de los procesos de elaboración de los trabajos, por ejemplo a investigaciones en curso, teniendo que adaptar la técnica o metodología empleada. Si bien también la crisis fue vista como una oportunidad de análisis dada la creciente actividad del social media en este periodo pasando a ser foco de atención en algunos de los trabajos realizados.

Respecto a la asignatura de Prácticas, debido a que se trata de una asignatura optativa y que en el perfil del alumnado del máster es frecuente contar ya con experiencia profesional previa, el número de personas matriculadas es habitualmente reducido. En el primer semestre afectado por la COVID-19 (2019-2), sólo 5 personas cursaron la asignatura. De ellas, 2 estudiantes habían optado por llevar a cabo las prácticas de forma virtual ya antes de que saltaran las alarmas por la pandemia, dado que ésta es una posibilidad que siempre se ha ofrecido en sintonía con el carácter íntegramente virtual del resto de la titulación y con la naturaleza eminentemente digital de las materias que la componen. Los tres estudiantes restantes, que habían optado por realizar sus prácticas de forma presencial, pudieron adaptarlas sin mayores dificultades a la modalidad de teletrabajo.

Como apunte significativo, cabe señalar que en el primer curso afectado (2019-2020), el 73,8 % del alumnado del máster consideró que la información facilitada por la UOC sobre la crisis sanitaria fue “fluida, actualizada y conveniente” (véase [Evidencia 0.3 Informe Final curso COVID MU Social Media](#)). También resulta muy destacable que la tasa de rendimiento y la tasa de éxito apenas experimentaran variaciones entre el último curso pre-COVID (81,9 % y 97,6 %, respectivamente) frente al primer curso afectado por la pandemia (81,1 % y 97,5 %, respectivamente).

Estándar 1: Calidad del programa formativo

Los programas que se someten a evaluación han seguido el siguiente proceso de verificación/modificación/acreditación:

	Verificación	Aprobación CM	Código RUCT	Modificación	Acreditación	Recomendaciones
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	31/07/2017	03/08/2018	4316312	24/07/2020	--	Sí
Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia	31/07/2017	03/08/2018	4316278	22/06/2020	--	Sí

La implementación de las recomendaciones ha ido comunicándose en los informes de seguimiento de la titulación (véase las [Evidencia 1.1 IST 17-18 MU Social Media](#), [Evidencia 1.2 IST 18-19 MU Social Media](#) y [Evidencia 1.3 IST 18-19 MU Periodismo](#)).

MU Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
MU Social Media: Gestión y Estrategia				
Estándar 1: Calidad del programa formativo		X		
1.1. El perfil de competencias de la titulación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el correspondiente nivel formativo del MECES.		X		
1.2. El plan de estudios y la estructura del currículo son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación.		X		
1.3. El conjunto de estudiantes admitidos tienen el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con las plazas ofertadas.		X		
1.4. La titulación dispone de adecuados mecanismos de coordinación docente.		X		
1.5. La aplicación de las distintas normativas se realiza de manera adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación.		X		

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

Tal como se evidenció en las respectivas memorias de verificación del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas (véase [Memoria verificación MU Periodismo](#)) y del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia (véase [Memoria verificación MU Social Media](#)) y como se explicita en los correspondientes informes finales de verificación de uno y otro título, el perfil de las competencias es el adecuado, tanto con respecto a la formulación y estructura como con respecto al contenido y nivel académico. Además, es coherente con el correspondiente nivel formativo del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES).

En el caso del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, se implementó de inmediato la recomendación recogida en el informe de verificación de sustituir en el perfil de competencias específicas el uso de verbos como "reconocer", "entender" o "comprender" por otros que faciliten su ulterior evaluación (véase [RUCT MU Social Media](#)).

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

Tomando como referencia los informes favorables de la AQU del 7 de julio de 2017 y habiendo implementado las observaciones y recomendaciones indicadas, desde el diseño del programa para su verificación como posteriormente en la propuesta de modificación presentada y aprobada en el curso 2019-2020 ambos programas han velado por asegurar el cumplimiento de los requisitos de la disciplina y del nivel formativo del MECES por lo que se considera alcanzado el logro de este subestándar.

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

Los planes de estudios del máster de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas y el máster de Social Media: Gestión y Estrategia permiten asegurar el logro de las competencias establecidas y su perfil, así como la coherencia y la relación con los objetivos de la titulación.

Máster de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas

El máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas da respuesta a la demanda de formación en el ámbito del periodismo, y en concreto, a los nuevos escenarios generados por los cambios acaecidos como consecuencia de la irrupción de las redes sociales, de los nuevos modelos de consumo

de medios y de la situación compleja que vive el sector profesional. Es un máster que capacita para el ejercicio profesional del periodismo y la creación de contenidos periodísticos en diferentes géneros y en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico. Además, el máster pone énfasis en el periodismo de innovación: el periodismo de datos, el *mobile journalism* -MOJO- y las nuevas narrativas multimedia; todo esto en un contexto de nuevos modelos de negocio en que el emprendimiento es cada vez más un nicho del sector. El programa, según la valoración realizada en el CEI, permite el aprendizaje y desarrollo de competencias básicas para el desempeño de la profesión, atendiendo a los cambios que se producen continuamente en el sector, así como a las tendencias para los próximos años.

El diseño del máster prevé que pueda cursarse todo el plan de estudios en un año, en caso de que el estudiante lo realice a tiempo completo, o en un plazo superior (normalmente dos cursos), según el modelo flexible de la UOC. La mayoría de los estudiantes eligen esta última modalidad, aunque en algunos casos puntuales (por razones profesionales o personales, o por el hecho de cursar el máster con una beca) eligen la opción de hacerlo en un curso académico. El conjunto del plan de estudios computa un total de 60 ECTS, que se organizan en 42 ECTS de asignaturas obligatorias, 12 ECTS de optativas y 6 ECTS, que son obligatorios, del Trabajo final de máster (TFM), tal como se explica en la memoria verificada (véase [memoria verificada ver página 3](#)).

Respecto a este Máster el CEI ha apuntado la calidad del programa formativo y la variedad de las asignaturas dentro del ámbito del periodismo y la comunicación digital; lo que permite al alumnado cursar un curriculum muy completo y ahondar, a través de las materias optativas, en aquellas en las que desean especializarse. La tipología de las asignaturas y su descripción son información pública que puede consultarse en la [página web del MU Periodismo](#). Del mismo modo, las competencias de la titulación se distribuyen y articulan en las diferentes asignaturas, conforme se explicita en el mapa de competencias del máster, incluido en la memoria del máster.

El [plan de estudios](#) del máster, recogido en la memoria de verificación, articula una propuesta formativa que busca dar respuesta a los perfiles competenciales requeridos en el sector profesional y a su constante evolución. Con esa finalidad, en el año 2020 se aprobó una propuesta de modificación a partir de la cual dos asignaturas que configuraban complementos de formación del máster (Estructura de la Comunicación y Redacción Periodística) fueron sustituidas por otras de nueva creación: Ejercicio de la Profesión Periodística y Técnicas de Redacción Periodística (ambas provenientes del grado de Comunicación). Estos cambios han servido para ajustar el plan de estudios y el perfil competencial del máster a los cambios continuos del sector profesional.

Por otra parte, en este mismo proceso de modificación se incorporó una nueva competencia transversal (CT-3) descrita en los siguientes términos: “*Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional, y diseñar soluciones para la mejora de estas prácticas*”. Actualmente se está trabajando para incorporar esta competencia y sus correspondientes resultados de aprendizaje de

manera efectiva en el diseño de actividades, en los procesos de evaluación, y en los materiales docentes de las asignaturas que la tienen asociada, como se detalla en el apartado E.1.5 y en la propuesta de mejora del apartado 5.2.

Máster de Social Media: Gestión y Estrategia

El plan de estudios del máster universitario en Social Media: Gestión y Estrategia incluye asignaturas de formación obligatoria (39 créditos), asignaturas de formación optativa (15 créditos) y el trabajo final de máster (6 créditos) que completa los 60 créditos ECTS de la titulación. Dentro de las materias optativas se ofrece al alumnado la oportunidad de llevar a cabo prácticas curriculares (5 créditos), ya sea de forma presencial como virtual.

La tipología de las asignaturas y su descripción son información pública que puede consultarse en la [página web del MU Social Media](#). Del mismo modo, las competencias de la titulación se distribuyen y articulan en las diferentes asignaturas, conforme se explicita en el mapa de competencias del máster, incluido en la memoria del máster (véase [Memoria verificada](#)).

Tanto a través de la formación obligatoria como de la mayor especialización que le aportan las materias optativas, este máster genera las condiciones óptimas para que el alumnado adquiera las competencias requeridas para ejercer roles como el de responsable de la estrategia en social media, director/a de social media, *community manager*, responsable de contenidos para social media, analista social media, *content curator*, responsable de reputación online, responsable de la optimización y posicionamiento en social media, auditor/a de la actividad en social media y analista de la inteligencia colectiva, entre otros. Se destaca desde el CEI el equilibrio perfecto entre las asignaturas para que el estudiante pueda dominar todas las áreas relacionadas con los social media.

El entorno de los social media es un sector en expansión que requiere de perfiles expertos cada vez más especializados por tareas pero al mismo tiempo con polivalencia para trasladar sus conocimientos y habilidades a ámbitos profesionales muy diversos. El presente máster responde adecuadamente a tales requerimientos.

Además, en el marco de la formación optativa y sin que ello vaya en detrimento del carácter eminentemente profesionalizador del máster, también se brinda al alumnado la posibilidad de profundizar en el campo de las metodologías de investigación, lo cual facilita el trasvase al doctorado de los graduados que se plantean iniciar una trayectoria investigadora. Esta opción fue particularmente bien valorada por la Comisión de Evaluación de la Calidad que en su momento validó la solicitud de verificación (véase [Informe de final de verificación MU Social Media](#)).

Aunque en dicho informe también se hace constar que “Existe coherencia entre el conjunto de los módulos o materias del plan de estudios y las competencias del título”, se ha reforzado específicamente el desarrollo de actuaciones profesionales éticas, sostenibles, respetuosas y con impacto social (con especial énfasis en la perspectiva

de género) mediante la incorporación de la competencia transversal CT4 (Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional, y diseñar soluciones para la mejora de estas prácticas), como se detalla en el apartado E.1.5. Desde el CEI se ha valorado muy positivamente la apuesta por incorporar la perspectiva de género en la mayoría de las asignaturas y se apunta que con ello se refleja la voluntad de la universidad de generar un impacto positivo siendo consciente de que es una acción de mejora que se encuentra en proceso.

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

El plan de estudios y la estructura del currículo son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de cada titulación. Se valora especialmente su adecuación y actualidad respecto a las necesidades del sector y a las necesidades de los futuros estudiantes.

E.1.3. El conjunto de estudiantes admitidos tienen el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con el número de plazas ofertadas

Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital

El máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital se empezó a desplegar el curso 2017-2018 y completó el despliegue el primer semestre del curso 2018-2019. La evolución de la matrícula, tanto la total como la relativa a los estudiantes nuevos, se mantiene muy estable en números: 109 estudiantes el primer curso, coincidencia de cifra el segundo curso (2018-2019) y un ligero incremento en el 2019-2020, con 124 estudiantado; el total acumulado es de 238 estudiantes (véase Tabla 1 y [2 Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)).

El perfil del alumnado, en términos de género, fluctúa ligeramente entre los cursos, pero se alcanza casi la paridad. El curso 2019-20 se disequilibra con un 61 % mujeres y 38 % hombres, respectivamente. Este ligero cambio de tendencia desconocemos si será puntual o se consolidará (véase Tabla 3 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)). Si ponemos el foco en las franjas de edad, aquí sí que comentamos con detalle la evolución del perfil ya que cada curso la entrada de alumnado ha tenido unas características particulares. En la primera edición, la franja del 35-39 años suponía más del 21 %, pero en cambio, el segundo curso 2018-19 se produjo una matrícula con un perfil mucho más joven (25-29 años suponía un 27,5 % y de 19-24 un 26,6 %), en el último año evaluado en la memoria la tendencia a un perfil joven se ha consolidado, con un 25 % de los matriculados son de la franja 19-25 años, y además, también por el otro extremo de la tabla hemos tenido incorporaciones de más de 55 años, que supone un 3,2 % (véase Tabla 4 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)). Esta variedad de perfiles en las aulas supone un aprendizaje enriquecedor para el alumnado

y es una realidad más allá de la titulación, ya que sucede de manera generalizada en la UOC.

Para ajustar la demanda real de la titulación a las plazas verificadas se solicitó una modificación del programa, resuelta favorablemente por AQU Catalunya, con fecha de efecto el 24/07/2020, en la que se ampliaron de 150 a 200 las plazas ofrecidas. En estos momentos en la entrada de nuevos estudiantes se observa cierta estabilización que puede ser debida a las dificultades que se han acentuado en el sector a raíz de la pandemia. La incorporación de nuevos estudiantes del Máster de Periodismo y Comunicación Digital se considera adecuada (véase Tabla [2 Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)).

Con relación al perfil de los nuevos estudiantes, éste se corresponde con el que se propuso en el apartado 4.1 de la memoria de la titulación (véase [memoria máster pág. 36](#)). En relación al perfil de ingreso eran titulados universitarios, el curso 2019-20 (véase Tabla 5 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)), el 60,48 % de los estudiantes procedían de titulaciones del ámbito de la Comunicación, como Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas y el resto procedían de Humanidades o Ciencias Sociales, a excepción del 4,84 % de otras disciplinas (Ciencias).

Ya en el inicio de la titulación, con la finalidad de compensar las posibles deficiencias formativas que pudieran existir en cada caso en función de la titulación de origen de los estudiantes y de su experiencia profesional, se recomienda a los estudiantes la realización de créditos de formación compensatoria de forma previa o simultánea con el máster. Esta recomendación se realiza mediante una tutorización y evaluación personalizada de las competencias previas de cada estudiante. Los estudiantes pueden consultar la información de este aspecto en el Campus Virtual de la UOC, dentro del apartado Trámites, y además cuentan con la información que les proporcionan sus tutores de forma personalizada en caso de que sea necesario. Después, cada tutor/a, y si hace falta la dirección de programa, valora cada caso.

A los estudiantes con un título de acceso que pertenece al resto de ámbitos de conocimiento no procedentes de las Ciencias Sociales, se les recomienda cursar un máximo de 12 créditos ECTS de complementos de formación, que se imparten en las asignaturas niveladoras de Introducción al periodismo (6 créditos); Redacción periodística (6 créditos) y Estructura de la comunicación (6 créditos). Con respecto a los complementos formativos, tal y como se comenta en la memoria de modificación (véase [memoria modifica MU Periodismo](#)), “se actualizan las asignaturas vinculadas a los complementos formativos debido a cambios de denominación de las asignaturas del Grado en Comunicación que se usan para esta finalidad. Así, pues, se sustituyen las asignaturas actuales de Redacción periodística (6 ECTS) y Estructura de la comunicación (6 ECTS) por Técnicas de redacción periodística (6 ECTS) y Ejercicio de la profesión periodística (6 ECTS). La comisión valora positivamente estos cambios”. Estos cambios se han comenzado a aplicar en el curso 2020-21.

En el curso 2019-2020, los estudiantes que han cursado complementos de formación (10) provenían de titulaciones previas como Ciencias Biológicas, Derecho, Filología, Economía, Diseño gráfico, Psicología, etc.) (véase [Evidencia 1.5 MU Periodismo CF 19-20](#)). El alumnado susceptible de realizar dichos complementos recibe información del tutor/a que valora su formación previa y experiencia profesional.

Por todo lo anterior y atendiendo a las tasas de rendimiento (79,9 %) y éxito (97,3 %), consideramos adecuado el perfil de acceso. Además, los graduados valoran con un 4,29 sobre 5 “El nivel académico de acceso a la titulación era adecuado para su correcto seguimiento”.

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

De los tres cursos aquí analizados, fue el curso en el que se inició el despliegue de la titulación (curso 2017-2018) el que contó con un mayor número de estudiantes de primera matrícula: 143. Consideramos que esta cifra es un buen indicador de que el máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia de la UOC venía a dar respuesta —con el nivel de especialización propio de una titulación de máster y con el rigor y el reconocimiento propios de una titulación oficial— a una necesidad formativa latente en este ámbito. Aunque, una vez ya satisfecha la demanda más urgente y debido a la sensibilidad de la demanda con respecto al contexto del propio entorno social media (tal y como se manifestó coincidiendo con la crisis reputacional que experimentaron algunas de estas plataformas), esta cifra de nueva matrícula se vio reducida en el curso 2018-2019 (99 estudiantes), en el curso 2019-2020 ya mostró signos claros de recuperación con 128 nuevos estudiantes (véase Tabla 2 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)). En cualquier caso, nunca se ha visto excedido el número máximo de plazas ofertadas, que es de 300, y las cifras de matrícula registradas se consideran adecuadas para el correcto desarrollo del programa.

Respecto a la distribución por género, durante los tres cursos ha prevalecido significativamente el alumnado femenino. Esta tendencia se ha visto incluso acentuada en el curso 2019-2020, en el que el estudiantado masculino pasó de la proporción de 1 de cada 3 registrada en los dos primeros cursos de la titulación a una proporción de tan solo 1 de cada 4 (véase Tabla 3 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

Por otra parte, en los dos primeros cursos la franja de edad más representada fue la que va de los 19 a los 24 años, que concentró al 21 % y al 30 % del alumnado en el curso 2017-2018 y en el curso 2018-2019, respectivamente. Sin embargo, en el curso 2019-2020 fue la horquilla que va de los 25 a los 29 años la que se impuso al representar un 36 % del estudiantado en detrimento de la franja de menor edad, que retrocedió hasta el 23,4 %, lo cual parece más ajustado a una titulación de máster a la que no se puede acceder sin titulación universitaria previa. Sea como fuere, la atracción que los social media ejercen sobre los perfiles de menor edad puede explicar la presencia de un alumnado particularmente joven en los primeros cursos. Con todo y en consonancia con el perfil más maduro que caracteriza al alumnado de la UOC, las cinco franjas que

agrupan al alumnado de entre 30 y 55 años representaron conjuntamente un porcentaje que ha oscilado entre el 60 % y el 40 % del total (véase Tabla 4 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

Debido al carácter transversal del Máster, se posibilita la incorporación al programa de estudiantes que provienen de otras áreas de conocimiento. En estos casos y tras la valoración del tutor, está prevista la opción de cursar complementos de formación hasta sumar un máximo de 12 créditos. Tal y como se informa en la [memoria de Modificación](#) aprobada en 2020, se ha planteado un cambio en una de las materias que conforman estos complementos de formación para substituir Búsqueda y recuperación de la información por Fuentes de información y documentación digital, de 6 créditos, siendo esta más actual y acorde a la formación ofrecida en el máster, tal y como queda reflejado en la descripción que al acompaña. La relación se completa con Comunicación persuasiva en medios digitales, de 6 créditos Durante el periodo sometido a la evaluación de la acreditación se ha ahondado en los criterios de recomendación que debían aplicar desde tutoría para orientar al alumnado con las mismas pautas e indicaciones estableciendo así una guía de actuación, siguiendo la reflexión planteada en el primer informe de seguimiento de la titulación. Así, durante el curso 2019-2020, cuatro estudiantes (provenientes de un grado en Conservación y Restauración de Bienes Culturales, de un grado en Psicología, de un Grado de Multimedia y de una licenciatura en Arquitectura) matricularon asignaturas de Complementos de Formación. En dos casos 12 créditos y en los otros dos 6 créditos

Esta cifra reducida evidencia que la inmensa mayoría del alumnado que se incorpora a la titulación (64 % en el curso 2019-2020 -véase Tabla 5 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)) responde adecuadamente al perfil de ingreso recomendado que se explicita en la Memoria para la Solicitud de Modificación de Título presentada y aprobada en 2020 (véase [Memoria Modifica](#)). Esta constatación se ve corroborada por el hecho de que el 90 % de los graduados (con una valoración de 4,4 sobre 5) consideran que el nivel académico de acceso a la titulación era adecuado para su correcto seguimiento y, por supuesto, por una tasa de éxito que en los tres cursos evaluados no ha bajado del 97,5 %.

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

El perfil de acceso de ambas titulaciones es adecuado para la adquisición de competencias del programa y es coherente con el establecido en las memorias verificadas. El número de estudiantes se adecua a las plazas disponibles, permite mantener una docencia de calidad y refleja el interés por la oferta formativa.

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

Los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación, y por lo tanto los programas que se someten a evaluación, disponen de diferentes mecanismos de

coordinación docente adecuados. Para su organización, los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación disponen de un sistema de gobernanza que facilita la coordinación y la toma de decisiones. Las diferentes comisiones y reuniones tienen también la función de analizar los resultados de los programas, compartir buenas prácticas y debatir posibles propuestas de mejora aplicables a cada programa o de manera transversal.

La coordinación entre las diferentes figuras docentes de las titulaciones está basada en la responsabilidad compartida, como en el resto de titulaciones de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. La dirección de los Estudios y la subdirección de docencia celebran una reunión quincenal con el Consejo de Dirección y una reunión mensual con la Comisión de Programas (los directores de programa y los managers de programa) para debatir de manera transversal la ejecución de la estrategia docente prevista, así como consensuar soluciones a los problemas emergentes y afrontar situaciones que requieren especial atención. También es en el marco de estas reuniones donde se trabajan los aspectos de transversalidad entre las diferentes titulaciones y se generan situaciones de sinergias altamente eficientes.

Todo el claustro de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación se reúne mensualmente en las reuniones de los Estudios que convoca el director de los Estudios. De estas reuniones se elaboran órdenes del día y actas (véase [Evidencia 1.7 Ejemplo ECIC Acta 060520](#)).

Así, las direcciones de programa, asumiendo su dirección y coordinación, convocan las reuniones de la Comisión de Titulación, que vela por la calidad de la oferta formativa, garantiza la calidad global de la titulación, y valora y establece las acciones de mejora que procedan. Así mismo, mantienen una comunicación constante con los profesores responsables de las asignaturas que forman parte de la titulación para debatir y compartir temas relacionados con la actividad docente y con los procesos de gestión docente en los que está implicado el profesorado. De esta manera, todo el equipo docente se reúne 3 veces cada semestre (inicio, durante y final) para analizar la dinámica de las diferentes asignaturas y reflexionar sobre los resultados y las calificaciones en las diferentes aulas, así como sobre las encuestas de satisfacción de los estudiantes. Se comparten también recursos y buenas prácticas que pueden ser de interés para diferentes asignaturas y se tratan situaciones puntuales que puedan haberse producido a lo largo del semestre. De estas reuniones se elaboran órdenes del día y actas (véanse [Evidencia 1.8 Ejemplo MU Periodismo Acta reunión](#) y [Evidencia 1.9 Ejemplo MU Social Media Acta reunión](#)).

Aparte de estas reuniones, se dispone de un espacio de trabajo virtual (con carpetas comunes y carpetas por asignatura) al que tienen acceso todos los miembros del equipo, que incluye toda la información y las directrices de interés general para el programa (memorias, planes docentes, actividades de evaluación, documentos de guía, etc.).

Adicionalmente y desde el curso 2018-2019, ambas titulaciones cuentan con una segunda vía de coordinación y seguimiento interno. En este sentido, la dirección de

programa lleva a cabo cada semestre dos reuniones *one to one*, una al inicio y otra a la mitad del mismo, con cada PRA para hacer un seguimiento individualizado de las dinámicas de las asignaturas y de los recursos de aprendizaje empleados, así como de los cambios y novedades registrados en la planificación. De este modo, pueden tratarse en *petit comité* todos aquellos aspectos que resultan demasiado específicos y proliferos para ser tratados en una reunión plenaria de titulación.

Las direcciones de programa se encargan también de facilitar y coordinar la acción de tutoría de los programas en todo aquello que tiene relación con la orientación académica de los estudiantes (proceso de matrícula, requisitos de acceso de los nuevos estudiantes, solicitudes de prácticas y trabajo final de máster —TFM—, etc.). En este sentido, desde el Máster de Social Media, y tal y como se plantea desde el primer informe de seguimiento, se establece un protocolo o guía de actuación que facilita el desarrollo de la acción tutorial. Se trata de un documento vivo que se actualiza cada semestre con el objetivo de brindar al alumnado información que incorpore las novedades del Máster. La finalidad de esta guía es también contribuir a atender a las necesidades de los y las estudiantes en función del momento en el que se encuentre del proceso formativo y a partir de esto marcar un calendario de actuación durante el semestre, y, además, establecer pautas igualitarias con respecto a criterios de recomendación en cuestiones relativas a la matriculación o la necesidad de cursar complementos de formación (véase [Evidencia 1.10 MU SM Protocolo tutoria](#))

Por su parte, el profesorado responsable de asignatura (PRA), encargado de velar por asegurar la calidad y el rigor de la actividad docente de cada asignatura, coordina el conjunto de profesores colaboradores que imparte la docencia en las asignaturas de la titulación. Esta coordinación se lleva a cabo principalmente mediante espacios de comunicación virtual (grupos o espacios compartidos de Google Apps con estructura similar a la de dirección de programa y profesorado) del Campus Virtual de la UOC, en los cuales cada PRA distribuye y coordina las diferentes tareas asignadas al profesorado colaborador cada semestre. Asimismo, por medio de estos sistemas de coordinación, se les facilitan semestralmente los resultados de las asignaturas en los que están implicados y se les invita a participar en la reflexión sobre posibles mejoras. Además de esta comunicación constante por medio de herramientas virtuales, el profesorado responsable de asignatura también pueden llevar a cabo durante el curso académico reuniones presenciales o por videoconferencias con las y los profesores colaboradores.

Por otro lado, en el caso del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, desde el curso 2018-2019 se han realizado encuentros presenciales anuales con el conjunto del equipo docente de la titulación. El primer encuentro tuvo lugar 20 de marzo de 2019 (véase [Evidencia 1.11 MU Periodismo Encuentro 200319](#)); el segundo se realizó el 15 de abril de 2020 online debido a la COVID-19 y las medidas de confinamiento y restricciones de movilidad (véase evidencia [Evidencia 1.12 MU Periodismo Encuentro 150420](#)), y en la actualidad se está planificando el 3º encuentro (será también el segundo semestre y está pendiente por definir día, hora y modalidad [presencial o virtual] en función de la evolución de la COVID-19).

Estos encuentros permiten, más allá de potenciar buenas prácticas y mejorar la coordinación de todas las asignaturas, trabajar la cohesión de todo el equipo docente (profesores responsables, profesores colaboradores y tutores), que durante el semestre está repartido por toda la geografía española; presentar las novedades de la titulación, avances realizados; informaciones de interés, entre otros aspectos.

En el primer encuentro pusimos el foco en explicar y presentar con detalle la titulación a todo el equipo de personal docente colaborador, ya que más allá de su asignatura no tenían un conocimiento detallado ni una visión global de la titulación. Fue un encuentro para cohesionar el equipo. En el segundo claustro el foco, por estricta actualidad, fueron las medidas de seguimiento y flexibilización de la COVID-19 y la aplicación de la competencia transversal de compromiso ético y perspectiva de género en las aulas -que en aquel momento estaba pendiente de validación por parte de la AQU.

A su vez, el máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia dispone de un espacio o grupo de trabajo virtual del que forman parte el equipo docente propio y colaborador y el personal de gestión de los Estudios vinculado con el Máster. Haciendo uso de este espacio puso en marcha estas reuniones plenarias del equipo docente (PRA y profesorado colaborador conjuntamente) en el curso 2019-2020. La primera reunión tuvo lugar el 10 de junio de 2020 (véase [Evidencia 1.13 MU SM Encuentro 100620](#)) y tuvo que celebrarse de manera virtual a causa del contexto de contacto finamieto. Este primer encuentro permitió ahondar en las medidas incorporadas con motivo de la COVID-19, así como en la campaña de motivación y apoyo que se llevó a cabo por parte del equipo docente en redes sociales para reconocer el esfuerzo desarrollado por el alumnado en este difícil contexto (véase [#SMUOCencasa](#)). También se trataron las novedades solicitadas a través del MODIFICA, en especial la competencia transversal centrada en el compromiso ético y la incorporación de la perspectiva de género en el programa. Se subrayó la necesidad de continuar con las buenas prácticas y de ser garantes de la calidad formativa ofrecida. La previsión es que en el curso 2020-2021 se celebre la segunda.

Finalmente, la coordinación se refuerza por la definición coordinada y alineada de objetivos del profesorado y por el hecho de que anualmente se fijen objetivos institucionales anuales acordes con el [Plan estratégico](#). Estos objetivos guían las prioridades de la actividad del centro o estudios y tienen también como finalidad intensificar la reflexión y el consenso del profesorado hacia un aspecto estratégico para la mejora de la calidad docente de nuestras titulaciones, a la vez que constituyen un elemento cohesionador del equipo docente. La coordinación también está acompañada por una acción formativa para el profesorado y tiene como resultado final la definición de una política común en relación con el objetivo trabajado. Así, por ejemplo, se ha trabajado en la implementación de las asignaturas con el nuevo modelo basado en retos o sobre cómo mejorar la implementación de la competencia de compromiso ético y global en diferentes asignaturas. Las direcciones de programa y parte del profesorado de los títulos que se acreditan han participado de manera activa en 2 formaciones institucionales en este sentido, *Ressintonitza la teva assignatura* y *Compromís ètic i*

global, esta última, además, con un importante contenido en relación con la perspectiva de género y la equidad.

En ambas titulaciones evaluadas, las opiniones expresadas por los profesores colaboradores confirman la percepción de buena coordinación, y se muestran satisfechos tanto con la coordinación entre los profesores colaboradores de las diferentes asignaturas (media de 4,51 sobre 5) como con la de los profesores responsables de las asignaturas (media de 4,59 sobre 5). ([Evidencia 1.14 Encuesta profesorado colaborador ECIC](#))

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones. Los mecanismos de coordinación de los que dispone la titulación son muy adecuados. Está implementado un sistema de coordinación docente estructurado y con un nivel de valoración por parte de todos los participantes elevado. Hay varios niveles de coordinación transversal y horizontal, y entre los diferentes colectivos implicados (dirección, coordinación, profesorado responsable, profesorado colaborador y equipo tutorial). La existencia de comisiones de dirección, comisiones de programas, reuniones anuales con el equipo de profesorado colaborador, etc., garantiza la coordinación docente. En cada asignatura, el responsable de la materia garantiza la coordinación de su equipo de profesorado docente colaborador, de sus distintas aulas, con actividades y evaluación comunes. La existencia de un retorno constante permite detectar problemas y adoptar decisiones de forma coordinada.

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

Todo el personal, docente y de gestión, implicado en los programas de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación está comprometido con la aplicación de las [normativas universitarias](#) (tanto generales como específicas de la UOC). Este esmero en la aplicación de las normativas universitarias empieza con el ingreso del estudiante en el aula de acogida y se termina con la obtención del título. Específicamente, y relacionadas de forma directa con la acción docente y académica, nos referimos a las normativas que hacen referencia a los requisitos del profesorado, las evaluaciones de estudios previos ([EEP](#)), el reconocimiento académico de la experiencia profesional ([RAEP](#)) y la adaptación de estudiantes de otras titulaciones, o, también, a la normativa relacionada con las prácticas curriculares. En todos estos procesos es fundamental el trabajo conjunto con el equipo de tutores del programa, así como con diferentes equipos de la UOC.

El alumnado dispone en todo momento de información relativa a la normativa vigente y acceso a los trámites por medio del espacio *Trámites* del Campus Virtual. Disponen de las orientaciones y el apoyo de la tutoría, y del servicio de consultas para la formalización

de las gestiones oportunas. La valoración media de los estudiantes en relación con los servicios universitarios relacionados con trámites e información para la gestión académica es adecuada en los programas siendo de 3,62 sobre 5 tanto en el caso del máster Social Media: Gestión y Estrategia como del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital. (véanse [Evidencia 1.15 Encuesta Final curso MU Periodismo 20192](#) y [Evidencia 1.16 Encuesta Final curso MU SM 20192](#)).

Respecto a la evaluación de estudios previos (EEP), en el curso 2019-2020 en el Máster Universitario de Periodismo y Comunicación Digital únicamente una persona solicitó la evaluación de estudios previos (véase [Evidencia 1.17 MU Periodismo RAEP AEP 19-20](#)). Y en el caso del Máster universitario Social Media: Gestión y Estrategia dos personas lo solicitaron (véase [Evidencia 1.18 MU Social Media RAEP AEP 19-20](#)). Estas peticiones minoritarias son coherentes al tratarse de titulaciones de máster y abordar además (particularmente en el caso de Social Media) disciplinas emergentes.

En referencia al reconocimiento académico de la experiencia profesional (RAEP), en el curso 2019-2020 en el máster de Periodismo y Comunicación Digital, 8 estudiantes lo solicitaron en el primer semestre y 14 estudiantes el segundo semestre. Los roles profesionales más frecuentemente aportados han sido el de periodista y de gestor de contenidos. Las tablas con los datos detallados de la EEP y el RAEP se pueden consultar en el documento (véase [Evidencia 1.17 MU Periodismo RAEP AEP 19-20](#)). En el caso del máster de Social Media: Gestión y Estrategia se produjeron 6 peticiones de reconocimiento en el total del año académico, siendo el perfil de editor social media el más aportado con 4 solicitudes (véase [Evidencia 1.18 MU Social Media RAEP AEP 19-20](#)).

El proceso de las evaluaciones de estudios previos (EEP) se hace de manera muy meticulosa por el equipo de gestión que valida la documentación aportada por el alumnado, posteriormente se analiza el caso con la dirección de programa quien vuelve a evaluarlo por segunda vez consecutiva y aprueba o deniega el reconocimiento.

El proceso de reconocimiento académico de la experiencia profesional (RAEP) sigue una ruta parecida, pero en este caso se inicia con el departamento Servicios Académicos que valida la documentación aportada por el alumnado, posteriormente el tutor/a responsable revisa la petición y da su validación o denegación, y en tercer lugar es la dirección del programa quien aprueba o deniega el reconocimiento.

Todos los reconocimientos se han hecho según la normativa vigente y de acuerdo con lo establecido en la memoria.

Presencia de la perspectiva de género en la impartición de ambas titulaciones

La UOC impulsa la política de lucha contra la desigualdad entre mujeres y hombres en el ámbito universitario mediante los sucesivos [Planes de igualdad efectiva entre mujeres y hombres en la UOC](#), coordinados desde la Unidad de Igualdad.

La [Unidad de Igualdad](#) es una entidad dependiente del Vicerrectorado de Globalización y Cooperación de la UOC, creada en 2008 con el fin de desarrollar las políticas de igualdad en materia de género en esta institución. La principal función de la Unidad es velar por el cumplimiento de la legislación vigente en materia de igualdad efectiva de mujeres y hombres, por el principio de igualdad de trato y de oportunidades, y por la no discriminación por razón de sexo ni por razón de orientación sexual en todos los niveles de esta universidad. La Unidad de Igualdad realiza las siguientes acciones: (1) Plan de igualdad de género, (2) informes de diagnóstico, (3) datos desglosados, (4) difusión de información y organización de actividades, (5) protocolo contra el acoso sexual, (6) colaboración con redes universitarias y (7) comunicación respetuosa.

El nuevo [Plan de Igualdad de Género 2020-2025](#) da respuesta a un marco normativo más amplio que el anterior ([III Plan de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la UOC 2015-2019](#)): a la normativa fundamental que representan la Ley Orgánica 3/2007 y la Ley 17/2015, ambas de igualdad efectiva entre mujeres y hombres, y se da respuesta también a la Ley 11/2014 para garantizar los derechos LGTBI y para erradicar la homofobia, la bifobia y la transfobia, incorporando acciones por el reconocimiento a la diversidad de identidad y/o expresión de género y de orientación sexual en el conjunto de actividades de la institución. El Plan 2020-2025 también incorpora las novedades más recientes de la legislación en materia de igualdad, estipulados por el Real Decreto 901/2020 y el Real Decreto 902/2020 y da respuesta a las necesidades específicas que han emergido a raíz de la crisis pandémica del COVID-19. Finalmente, el Plan se ha definido teniendo en cuenta los elementos recogidos en el Marco general para la incorporación de la perspectiva de género elaborado por AQU Catalunya, en colaboración con la Comisión Mujeres y Ciencia del Consejo Interuniversitario de Cataluña (CIC).

El Plan vigente se organiza en cinco ejes vertebradores: Organización, Comunicación, Investigación, Evaluación y Docencia. Este último tiene una gran diversidad de objetivos entre los que podemos destacar:

- Hacer visibles las desigualdades de género y sensibilizar sobre este punto.
- Incorporar una perspectiva no sexista y no androcéntrica en las comunicaciones y publicaciones de la UOC.
- Promover la introducción transversal de la perspectiva de género en los contenidos de la docencia y la investigación.
- Procurar una representación equilibrada en los diferentes órganos y ámbitos de toma de decisiones.
- Promover la paridad en las actividades académicas.
- Promover el acceso al trabajo y la promoción de las carreras profesionales.

La estrategia de la perspectiva de género en los Estudios está liderada por el Grupo de Trabajo Perspectiva de Género, liderado por la Dra. Silvia Martínez Martínez, y durante su baja de maternidad (julio 2020 a febrero 2021) asume su coordinación la directora del máster de Periodismo y Comunicación Digital, la Dra. Candela Ollé, y cuenta con la Dra. Anna Clua, docente del mismo máster, miembro de la Unidad de Igualdad de la

Universidad desde los inicios, para vehicular y coordinar las acciones y objetivos con la estrategia de la UOC. Además, el grupo está formado por el profesorado: Daniel Aranda, Víctor Cavaller, Amalia Creus, Montse Garcia Alsina, Àlex López-Borrull, Silvia Martínez- Martínez, Mireia Montaña, Sandra Sanz, Anna Clua y Candela Ollé y la mánager de programas Montse Atienza.

El curso 2019-20 se han realizado en los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación de la UOC diferentes talleres y charlas formativas e informativas tanto para alumnado como profesorado. El taller on line “[Comunicación y violencia machista](#)”, (11 de junio 2020) para profesorado, y el taller para estudiantado “[Informar sobre violencia machista](#)”, (18 de junio 2020). Además, se ha difundido y animado a la asistencia al taller del Institut Català de les Dones y el Consell de l’Audiovisual de Catalunya (24 noviembre 2020). Se ha realizado una nueva edición de la formación interna dirigida al profesorado responsable de asignaturas para que incorpore la perspectiva de género y la nueva competencia transversal UOC “Compromiso ético y global” en el diseño de las asignaturas de manera autónoma y con los estándares de calidad establecidos por la Universidad. El curso: “*Compromís ètic i global: punt de vista del feedback*”, primera edición enero-febrero del 2020, que lo realizaron los directores de programa de los ECIC y profesorado de otros Estudios de la UOC y del 25 de noviembre al 24 de diciembre del 2020 se ha impartido la primera edición, también, de la formación interna para empleados y empleadas de la UOC sobre la “Sensibilización en igualdad de género”, una formación teórica que define conceptos y a partir de ejemplos quiere que el profesorado identifique conductas e acciones no correctas, además de explicar e informar a los trabajadores y trabajadoras de la universidad cómo actuar en caso de ser objeto de una mala conducta o acoso.

Más allá de la formación, el grupo de trabajo mencionado anteriormente ha realizado una encuesta a las 7 titulaciones de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación de la UOC, con un total de 233 asignaturas y de las cuales contestaron 84 (véase [Evidencia 1.19 Cuestionario Docencia con perspectiva de género](#)), siendo el Grado de Comunicación (32 %) y el Grado de Diseño y Creación Digitales (21 %) los programas con más respuestas sobre el total de las obtenidas, siendo también los que mayor número de asignaturas ofrecen. El máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia y el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital obtuvieron una tasa de respuesta sobre el total de materias que conforman cada plan de estudios del 58,8 % y del 31,25%, respectivamente. Como conclusiones y principales resultados podemos ver el 40% del total de las respuestas obtenidas indican que hay alguna referencia a cuestiones o aspectos éticos en el plan docente; también se detecta en un 19 % de los resultados de aprendizaje alguna referencia o mención a la competencia de perspectiva ética. En los ejemplos seleccionados para presentar los retos o PECS (conceptos utilizados a lo largo de la memoria de manera sinónima) un 26,5 % tienen en cuenta la perspectiva de género también. Por otro lado, las referencias y elaboración de las citas, las autorías de los materiales y recursos de aprendizaje no se disponen de estos datos de manera estadística, más allá de una percepción del profesorado. En cambio, sí que hemos identificado Trabajos Finales que focalizan en la perspectiva de

género y las respuestas no han reflejado menor participación en los espacios de comunicación de las aulas por razón de género.

También se ha elaborado un Toolkit de perspectiva de género que será en acceso abierto y transversal para los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación (véase [enlace Toolkit Género](#)), la autoría ha sido encargada a la periodista y especialista en género Arantza Díez y contará con más de 80 recursos, teniendo en cuenta las diferentes procedencias geográficas del estudiantado, los informes y memorias más actualizados y relevantes del sector. El repositorio incluirá una presentación, la formulación de los objetivos que persigue y filtros para poder recuperar y localizar la información requerida fácilmente. En el momento de redacción de este autoinforme se está revisando lingüísticamente el material y cerrando las galeradas para ponerlo en disposición del equipo docente y alumnado en marzo del 2021.

Además, se ha nombrado 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.

En los dos programas objeto de evaluación la competencia transversal que incorpora la perspectiva de género ha sido incluida en las materias correspondientes y se han formulado resultados de aprendizaje específicos. En las asignaturas vinculadas el profesorado ha iniciado acciones (véase [Evidencia 1.20 Ejemplos ECIC Perspectiva de género en la docencia](#)) para implementar nuevos contenidos y actividades que permitan a los estudiantes trabajar y obtener la competencia y se trabajará en profundidad en los siguientes cursos, atendiendo a los aspectos que se identificaron en los informes de modificación de ambas titulaciones (enlace Memorias modifica 2020 [MU Social Media](#) [MU Periodismo](#)).

A nivel de las titulaciones, en el **máster de Periodismo y Comunicación Digital** la competencia transversal, Compromiso ético y global (CT3), que incluye en su conceptualización la perspectiva de género, ya se está evaluando en las asignaturas, detalladas en la memoria modifica presentada y aprobada durante el año 2020, que son: Periodismo de Datos; Comunicación Digital y Sociedad; Periodismo y Social Media; Análisis y Visualización de Datos; Nuevas formas Narrativas; Laboratorio de Producción Audiovisual y Transmedia; Prácticas y el Trabajo Final de Máster.

Debido a la complejidad y amplio alcance de la CT3, en el caso del **Máster de Periodismo y Comunicación Digital** el primer semestre de implementación hemos focalizado en analizar género de las autorías y tener en cuenta la misma variable con las actualizaciones de contenidos. Por otro lado, en alguno de los casos y ejemplos trabajados en los retos han incorporado la perspectiva de género y, además, se ha compartido con el equipo docente recursos para iniciar una sensibilización con la redacción no sexista [Evidencia 1.21 Uso no sexista de la lengua](#), [Evidencia 1.22 Docencia con perspectiva de género](#) y [Evidencia 1.23 Cómo hacer llegar las competencias de la memoria del programa al aula](#). Consideramos que hemos abierto

camino, pero todavía tenemos que seguir trabajando, ya que más allá de la CT3 se manifiesta una necesidad de concienciación y sensibilización tanto al profesorado como al alumnado.

En el **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, tal y como se ha indicado en el apartado E.1.2., se ha incorporado como competencia transversal (CT4) la de Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional, y diseñar soluciones para la mejora de estas prácticas. Esta competencia, con un importante foco en la perspectiva de género, es asumida por la mayor parte de las asignaturas de la titulación tal como se detalla en la Memoria para la Solicitud de Modificación de Título presentada y aprobada en 2020 (véase [Memoria Modifica MU Social Media](#)).

En concreto, éstas son las asignaturas de esta titulación que tienen vinculada esta competencia transversal:

- Ecosistema social media
- Monitorización y reputación online
- Content curation
- Social media strategy: ejecución y gestión
- Métrica y evaluación en social media
- Publicidad en social media
- Periodismo y social media
- Big data y social media
- Metodologías de investigación en comunicación
- Analítica avanzada en social media
- Prácticas
- TFM

Además de los aspectos más transversales ya expuestos previamente, a modo de ejemplo estas son algunas de las afectaciones específicas que la incorporación de esta competencia ya ha empezado a generar en el semestre 2020-1:

- En la asignatura Ecosistema social media, a la hora de abordar la actividad evaluable que comporta sentar las bases de una guía de estilo que defina los usos y aplicaciones de cada red social en la que tiene presencia una empresa, se incide en la necesidad de emplear un lenguaje inclusivo. En marzo de 2020 se incorpora como recurso en esta asignatura la guía “Del nodo al usuario” (véase [Evidencia 1.24 MU Social Media Del nodo al usuario](#)) que aborda, además, de manera específica en su epígrafe 2.1 titulado “Discurso del odio frente a la comunicación inclusiva” la idoneidad de trabajar en pro de un mensaje igualitario basado en el respeto. En esta misma guía, al hablar del perfil del usuario, se aborda la cuestión del registro del género al crear un perfil en social media.

- En la asignatura Monitorización y reputación online, la actividad evaluable dedicada al ámbito del *personal branding* se focaliza en una empresa especializada en el diseño de planes de *personal branding* para mujeres emprendedoras.
- En la asignatura Publicidad en social media, se plantean actividades que requieren una reflexión ética a partir de códigos deontológicos impulsados en el sector.
- En la asignatura de TFM, se han incorporado tutores especializados en temáticas de investigación vinculadas a la perspectiva de género (Anna Clua, Daniel Aranda, Luisa del Carmen Martínez García, entre otros), lo cual ya ha propiciado que algunos trabajos abordan estas temáticas: *“Feminisme i pandèmia: l’ús del ciberactivisme a les xarxes socials per a la lluita en pro de la igualtat de gènere i en contra de la violència masclista enmig de la crisi de la COVID-19”*, *“Activismo y comunidad LGTBIQ+ en Instagram: espacio para la cultura y referentes del colectivo”* o *“Plan de redes sociales para la Unidad de Igualdad de TecnoCampus”*. Destaca que en los galardones que organizan los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC en reconocimiento a los mejores trabajos finales (Blog Todo Comunica [Los mejores TFG y TFM de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación](#)), en el caso del Máster de Social Media: Gestión y Estrategia el Primer Premio al mejor TFM del curso 2019/2020 lo recibió una investigación centrada en analizar la imagen de las mujeres en las redes sociales.
- En la asignatura de Periodismo y Social Media, impartida en los dos programas de Máster, desde el curso 2019/2020 se aplica la perspectiva de género integrándola como temática que constituye el eje vertebrador de los retos que deben afrontar en el semestre. Así en el 2019-1 se tomó como punto de partida sobre el que desarrollar las actividades el 25 de noviembre (25N) y en el 2019-2 el 8 de marzo (8M), dos fechas clave de reivindicación feminista.

Durante el I Encuentro del equipo docente y de gestión del Máster, además de explicar la experiencia concreta implementada en esta última asignatura, se compartieron recursos útiles para el profesorado como la guía [“Docència amb perspectiva de gènere”](#) (evidencia 1.22) y [“Ús no sexista del llenguatge”](#) (evidencia 1.21). Con todo, el primer semestre 2020 fue el primero en el que esta competencia transversal empezó a trabajarse en las asignaturas mencionadas y aún queda bastante labor por desarrollar en términos de definición de resultados de aprendizaje y de su aplicación. Este es un aspecto, pues, en el que nos proponemos seguir avanzando.

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

La aplicación de las distintas normativas se realiza de manera adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación. En todos los procesos académicos se aplican las normativas establecidas de la forma adecuada para que todo el programa se lleve a cabo de forma correcta

Grado de logro del estándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

Entre los diferentes aspectos descritos en este apartado, destacamos:

- La rigurosa aplicación de las distintas normativas académicas y su pertinencia en la organización y coordinación de las titulaciones.
- La diversidad, eficiencia y pertinencia de los mecanismos de coordinación docente, que aseguran la calidad y mejora continuada de las titulaciones.
- La incorporación de mecanismos y procesos orientados a la incorporación de la perspectiva de género en las titulaciones.
- La adecuación del número de estudiantes a las plazas ofertadas, así como del perfil de acceso admitido, acorde con el perfil de competencias de cada titulación.
- La adecuación del plan de estudios y la estructura del currículo al perfil de competencias y con los objetivos de cada titulación.
- La adecuación y actualidad del plan de estudios respecto a las necesidades del sector y a los objetivos formativos de cada titulación.

Estándar 2: Pertinencia de la información pública

MU Periodismo y Comunicación Digital MU Social Media: Gestión y Estrategia	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Estándar 2: Pertinencia de la información pública		X		
2.1. La institución publica información veraz, completa, actualizada y accesible sobre las características de la titulación y su desarrollo operativo.		X		
2.2. La institución publica información sobre los resultados académicos y de satisfacción.		X		
2.3. La institución publica el SGIC en el que se enmarca la titulación y los resultados de seguimiento y acreditación de la titulación.		X		

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

La UOC y los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación cuentan con los siguientes mecanismos para garantizar el acceso a una información veraz, completa y actualizada sobre las características de las titulaciones que imparten, su desarrollo

operativo y sus resultados, y dicha información está sometida a un proceso de constante mejora para adecuarse a las necesidades de todos los grupos de interés.

Portal de la UOC: es el principal canal de información pública con el que cuenta la universidad. Aglutina diferentes espacios de comunicación, como por ejemplo el Portal de transparencia o las webs de cada uno de los estudios y de cada titulación, entre otros. El portal de la UOC también es la puerta de entrada al Campus Virtual de la universidad.

Portal de transparencia: este portal tiene por objeto facilitar la información relativa a la actividad docente, investigadora y de gestión que se lleva a cabo en la universidad y sus resultados, y fomentar la transparencia como un valor necesario. Agrupa información, datos e indicadores de la UOC publicados en los diferentes espacios web, es un punto de partida en la presentación estructurada de la información pública de la universidad e irá evolucionando con la incorporación de nuevos espacios y contenidos.

Espacio web para las titulaciones: el contenido público de cada titulación MU Periodismo y MU Social Media, presenta una estructura ordenada que muestra la información relativa a la titulación, con el plan de estudios como eje central, donde se detallan el conjunto de asignaturas que forman la titulación y su plan docente actualizado. La información de las asignaturas contiene una breve descripción de los objetivos, el encaje de la asignatura en el conjunto del plan de estudios, los campos profesionales en los que se proyecta, los conocimientos necesarios previos a la formalización de la matrícula, los objetivos, las competencias y los contenidos. La información pública también incluye una breve presentación del perfil de especialidad y experiencia del profesorado que interviene en la titulación. Esta información se revisa y actualiza regularmente antes del comienzo de cada semestre. Las direcciones de programa validan la información publicada y hacen las modificaciones pertinentes.

Campus Virtual de la UOC: todos los estudiantes que se matriculan en la UOC o que solicitan el acceso a alguna de las titulaciones que ofrece disponen de acceso al Campus Virtual, el punto de encuentro de todos los estudiantes. Dentro del Campus Virtual, el espacio *Trámites* aglutina toda la información sobre las gestiones académicas que puede realizar el estudiante: requisitos y documentación de acceso, matrícula, becas y descuentos, reconocimientos y convalidaciones, evaluación y pruebas finales, títulos y certificados, prácticas en empresas y trabajos finales, etc.

Canal UOC de YouTube: se demuestra el interés de este canal como fuente de información por el número de visitas de algunos de los vídeos. Son un buen ejemplo de dicho interés los siguientes vídeos: *El aula virtual de la UOC*, *El consultor/a en el marco del modelo pedagógico de la UOC*, *El proceso de evaluación en la UOC* o *¿Cómo puedo calcular el precio de mi matrícula?*. Muchos de estos vídeos se generan desde los Servicios de Acompañamiento al Estudiante cuando se detecta la necesidad de efectuar una acción comunicativa más precisa sobre un tema en concreto.

En el canal UOC de YouTube, también destaca la información relativa a la actividad de los Estudios, que es interesante no solo para los futuros estudiantes, sino también para toda la comunidad educativa, profesional e investigadora. Los Estudios de Ciencia de la Información y la Comunicación cuentan con una lista de reproducción específica ([Véase InfoCom YouTube](#)), en la que se publican vídeos generados en el marco de jornadas de difusión y otras actividades vinculadas al ámbito de conocimiento, como por ejemplo ponencias, entrevistas al profesorado o encuentros de estudiantes o graduados. Se trata de vídeos vinculados al ámbito de conocimiento de la Información y Comunicación, e incluyen tanto relatos de acontecimientos como la difusión de contenido temático. En este espacio también pueden consultarse vídeos informativos sobre los programas de [MU Periodismo y Comunicación Digital](#) y [MU Social Media: Gestión y Estrategia](#) de interés especialmente para los nuevos estudiantes.

En el mismo canal de YouTube presentado en el párrafo anterior se pueden visualizar los eventos organizados por los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación.

Además de la información exhaustiva disponible en los apartados que se han descrito, los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación potencian su identidad digital mediante la presencia en las redes sociales, que se han convertido en uno de los principales instrumentos de comunicación e información sobre actividades y acontecimientos, así como de difusión abierta del conocimiento. Los **canales actuales de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación** son los siguientes:

- [Revista COMeIN](#). Revista divulgativa de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación que este curso 2020-2021 celebra su décimo aniversario. Como su nombre indica, es una invitación a entrar y conocer estos estudios a partir de los artículos de su profesorado, para descubrir qué piensan sobre un amplio abanico de temas que tienen como eje central la comunicación y la información. La revista *COMeIN* publica dos nuevos artículos cada semana y a finales de 2020 superaba los 20.000 visitantes únicos mensuales.
- Revista [BiD: Textos universitarios en biblioteconomía y Documentación](#). Revista científica coeditada desde 2013 con la Facultad de Información y Medios Audiovisuales, de la Universidad de Barcelona y que ha ampliado a la disciplina de Comunicación. Perteneciente a Q4 Scopus, ESCI y con Sellos de Calidad de la FECYT.
- [Blog Todo Comunica](#) (blog de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación). Espacio de contenido de creación interna (profesorado, expertos de la UOC, etc.) que potencia la generación de contenido propio en los ámbitos de comunicación e información; medios sociales o social media; publicidad y comunicación corporativa; diseño y creatividad; periodismo, y cine.
- [Podcast Parenthesis](#). Es un proyecto de periodicidad mensual donde presentamos las últimas tendencias en información y comunicación en formato entrevista, liderado por los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC.
- [Twitter @UOCinfocom](#) (perfil de Twitter de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación), con un total aproximado de 4.700 seguidores.

Principal canal para la interacción en la red y para la difusión en comunidades externas de contenidos de creación propia y de impacto, así como de las actividades que se organizan.

- [Página de Facebook @UOCinfocom](#) Canal para reforzar la identidad digital.
- Destaca asimismo la [página web de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación](#), que muestra la cara más institucional (quiénes somos, la misión y la oferta formativa, entre otros aspectos).
- LinkedIn: Ágora. Página privada de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación en esta red profesional.
- Newsletter InfoCom+. Boletín mensual que se envía el último viernes de cada mes a todos los miembros de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, así como al profesorado colaborador y a los tutores (véase, como ejemplo, el [boletín de enero 2021](#)).
- [Memoria](#) de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación: memoria bianual que recoge la actividad docente, de investigación, de innovación y de difusión llevada a cabo a lo largo de este período.
- Por otro lado, en relación al propio máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas se ha fomentado desde el comienzo esta presencia de una manera singular con la etiqueta [#periodismodigitalUOC](#) de Twitter, donde docentes, estudiantes y expertos dialogan sobre diferentes aspectos en torno a la comunicación, el periodismo, las tendencias, los eventos, entre otros aspectos, muchos de ellos con una clara orientación profesional. En el caso del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, el uso del [hashtag #socialmediaUOC](#) responde a idéntica finalidad en su correspondiente ámbito de saber.
- Por último, el equipo docente de ambas titulaciones se muestra extraordinariamente activo colaborando en calidad de expertos/as en numerosos medios de comunicación a requerimiento de los profesionales del periodismo que abordan temáticas vinculadas a sus campos de conocimiento (véase [Evidencia 2.1 Prensa 2019 - ECIC](#)). Las actividades de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación se pueden consultar en la [web ECIC](#).

El repositorio institucional de documentos abiertos [O2, la Oberta en abierto](#) de la universidad es también un sistema para publicar y difundir los trabajos finales de estudiantes de los diferentes programas de los Estudios.

[Espacio Calidad](#): Incluido en el apartado *Metodología online de calidad*, muestra la información relativa a la calidad de las titulaciones, como los indicadores relativos a los resultados académicos y el nivel de satisfacción con las titulaciones ofrecidas, así como información relativa al profesorado de los estudios, como su perfil e indicadores de calidad de la actividad docente y de investigación realizada. Los resultados que se muestran responden a los indicadores comprometidos en el contrato programa y en la memoria de verificación de cada titulación.

A partir de los resultados de la encuesta de incorporación se pueden identificar los aspectos que hay que mejorar en la información pública institucional y diseñar acciones

de mejora, principalmente en cuanto al proceso de información y matriculación. En este sentido, y según la encuesta de incorporación de la UOC del curso 2019-2020 (en la que se recogen entre los estudiantes las motivaciones y las expectativas con respecto al programa de formación y se evalúa la satisfacción con el proceso de información y matriculación), para el total de la universidad el 77 % de los estudiantes de los másteres universitarios estaba satisfecho con los mecanismos de información, mientras que el 75 % lo estaba con el proceso de matriculación.

En el caso de las titulaciones que se evalúan, el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas y el máster de Social Media: Gestión y Estrategia, la mayoría de los encuestados (83,3 % y 75,7 % respectivamente) valoraba positivamente el proceso de información y también lo hacía (82,9 % y 65,7 %) en cuanto al proceso de matriculación. En el caso del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, la satisfacción con la información que aparece en el web de la titulación pasó del 60 % en el cursos 2018-2019 al 90 % en el curso 2019-2020 (véanse [Evidencia 2.2 Incorporación MU Periodismo 20192](#) y [Evidencia 2.3 Incorporación MU Social Media 20192](#)); (véase Tabla 6 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#) y [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)).

El CEI señala aspectos positivos de la información mostrada a través de los múltiples canales disponibles y la calidad de los contenidos presentados. Así destaca, entre otros aspectos, que tanto en las plataformas digitales, web, redes sociales, como en la propia aula virtual, la información publicada permite conocer todo lo necesario sobre el programa con un lenguaje claro, accesible y amigable para cualquier persona e incluso en aquellos trámites más específicos que pueden requerir de indicaciones o guía para localizarlos, los estudiantes se encuentran con explicaciones claras, detalladas y minuciosas.

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

Se ofrece información actualizada, exhaustiva y pertinente sobre las características del programa y de su desarrollo operativo. La información es clara y accesible para todos los grupos de interés. Se ha mejorado la información pública del profesorado que interviene en la titulación con una breve presentación de su perfil de especialidad y experiencia.

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

El portal de la universidad, con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de información de cada grupo de interés, permite visualizar una página principal con contenidos adaptados según cada perfil de usuario.

Esta universidad dispone del portal *Calidad*, organizado en cuatro apartados: *Política de calidad*, *Calidad de las titulaciones*, *Resultados* y *Personal académico*. En el espacio

[Calidad de las titulaciones](#) pueden consultarse los documentos vinculados al ciclo de vida de cada titulación: información del Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), la memoria verificada (con los últimos cambios incorporados), las modificaciones que se han aprobado, el resultado de los procesos de acreditación y los informes que han emitido las agencias de calidad en cada uno de los procesos.

Desde el apartado [Resultados](#), se puede acceder a la información relativa a los resultados académicos y los resultados de satisfacción, junto con los estudios de inserción laboral y los ránquines en los que la universidad participa.

En el subapartado [Resultados académicos](#) se muestran los indicadores docentes que permiten hacer el seguimiento y el análisis de las titulaciones de forma agregada y por titulación (evolución de las tasas de rendimiento, éxito, graduación, abandono y número de graduados), lo que también permite tener una visión comparativa de la titulación con respecto al conjunto de titulaciones de grado o máster de la UOC.

En el subapartado [Resultados de satisfacción](#) se muestran los resultados agregados y por titulación de las diferentes encuestas del ciclo de vida académica de los estudiantes. Desde este subapartado se puede ver la evolución de los resultados en los últimos años, así como el modelo de cuestionario que han respondido los estudiantes en cada periodo de sus estudios (información e incorporación, asignaturas —semestral—, fin de curso y graduación).

En el subapartado [Inserción laboral](#), se muestra información de interés para los estudiantes y los empleadores relativa a la población encuestada, la ocupación y la valoración de la formación en las áreas disciplinarias correspondientes a las titulaciones de la UOC: humanidades, ciencias sociales, ciencias de la salud e ingeniería y arquitectura.

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

Los diferentes mecanismos de difusión de los que dispone la universidad aseguran la transparencia, pertinencia y actualidad de la información pública puesta a disposición de los diferentes grupos de interés. Destacamos el Portal Calidad como principal mecanismo de difusión de los resultados de las titulaciones.

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

La universidad publica y difunde su [política de calidad](#) en el portal desde el espacio *Calidad*. El [Manual del sistema de garantía interna de la calidad](#) (MSGIC) está editado y publicado en catalán, español e inglés y de él se hace la correspondiente difusión, tanto por medio del portal web como del espacio de comunicación interna IntraUOC de la universidad.

En el espacio *Calidad* del portal de la UOC, la universidad pone a disposición de los diferentes grupos de interés los informes de evaluación externa de la universidad de los distintos procesos de seguimiento y evaluación llevados a cabo. Para facilitar la localización de los documentos, la información se organiza en dos ámbitos: el de los estudios y el de las titulaciones.

Asimismo, los Estudios hacen la difusión de los indicadores por medio de las comisiones de estudios.

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

La institución publica y difunde de forma exhaustiva la política de calidad, los procesos del SGIC y los elementos que se derivan de ellos para la rendición de cuentas, que incluyen los resultados de seguimiento y de la acreditación.

Grado de logro del estándar: se alcanza.

Entre los aspectos descritos en este estándar, destacamos:

- Los diferentes mecanismos de difusión de los que dispone la universidad para asegurar la transparencia, pertinencia y actualidad de la información accesible a los diferentes grupos de interés.
- El Portal de Calidad como principal mecanismo de difusión de los resultados de las titulaciones, donde se publica y difunde de forma exhaustiva la política de calidad, los procesos del SGIC y los elementos que se derivan de ellos para la rendición de cuentas, que incluyen los resultados de seguimiento y de la acreditación.
- La mejora en la información pública del profesorado.
- El espacio web de las titulaciones oficiales disponible al site UOC, con información actualizada, completa y estructurada sobre cada una de las titulaciones oficiales.
- La página web ECIC, que integra información relevante y de actualidad sobre la actividad docente, de investigación, de difusión y de transferencia impulsada por los Estudios.
- La Newsletter ECIC mensual destinada al profesorado docente colaborador y al equipo interno, que recoge las noticias destacadas sobre docencia, investigación y actividades de los Estudios.
- Facebook y Twitter de los ECIC donde se hace difusión sobre contenidos vinculados a los Estudios (blogs, noticias, etc.), acontecimientos e investigación.
- Los diferentes mecanismos de difusión de la actividad de los Estudios a nivel interno y externo.

Estándar 3: Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación

MU Periodismo y Comunicación Digital MU Social Media: Gestión y Estrategia	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Estándar 3: Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación		X		
3.1. El SGIC implementado cuenta con procesos que garantizan el diseño, la aprobación, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones.		X		
3.2. El SGIC implementado garantiza la recogida de información y de sus resultados relevantes para la gestión eficiente de las titulaciones, en especial los resultados académicos y la satisfacción de los grupos de interés.		X		
3.3. El SGIC implementado se revisa periódicamente y genera un plan de mejora que se utiliza para su mejora continua.		X		

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

El SGIC recoge los procesos relacionados con el diseño del programa (*PO02_Diseñar titulaciones oficiales*¹), el despliegue, la revisión y la mejora del programa (*PO07_Desplegar, revisar y mejorar los programas*), y su acreditación (*PO14_Acreditar y evaluar las titulaciones*).

La Comisión de Titulación es la responsable del diseño, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones. En todo momento recibe el apoyo de los equipos de gestión de los Estudios y de las áreas vinculadas a estos procesos.

Mediante el proceso *PO02_Diseñar titulaciones oficiales* se garantiza que el diseño sea correcto y la verificación positiva, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de los grupos de interés. El proceso identifica las actividades que hay que llevar a cabo para un buen diseño e identifica los documentos y los recursos necesarios (guías,

¹ Todos los procesos están referenciados en el [Manual SGIC](#).

acompañamiento, etc.). Todos estos recursos están disponibles para el profesorado, y en todo momento en la IntraUOC de la universidad.

El proceso *PO07_Desplegar, revisar y mejorar los programas* asegura el seguimiento anual de las titulaciones y permite detectar los aspectos que hay que mejorar relativos al programa y a la institución. La Comisión de Titulación valora anualmente el funcionamiento del programa y propone acciones de mejora, y deja constancia de todo ello a través de los informes de seguimiento de titulación (IST) anuales. La dirección de los Estudios valora anualmente los aspectos transversales y el funcionamiento global de las titulaciones, y establece el plan de mejora anual para el conjunto de los Estudios y titulaciones. En los informes de seguimiento de centro (ISC) se refleja el análisis realizado y el plan de mejoras propuesto; estos informes se encuentran disponibles en el portal *Calidad*. Este proceso sistemático de seguimiento, revisión y mejora de las titulaciones permite analizar de manera global el funcionamiento de la titulación e identificar los aspectos que hay que mejorar y las modificaciones necesarias que deben introducirse para mantener el nivel de calidad pretendido. Del informe de seguimiento se deriva un plan de mejoras en el cual se concretan el objetivo que se desea lograr, la acción que es necesario llevar a cabo, los indicadores de seguimiento, el responsable de la ejecución de dicha acción y el calendario para llevarla a cabo. Si es preciso introducir cambios en la titulación, se gestionan de acuerdo con el documento de AQU Catalunya [Procesos para la comunicación y/o evaluación de las modificaciones introducidas en los títulos universitarios de grado y de máster](#).

El proceso *PO14_Acreditar y evaluar las titulaciones*, que incluye la autoevaluación y la evaluación externa, se lleva a cabo de acuerdo con las directrices oficiales. Así, pues, se hace una valoración del funcionamiento de la titulación desde la última acreditación (o verificación), teniendo en cuenta los informes de seguimiento y las mejoras introducidas. Se considera que la evaluación externa, por parte de un grupo de expertos, permite confirmar la detección de puntos fuertes y débiles de las titulaciones y revisar la adecuación del plan de mejoras diseñado.

Toda la documentación asociada a estos procesos se revisa anualmente desde el Área de Planificación y Calidad para ir adaptando y mejorando y para asegurar que los procesos diseñados se implantan correctamente y son eficaces.

Los documentos resultantes de los procesos de verificación, seguimiento y acreditación de cada titulación son públicos y se accede a ellos mediante el portal *Calidad* de la UOC.

Al valorar este estándar desde el CEI se apunta al esfuerzo real que se lleva a cabo para trabajar de manera continua en la calidad de la titulación. Se percibe la motivación hacia la mejora continua del programa al apuntar que semestre a semestre la UOC se somete a unas medidas de control de calidad de las titulaciones que sirven para aplicar cambios de mejora en las mismas.

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

El SGIC cuenta con procesos implementados que facilitan de forma óptima el diseño y la aprobación de las titulaciones, así como el seguimiento y la acreditación, con la implicación de todos los grupos de interés.

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

Las direcciones de programa y los profesores y profesoras responsables de asignatura disponen de los resultados de la titulación y de las asignaturas al final del semestre por medio de diferentes fuentes de información. Los resultados académicos y de satisfacción se pueden consultar por medio del almacén de datos (*data warehouse*) DAU, que recoge de forma centralizada todos estos resultados, y de herramientas para la visualización de datos interactivos (Microsoft Power BI). Los datos, que se presentan segmentados por titulación, por asignaturas y por aulas, se pueden comparar con los semestres y cursos anteriores y se puede ver la evolución de los resultados mediante tablas y gráficos. La universidad cuenta con un proceso estratégico para definir los indicadores más adecuados y proveer a los responsables académicos y de la institución de los resultados clave para la toma de decisiones (*PE05_Definir los indicadores del SGIC*).

Además, por medio del registro de evaluación continua (REC), el profesorado y el personal de gestión vinculado a la actividad docente pueden consultar los resultados de los estudiantes en las pruebas de evaluación continua y ver la evolución de una asignatura durante el periodo docente. Esta información permite ejecutar acciones durante el semestre para reforzar y mejorar el rendimiento de los estudiantes.

El sistema de garantía interna de la calidad cuenta con mecanismos, herramientas y personal con la misión de recoger la percepción de los diferentes grupos de interés, por medio del proceso *PS10_Recoger la percepción de los grupos de interés*. Desde el curso 2011-2012 se ha completado la recogida de la satisfacción del ciclo de la vida académica del estudiante, tanto para las titulaciones de grado como para las de máster.

Se elaboran varios informes para cada una de las [encuestas](#) y se ponen a disposición de los responsables académicos (dirección de programa y profesores responsables de asignatura) con el objetivo de facilitar la toma de decisiones para la mejora de la calidad de las asignaturas y de las titulaciones. El valor de estos informes de satisfacción es que permiten detectar posibles carencias o aspectos que hay que mejorar de los diferentes elementos vinculados con la acción docente de las asignaturas (recursos de aprendizaje, profesorado colaborador y sistema de evaluación).

Desde el curso 2013-2014 se recogen sistemáticamente los datos de satisfacción del equipo docente: tutores, profesorado colaborador, y profesorado con responsabilidad docente (véanse [Evidencia 3.1 Encuesta Profesorado colaborador ECIC 20192](#) y [Evidencia 3.2 Encuesta Profesorado propio ECIC 2019-20](#))

Aparte de los mecanismos de recogida sistemática de la satisfacción de los diferentes grupos de interés, semestralmente se reúne la Comisión de Estudios (véase [Evidencia 3.3 Acta 070220 ComisionEstudios](#)), que integra a los representantes de los estudiantes de cada titulación y las direcciones de programa y la Dirección de los Estudios, con el objetivo de poner en común los proyectos docentes en curso y las propuestas de mejora de las titulaciones, y también discutir cualquier aspecto que los estudiantes propongan en el orden del día, establecido conjuntamente. La Comisión de Estudios dispone de un espacio virtual propio para mantener un flujo de comunicación entre los estudiantes y las direcciones académicas de los programas.

En relación con los resultados de inserción laboral, la universidad lleva a cabo estos estudios de manera integrada con el resto de universidades del sistema universitario catalán y la agencia de calidad (AQU). Estos estudios se realizan cada 3 años y se elaboran informes desde la AQU ([Estudio de la inserción laboral de la población titulada de máster oficial de las universidades catalanas](#)) y desde la universidad (véase el subestándar 6.4).

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

El SGIC cuenta con un proceso implementado que gestiona la recogida de resultados relevantes, con la existencia de un cuadro de indicadores con información sobre su evolución temporal. El SGIC también permite recoger información sobre la satisfacción de los grupos de interés (especialmente titulados, estudiantado, profesorado) respecto al programa formativo.

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

En el año 2009, en el marco del programa AUDIT, la UOC aprobó el primer Manual del Sistema de Garantía Interna de la Calidad (MSGIC), que permitió integrar todas sus actividades para garantizar la calidad de sus enseñanzas. Durante el curso 2016-2017 se hizo una revisión a fondo de todo el manual y del funcionamiento de sus procesos. El 4 de diciembre de 2017, el Consejo de Dirección de la universidad aprobó la nueva versión del MSGIC. En el caso de la UOC, el SGIC y su despliegue es transversal a todos los centros.

El manual cuenta con un [mapa de procesos](#) donde se describe la interrelación entre los diferentes procesos. Estos se han estructurado dentro del mapa atendiendo a su tipología según los siguientes criterios:

- **Procesos estratégicos:** son los relacionados con la estrategia y los objetivos de la organización, con su misión, visión y valores. Al frente de su gestión está, normalmente, el equipo directivo.
- **Procesos operativos:** son los que permiten el despliegue de la estrategia de la organización. Son clave en el desarrollo del modelo de gestión y añaden valor a los grupos de interés más relevantes.
- **Procesos de apoyo:** son procesos facilitadores de las actividades que integran los procesos operativos y, en algunos casos, los estratégicos.

Resultado de la reflexión alrededor de las personas, los colectivos y las organizaciones de todo tipo que, en un momento u otro del despliegue de la actividad de la UOC, interactúan o tienen capacidad de poder influir en la universidad, se han identificado los diferentes **grupos de interés** para cada uno de los citados procesos.

Cada uno de los procesos identificados en el mapa se despliega mediante un **proceso documentado**, un documento descriptivo que incluye la información clave para la operación del proceso: la misión, el alcance, el propietario, los responsables, la descripción, la vinculación con otros procesos, los elementos de entrada y salida, la información documentada, los indicadores y el diagrama de flujo. Para monitorizar el funcionamiento del SGIC y su rendimiento, los indicadores identificados para medir cada proceso se agregan a un **cuadro de mando** que permite a los responsables de la UOC tener una visión global del funcionamiento del sistema, lo que facilita la toma de decisiones.

Para la continua mejora del SGIC la universidad cuenta con un proceso específico (*PE03_Revisar y mejorar el SGIC*), en el que se establecen la responsabilidad y los mecanismos para la revisión del sistema y la aprobación del plan de mejora.

Con el objetivo de verificar el nivel de implantación y eficacia del SGIC y su capacidad para dar respuesta a la normativa de referencia, durante el mes de marzo de 2019 se llevó a cabo la primera auditoría interna del SGIC en la UOC. El equipo auditor estuvo liderado por expertos en la materia y se completó con personal externo e interno cualificado.

Esta auditoría ha sido el paso previo para afrontar el proceso de certificación de la implantación del SGIC por parte de AQU Catalunya, previsto para el curso 2020-2021, y de su realización se deriva un Plan de acciones correctivas (véase [Evidencia 3.4 Plan Acciones Correctivas](#)).

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

El SGIC dispone de un proceso implantado que obliga a la institución a revisar de forma periódica y completa la adecuación del propio SGIC. La revisión se concreta en un informe que recoge la reflexión sobre el funcionamiento del SGIC y que permite hacer un seguimiento de los cambios realizados. Las acciones de mejora del SGIC son coherentes con la revisión llevada a cabo y se estructuran en planes de mejora que

recogen todos los elementos necesarios para hacer un seguimiento óptimo y periódico de su implantación.

Grado de logro del estándar: se alcanza.

De los aspectos mencionados en este estándar, destacamos:

- La relevancia del SGIC para la efectividad en los procesos de mejora de las titulaciones.
- La disposición de información organizada en cuadro de indicadores incluyendo la evolución temporal de los resultados.
- La completud y constante actualización de los mecanismos de recogida de información sobre la satisfacción de los grupos de interés (especialmente titulados, estudiantes, profesorado) respecto al programa formativo.
- 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 que se impulsan en los diferentes programas.
- La gran diversidad de datos disponibles y su segmentación por programas y grupos de interés y la implementación de la herramienta Power BI.
- El apoyo personalizado que ofrece Planificación y Calidad a los directores de programa y a la jefatura de estudios en los procesos de garantía de la calidad de las titulaciones.

Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo

MU Periodismo y Comunicación Digital MU Social Media: Gestión y Estrategia	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo		X		
4.1. El profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del centro y tiene suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y, en su caso, profesional.		X		
4.2. El profesorado del centro es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para desarrollar sus funciones y atender al alumnado.		X		
4.3. La institución ofrece apoyo y oportunidades para mejorar la calidad de la actividad docente e investigadora del profesorado.		X		

E.4.1. El profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del centro y tiene suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y, en su caso, profesional

Experiencia docente y profesional

El equipo docente que interviene en las titulaciones está formado por la dirección del programa, [el profesorado propio y el personal docente colaborador](#). A propuesta de la dirección del programa, la dirección de los Estudios y la subdirección de docencia, se hace la asignación de asignaturas a las y los profesores responsables en función del área de especialización y la experiencia, así como de sus líneas de investigación. Esta distribución también busca el máximo equilibrio posible en la carga de trabajo que se deriva y así habilitar tiempo de dedicación para la investigación.

El profesorado propio, en su ámbito de conocimiento, diseña las asignaturas según las directrices que describe la memoria de la titulación y cuenta con la experiencia docente e investigadora en la disciplina del programa formativo. La dirección del programa evalúa la propuesta realizada por el profesorado y su coherencia con el resto de las asignaturas. Conjuntamente, definen el [perfil del profesorado colaborador](#), para el cual principalmente se toma en consideración la titulación en el área de conocimiento específica y la experiencia docente universitaria o el ejercicio profesional en el ámbito del programa, así como la experiencia en la coordinación y la organización de grupos virtuales.

En la evidencia 4.1 [Profesorado ECIC 2019-20](#) se concreta el perfil y méritos académicos del profesorado propio que interviene en los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, incluidos los relativos al profesorado que interviene en las titulaciones sujetas a evaluación. En este sentido, en el curso 2019-2020 los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación tenían un total de 28 profesores y profesoras (10 hombres y 18 mujeres), de los cuales 25 tienen dedicación a tiempo completo, (la cifra incluye al director de los Estudios) y 3 con dedicación a tiempo parcial, el 100 % de los cuales había logrado el grado de doctor. Del total del profesorado doctor, el 85,71 % está acreditado por una agencia de evaluación externa y acumula en total 27 tramos de investigación y 38 tramos de docencia.

En el caso específico de las titulaciones que se acreditan, en el máster universitario de **Periodismo y Comunicación Digital** participan 9 profesores y profesoras propios a tiempo completo. El 100 % es doctor y el 100 % del profesorado doctor está acreditado y acumulan 16 tramos docentes y 11 sexenios de investigación. El 100 % de los créditos es impartido por profesorado doctor y 100 % acreditado, con porcentajes también adecuados si nos fijamos en el reparto de los créditos impartidos según los tramos de

docencia (85,42 %) y los tramos de investigación (85,42 %) (véase [tabla 4.1](#) y [4.3 Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#)).

En el máster universitario de **Social Media: Gestión y Estrategia** intervienen 17 profesores y profesoras propios a tiempo completo, el 100 % es doctor y el 100 % del profesorado doctor está acreditado y acumulan 31 tramos docentes y 19 sexenios de investigación. El 100 % de los créditos es impartido por profesorado doctor y acreditado, con porcentajes también adecuados si nos fijamos en el reparto de los créditos impartidos según los tramos de docencia (87,26 %) y los tramos de investigación (70,79 %) (véase [tabla 4.1](#) y [tabla 4.3 Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#)).

Por otro lado, en el máster en **Periodismo y Comunicación Digital** han intervenido un total de 38 profesores colaboradores (véase [tabla 4.2 - Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#)). Si tenemos en cuenta el total del profesorado —es decir, la suma del profesorado propio y del profesorado colaborador, equivalente a un tercio del profesorado a tiempo completo— vemos que el 76,92 % del total del profesorado de la titulación ha obtenido el título de doctor en línea con los requisitos de las titulaciones de máster (véase [tabla 4.4 - Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#)).

En el caso del máster de **Social Media: Gestión y Estrategia** han intervenido un total de 39 profesores colaboradores (véase [tabla 4.2 Evidencia 4.3 MU Social Media Profesorado propio](#)). Si tenemos en cuenta el total del profesorado —es decir, la suma del profesorado propio y del profesorado colaborador, equivalente a un tercio del profesorado a tiempo completo—, vemos que el 81,11 % del total del profesorado de la titulación ha obtenido el título de doctor en línea con los requisitos de las titulaciones de máster (véase [tabla 4.4 - Evidencia 4.3 MU Social Media Profesorado propio](#)).

El profesorado colaborador que participa en las diferentes asignaturas de las dos titulaciones se selecciona según su campo de especialización y su experiencia docente, académica y profesional. De esta manera puede acompañar al estudiante en la adquisición de las competencias gracias al dominio de los contenidos y su aplicación en el terreno profesional, la respuesta ágil a consultas y la incentivación a la participación, el análisis y la reflexión sobre temáticas o retos vinculados al ámbito de las diferentes asignaturas.

En el caso de las asignaturas de prácticas se priorizan los perfiles más vinculados al entorno profesional y en el caso de los trabajos finales, los vinculados al mundo académico o de la investigación, con predominio de doctores. Un breve resumen del perfil de los diferentes profesores colaboradores puede consultarse a partir de la información pública en el web de cada programa ([máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital](#) y [máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia](#)), que se actualiza semestralmente.

En este punto el CEI ha subrayado la combinación, en el conjunto de estos programas, de estos perfiles profesionales y de investigación. Además se destaca la experiencia profesional y académica en la materia específica impartida lo que hace muy valioso el

programa formativo de cara a la experiencia profesional real que los alumnos tendrán que desempeñar cuando finalicen sus estudios.

Experiencia de investigación

El profesorado propio de los Estudios participa activamente en la investigación y está involucrado en diferentes grupos de investigación reconocidos por la AGAUR (véase [Memoria ECIC](#)). En los últimos 5 años ha participado en 16 proyectos competitivos con financiación externa (3 internacionales y 13 nacionales) (véase tabla 4.7 [Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#)). Además, el conjunto de profesorado suma 27 tramos de investigación y la producción científica de los últimos años puede verse en [Bibliometric](#).

En el caso del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital**, el profesorado forma parte en diferentes grupos de investigación reconocidos por la AGAUR (GAME, SGR 2017-2019; Mediaccions, SGR - GRC 2014; Cultura i Continguts Digitals, UB, SGR 2017-422).

GAME ([Grupo de investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento](#)) centra su investigación en el estudio de las transformaciones de las prácticas comunicativas asociadas al acceso y uso generalizado de Internet, abordando el análisis de modelos culturales propios de la sociedad del conocimiento y su estrecha relación con los medios de comunicación.

Por otro lado, [MEDIACCIONS](#) cultura y la comunicación digital, y en concreto el análisis de las transformaciones de las prácticas culturales relacionadas con las mediaciones tecnológicas.

El grupo [Cultura y Contenidos Digitales](#) de la Universidad de Barcelona analiza el acceso abierto a la ciencia, la preservación digital, la organización y recuperación de información, estudios métricos sobre el valor y uso de la información y los mercados y dimensiones económicas de los contenidos digitales culturales.

Además, recientemente profesoras del máster de Periodismo y Comunicación Digital han creado el grupo [Ágora](#), que analiza el acceso de la ciudadanía a la esfera pública en el contexto de la sociedad digital. Su principal objetivo es abordar los retos que tiene que afrontar la comunicación como bien público en un contexto cambiante a nivel tecnológico y de urgente reafirmación de los valores democráticos.

A su vez, el profesorado vinculado al **máster universitario de Social Media: Gestión Estratégica**, está igualmente integrado en algunos de los grupos de investigación ya mencionados (GAME y Mediaccions), pero también en otros que se explicitan a continuación: KIMO, CNSC y i2TIC.

[KIMO](#) (Knowledge and Information Management in Organisations) focaliza sus líneas de investigación en la inteligencia competitiva y territorial. Emplea las redes sociales

como fuente de información y conocimiento para contribuir a la gestión del conocimiento en las organizaciones.

El grupo [CNSC](#) (Communication Networks and Social Challenges), del IN3 de la UOC, investiga los desafíos de las sociedades *datificadas* y el impacto de los estereotipos culturales y los sesgos de diseño en las decisiones automatizadas basadas en algoritmos. Para ello, emplea una perspectiva crítica que le permite analizar el impacto de las plataformas digitales en la sociedad y contribuir a regular las relaciones de poder intrínsecas en el diseño de las tecnologías digitales.

El [i2TIC](#) (ICT Interdisciplinary Research Group) estudia aspectos económicos y sociales ligados a la digitalización desde diversas disciplinas interconectadas.

En la tabla 4.5 [Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#) y 4.6 [Evidencia 4.3 MU SM Profesorado propio](#) se muestra el detalle en términos de producción científica del profesorado que interviene en las titulaciones al cierre del año 2020. A modo de resumen, la producción de los últimos 5 años ha sido de 65 publicaciones, 61 de las cuales están indexadas en WOS y Scopus: 4 de ellas en primer y 11 en segundo cuartil.

MU Periodismo y Comunicación Digital Profesor	Publicaciones	Publicaciones revistas indexadas (JCR/SJR)	Publicaciones en otras revistas científicas indexadas	Proceeding actas congresos (ISBN)	Libros y capítulos de libro
Bernal Triviño, Ana Isabel	5	4	0	0	2
Cavaller Reyes, Víctor	4	2	1	2	1
Clua Infante, Ana Maria	4	2	2	0	1
Ferran Ferrer, Núria	11	11	0	0	1
Garcia Alsina, Montserrat	7	6	1	0	0
Martínez Martínez, Silvia	7	4	3	0	10
Ollé Castellà, Maria Candela	9	5	4	3	1
Roig Telo, Antoni	12	6	5	1	8
San Cornelio Esquerdo, Gemma	6	3	2	2	4

MU Social Media: Gestión y Estrategia Profesor	Publicaciones	Publicaciones revistas indexadas (JCR/SJR)	Publicaciones en otras revistas científicas indexadas	Proceeding actas congresos (ISBN)	Libros y capítulos de libro
Aranda Juarez, Daniel	4	4	0	1	12
Cavaller Reyes, Víctor	4	2	1	2	1
Esteban Millat, Irene	11	10	1	5	0

MU Social Media: Gestión y Estrategia	Publicaciones	Publicaciones revistas indizadas (JCR/SJR)	Publicaciones en otras revistas científicas indizadas	Proceeding actas congresos (ISBN)	Libros y capítulos de libro
Profesor					
Ferran Ferrer, Núria	11	11	0	0	1
Garcia Alsina, Montserrat	7	6	1	0	0
Lalueza Bosch, Ferran	5	5	0	1	3
Lara Navarra, Pablo	3	3	0	0	1
Lopez Borrull, Alexandre	17	10	6	5	4
Martínez Martínez, Silvia	7	4	3	0	10
Morales Solana, Doris	0	0	0	1	0
Pujol Ozonas, Cristina	1	1	0	0	0
Roig Telo, Antoni	12	6	5	1	8
Rosales Climent, Andrea	15	15	0	8	4
San Cornelio Esquerdo, Gemma	6	3	2	2	4
Sánchez Navarro, Jordi	7	7	0	2	16
Sanz Martos, Sandra	10	4	6	0	3
Sivera Bello, Silvia	1	1	0	1	1

En cuanto al profesorado colaborador, la experiencia en investigación es un elemento determinante en el proceso de selección, principalmente en las asignaturas de trabajo final. Sus áreas de experiencia e investigación se relacionan con los ámbitos temáticos sobre los que los estudiantes elaboran sus trabajos bajo su supervisión.

En los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación se ofrece apoyo y oportunidades para mejorar la investigación del profesorado a través de las acciones que se contemplan en su Plan Estratégico de Investigación. Este plan apuesta por dar un impulso significativo a la cultura de la investigación entre nuestro equipo con el objetivo de potenciar el impacto social de una investigación de calidad que se sustenta en la innovación y la transferencia del conocimiento socialmente relevante.

Entendemos que la investigación en información y comunicación aporta conocimientos esenciales y centrales en el actual contexto social, así como habilidades indispensables para entender, analizar y mejorar las desigualdades y ajustar el cambio social y tecnológico a unas necesidades sociales y culturales sostenibles, abiertas y accesibles.

En la [web de investigación de los Estudios](#), en el espacio del portal UOC [“Mapa del conocimiento”](#) y en la [memoria ECIC](#) se puede obtener más información del profesorado y de los grupos de investigación así como de la producción científica de los investigadores.

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

El equipo docente de ambas titulaciones, en sus diferentes figuras —profesorado propio, profesorado colaborador y tutores— reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos, contando con una extensa y valiosa experiencia docente, investigadora y profesional.

E.4.2. El profesorado del centro es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para desarrollar sus funciones y atender al alumnado

La dirección de los Estudios es responsable de que el conjunto de la actividad académica del profesorado cubra las necesidades docentes y el resto de objetivos estratégicos del profesorado y de los Estudios. La dedicación académica de cada miembro del profesorado se establece para cada semestre, de acuerdo con los resultados logrados en los procesos anuales de evaluación, e incluye actividades de gestión académica, docencia, investigación e innovación, entre otros aspectos, y según la disponibilidad del profesorado por área de conocimiento y por encargo docente anual de los Estudios. La dirección de los Estudios es responsable de garantizar la adecuada dedicación del profesorado propio a las asignaturas de las que es responsable y al desarrollo de su actividad investigadora, de innovación y transferencia, además de la dirección académica si corresponde. La dedicación académica se determina en función de la carga docente de cada asignatura, el número de estudiantes matriculados y el despliegue de la asignatura en el programa.

La necesidad de profesorado colaborador viene determinada por el número de estudiantes matriculados (considerando un máximo de 70 estudiantes por aula), pero también es fruto del análisis que se realiza semestralmente de los indicadores de satisfacción de la acción docente, tal como muestran los informes de seguimiento. A partir de la definición de los perfiles académicos y profesionales previstos en los Estudios, se inicia semestralmente la convocatoria para la selección de personal docente colaborador (PDC). La tarea de los profesores colaboradores está basada en la experiencia y en la práctica académica y profesional. La función de los profesores colaboradores implica acciones relacionadas con la atención docente individualizada y colectiva de los estudiantes, el seguimiento de su aprendizaje durante el semestre y las propuestas de mejora de la asignatura. El espacio web [Únete a nuestro equipo](#) recoge información sobre el proceso y los criterios de selección y las funciones y condiciones de la colaboración docente.

Los profesores colaboradores valoran con 4,51 puntos de media la satisfacción (90,7 %) con la coordinación con el profesor responsable de su asignatura.

En el caso de los programas de Periodismo y Comunicación Digital y de Social Media: Gestión y Estrategia, el profesorado de la titulación es suficiente y cuenta con la

dedicación adecuada para ejercer sus funciones y atender a los estudiantes, como puede observarse en las tablas de profesorado (véase [Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#) y [Evidencia 4.3 MU Social Media Profesorado propio](#)).

Máster en Periodismo y Comunicación Digital

Titulación	Profesor responsable de asignatura	% Profesor responsable de asignatura	Profesor colaborador (total)	Profesor colaborador (ETC 1/3)	Total	% Total Doctor
Doctor	9	100 %	23	7,67	16,67	76,92 %
No doctor	0	100 %	15	5	5	23,08 %
Total	9	100 %	38	12,67	21,67	100 %

En el caso del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital**, como se ha indicado en el apartado 4.1, el 100 % de los créditos es impartido por profesorado propio doctor y con porcentajes también adecuados si nos fijamos en el reparto de los créditos impartidos según los tramos de docencia (85,42 %) y los tramos de investigación (85,42 %). Según la categoría profesional del profesorado observamos que el 85,42 % de los créditos son impartidos por profesores agregados y el 14,58 % por profesorado categoría profesional lector (véase Tabla 4.3 [Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio](#)).

Los datos de satisfacción proporcionados por los estudiantes en relación con la tarea llevada a cabo por los profesores colaboradores ratifican la buena valoración del profesorado de la titulación con valores de satisfacción del 73 % en el curso 2019-20. Y todavía son mayores en lo relativo al dominio del contenido (81,3 %) (véanse Tabla 7 y 10 de la [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)).

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

Titulación	Profesor responsable de asignatura	% Profesor responsable de asignatura	Profesor colaborador (total)	Profesor colaborador (ETC 1/3)	Total	% Total Doctor
Doctor	17	100 %	22	7,33	24,33	81,11 %
No doctor	0	0 %	17	5,67	5,67	18,89 %
Total	17	100 %	39	13,00	30	100 %

A su vez, en el **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, la responsabilidad del 100 % de las asignaturas recae en el profesorado doctor y el 91,18 % de los créditos impartidos en profesorado acreditado. También son adecuados el reparto de los créditos impartidos según los tramos de docencia (87,26 %) y los tramos de investigación (70,79 %). Según la categoría profesional del profesorado observamos que el 81,38 % de los créditos son impartidos por profesores agregados, el 12,74 % por

profesorado categoría profesional lector y el 5,88 % por profesorado investigador (véase Tabla 4.3 [Evidencia 4.3 MU SM Profesorado propio](#)).

Además, la satisfacción del alumnado con la acción docente superó el 68 % en el curso 2019-2020 y el 83,1 % valoró positivamente el dominio sobre los contenidos del programa (véase Tabla 10 y Tabla 7 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

El profesorado de ambas titulaciones es suficiente, cuenta con la dedicación adecuada para ejercer sus funciones, y con experiencia docente e investigadora acreditada. Además, en el caso de los profesores colaboradores, se valora también la experiencia profesional en el ámbito de cada titulación.

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

La acción de la Universidad en la política de personal académico (véase [Evidencia 4.4 Política Personal Acadèmic 2015](#)) va encaminada a alcanzar la excelencia académica, el reconocimiento de los méritos, el desarrollo de competencias, la orientación a la innovación, el respeto por la diversidad de perfiles y el fomento del talento.

Profesorado propio

Cuando accede a la UOC (véase [Evidencia 4.5 Política Selección UOC](#)), al profesorado propio seleccionado se le asigna una posición según la experiencia académica, el nivel competencial mostrado y los méritos que haya aportado, según los criterios establecidos. La carrera profesional del profesorado de la UOC se enmarca en un sistema objetivo de evaluación y promoción basado en el reconocimiento externo e interno de los méritos y la calidad de la actividad llevada a cabo.

El **plan de acogida** de la universidad (véase [Evidencia 4.6 Procedimiento de acogida](#)) tiene como objetivo orientar en la metodología docente y de investigación, las funciones del personal académico, y la misión, los valores y el diseño organizativo de la institución. El profesorado de nueva incorporación participa en un [plan de formación \(e-LICENSE\)](#) liderado por el eLearn Center de la UOC, que tiene como objetivo conocer la universidad y su modelo educativo, reconocer las funciones y el rol que corresponden al profesorado propio en cuanto al diseño de asignaturas, desarrollar funciones relativas a la gestión de equipos docentes en red y coordinar encargos de material y recursos didácticos.

El plan de acogida incluye también una sesión de conocimiento de los equipos de gestión, las herramientas de las que disponen y la información necesaria para el desarrollo de sus actividades.

Para las personas con contrato indefinido y para el profesorado asociado o los contratos de larga duración, la acogida incluye la matriculación en una [asignatura libre](#) de la UOC (subvencionada al 100 %) del ámbito que resulte más afín a su puesto de trabajo o ámbito de conocimiento. El objetivo es que todos los que trabajan en la universidad, sean del colectivo que sean, conozcan el Campus Virtual y la metodología docente y vivan la experiencia de ser estudiante.

La actividad académica del profesorado integra el conjunto de funciones que debe asumir un profesor/a a lo largo de su carrera académica, es decir, la actividad docente y de innovación, la actividad de investigación y la transferencia y difusión social de conocimiento, así como las otras actividades institucionales, incluidas las de dirección académica y gobierno.

De forma continua se analiza el perfil académico del profesorado de la institución al objeto de dar el correcto asesoramiento en la progresión de su carrera académica y contribuir a fomentar la participación del profesorado en los diferentes procesos de evaluación, con un servicio de orientación que tiene por objeto informar, formar y alcanzar una tasa de éxito favorable en los procesos de evaluación internos y externos.

En cuanto a la formación continua del equipo docente, existen varias tipologías de formación que se indican a continuación y que se encuentran detalladas en el documento de política de formación ([Evidencia 4.7 Política Formación Profesorado UOC](#)).

Por otra parte, el [eLearn Center de la UOC](#) tiene una vocación claramente orientada al servicio al profesorado y le ofrece, entre otras cosas, formación para el profesorado novel, asesoramiento para el análisis y el rediseño de asignaturas o programas (el [eLC kit](#) proporciona recursos para el diseño del aprendizaje a todo el profesorado de la UOC), organización de sesiones temáticas, exploración y selección de recursos de aprendizaje, un laboratorio de experimentación para hacer pruebas piloto en entornos reales, y datos y recursos específicos para mejorar el diseño metodológico y la práctica docente. Este servicio se ofrece al profesorado nuevo y al profesorado con experiencia que desea reorientar y mejorar las asignaturas y la titulación.

El eLearn Center apuesta por un modelo de investigación translacional basado en la evidencia y que ponga la UOC y su profesorado como referentes internacionales. Por ello, ha puesto en marcha dos convocatorias anuales internas (UOC) y externas (ámbito internacional) para atraer talento investigador y potenciar la investigación translacional en educación, basada en evidencias, y para potenciar la innovación disruptiva e impulsar proyectos que revolucionen el aprendizaje en línea (*e-learning*): [New Goals \(NG\)](#) y [Xtrem](#) del eLearn Center (eLC).

Ya en el marco de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, se asegura la reflexión continua y la mejora de la acción docente mediante mecanismos de coordinación como los grupos de trabajo (perspectiva de género, prácticas, trabajos finales y tutoría), orientados a abordar cuestiones relevantes vinculadas a las acciones de mejora de las titulaciones.

La dirección de los Estudios cuenta con el apoyo de 3 figuras que tienen por objeto garantizar la calidad de la actividad docente y de investigación en el marco de los Estudios y el desarrollo del plan estratégico de los Estudios.

La subdirección de docencia, referente del Vicerrectorado de Docencia y Aprendizaje, tiene la función de garantizar la calidad de la programación académica de los Estudios, es el referente del eLearn Center con relación al desarrollo del modelo educativo y a la promoción de la innovación docente, y es el representante académico de los Estudios en la Comisión de Programas de la UOC.

La subdirección de investigación e innovación, referente del Vicerrectorado de Planificación Estratégica e Investigación, tiene como principales funciones ejercer de referente de los Estudios en temas de investigación e innovación, así como colaborar en el impulso y organización de la investigación bajo el marco de la [política de investigación](#) de la institución.

Y la subdirección de programas emergentes, referente del Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, tiene como objetivo principal el impulso y la organización de la transferencia y la difusión del conocimiento (con la coordinación de la formación no oficial, a lo largo de la vida, principalmente) y el intercambio de conocimiento con instituciones y empresas, así como el fomento de la cultura emprendedora.

Una muestra de la importancia de las figuras académicas y de apoyo a los estudios en la institución es la evaluación del tramo de dirección que, bajo el diseño del programa Docencia (véase la [Evidencia 4.8 Manual Evaluación Actividad Académica](#)), tiene como objetivo evaluar el resultado y la idoneidad de las acciones destinadas a garantizar la calidad y la eficiencia, así como los procesos de continua mejora según las competencias directivas vinculadas con la cultura organizativa de la UOC (véase [Evidencia 4.9 Diccionario Competencias](#)).

Asimismo, el profesorado está suscrito al espacio *Práctica docente*, un foro en el que se puede encontrar información y recursos, la oferta de talleres general de la UOC y del eLearn Center, y discusiones sobre aspectos concretos de la docencia. Además, en el espacio de comunicación interna IntraUOC, el profesorado dispone de la información, los recursos y las guías que permiten que desarrolle su actividad docente (véase el [Kit del profesor](#)) e investigadora (véase el [Kit for New Researchers](#)), y también cuenta con acompañamiento en el proceso de evaluación.

En cuanto a la formación —instrumento que forma parte de la política de desarrollo de las personas del equipo propio—, tiene el doble objetivo de mejorar las competencias y habilidades de todos los trabajadores, de manera individual y colectiva, y de difundir el conocimiento, de acuerdo con las estrategias generales de la institución. La política de formación (véase [Evidencia 4.7 Política Formación Profesorado UOC](#)) recoge cómo se concreta el plan anual de formación.

Anualmente se lleva a cabo el seguimiento de los objetivos y la evaluación de su cumplimiento a partir de la evaluación de 5 o 6 competencias vinculadas al rol académico. De esta evaluación resulta la identificación de acciones de mejora e identificación de necesidades formativas.

Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación ofrecen apoyo y oportunidades para mejorar la investigación del profesorado a través de las acciones que se contemplan en el Plan estratégico de investigación.

El [Plan estratégico de investigación \(evidencia 4.10\)](#) toma como punto de partida y de llegada la sociedad, con el objetivo de contribuir a la construcción de un futuro sostenible, crítico y responsable a partir de tres retos principales: (1) El compromiso efectivo con la investigación: la optimización y el desarrollo sostenible del tiempo dedicado a investigación del equipo de los Estudios; (2) La contribución a la sociedad para ser actor social: el fomento de la producción de conocimiento y de su visibilidad e impacto social, y (3) La calidad en la investigación: el incremento de la participación del equipo investigador en proyectos de investigación, innovación e impacto socialmente relevantes.

Estos tres retos se articulan a través de cuatro estrategias: (1) Diseñar e implementar herramientas de visibilidad y gestión de la producción y de la actividad de investigación de los Estudios que permitan desplegar una política de investigación sostenible; (2) Intensificar la visibilidad interna y externa de la actividad de I+i de los Estudios; (3) Incrementar la producción científica y la transferencia de calidad, abierta y con impacto social, y (4) Elaborar políticas de captación, acreditación, formación y colaboración.

Las principales acciones que contempla el Plan estratégico de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación son: (1) Plan de dedicación a la investigación: este plan tiene por objeto establecer y orientar la dedicación a la investigación del profesorado en función de su categoría profesional y acreditación; (2) Comisión de Investigación de los Estudios: la Comisión está formada por profesorado de los Estudios y coordinada por el subdirector de investigación. Su objetivo es implementar el plan estratégico de investigación, así como dinamizar la investigación de los Estudios; (3) Presupuesto para la investigación: los Estudios otorgan anualmente un presupuesto individual a cada investigador o investigadora con el fin de financiar congresos, correcciones de textos o posibilidades de publicación de sus trabajos en revistas en abierto; (4) Promoción y asesoramiento para la incorporación de doctorandos y doctorandas industriales, y (5) Seminario internacional de investigación: anualmente se organiza un seminario internacional de investigación en algunos de los ámbitos

transversales de los Estudios, principalmente metodológicos. A este seminario vienen invitados especialistas internacionales que durante 3 días asesoran a nuestro equipo de investigación y le ofrecen formación.

La UOC cuenta también con el sello de calidad Estrategia de Recursos Humanos para Investigadores ([HRS4R](#)). Se trata de una herramienta puesta en marcha por la Comisión Europea para apoyar a las universidades e instituciones de investigación y a las organizaciones que financian la investigación en la aplicación de la Carta europea del investigador y del Código de conducta para la contratación de investigadores e investigadoras. La institución cuenta, también, con diferentes iniciativas y departamentos que tienen por objeto ofrecer apoyo y oportunidades para mejorar la calidad de la [actividad de investigación y la transferencia](#) de nuestro profesorado.

Asimismo, cuenta con el [Área de Innovación e Investigación](#) (anteriormente, Oficina de Apoyo a la Investigación y la Transferencia), que ofrece información y asesoramiento sobre las oportunidades de financiación para llevar a cabo actividades de I+D y transferencia. Ofrece asesoramiento en relación con las diferentes convocatorias de ámbito privado, público, nacional e internacional; recursos para la elaboración de propuestas y presupuestos, y apoyo técnico al equipo investigador en la elaboración de proyectos de internacionalización de grupos de investigación.

Asimismo, dispone de los servicios de la [Biblioteca](#), que tienen más de 164 bases de datos, 80.000 revistas electrónicas y 156.000 libros electrónicos. Entre otras acciones formativas y de asesoramiento de la Biblioteca destacan: *Search for academic information*, *Create your alerts system*, *Managing bibliography*, *Identifying journals for publishing*, *How to open your research* y *Digital identity management*.

Profesorado colaborador

El colectivo que forma el conjunto de profesorado colaborador es muy diverso. La política de personal académico de la universidad vela por mejorar la vinculación y el sentimiento de pertenencia del profesorado colaborador, teniendo en cuenta la diversidad de perfiles y expectativas.

La [acogida y la formación inicial](#) para los nuevos profesores colaboradores se realiza una vez concluida la selección. Esta formación, de un mes de duración aproximadamente, tiene los siguientes objetivos:

- Tener una amplia visión del Campus como entorno virtual en que se localiza la docencia, así como la información y la gestión de la institución.
- Conocer, probar, analizar y valorar el funcionamiento del Campus en general y del aula virtual en particular.
- Conocer el Campus Virtual desde una doble perspectiva: como usuarios y como responsables de un aula virtual.

Esta formación se complementa con la que le proporciona el PRA con respecto al funcionamiento concreto de la asignatura en la que se integra el profesorado colaborador.

Cabe destacar que en el curso 2019-2020 se ha iniciado una acción formativa (“*Endinsa’t*”) cuya finalidad es posibilitar que el personal docente colaborador que se incorpora a la universidad adquiera una visión global y completa de la dinámica docente de un semestre incidiendo en todos los aspectos de carácter fundamental que garantizan una docencia en línea de calidad.

El profesorado colaborador cuenta con espacios de apoyo destinados a proporcionar información, herramientas y recursos para el desarrollo de la actividad docente. El espacio [Apoyo docente](#) recoge indicaciones en cuanto a la preparación de las aulas y el modelo de evaluación, herramientas de interacción con los estudiantes, y acciones de formación inicial y continua sobre todos los aspectos que le son necesarios y útiles para desarrollar la docencia. Desde este espacio se facilita, además, información general para los nuevos profesores colaboradores y se permite el acceso y la continua actualización de su espacio curricular.

Por otro lado, los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación en el marco de cada una de las titulaciones realiza encuentros con el equipo de profesores colaboradores y tutores donde se dan a conocer novedades del año y se trabajan aspectos de calidad de la acción docente, innovación y buenas prácticas como se ha detallado en el apartado 1.4.

Además, a lo largo del semestre, el profesorado responsable de la asignatura coordina, forma y asesora a los profesores colaboradores adscritos en la asignatura de la cual es responsable y promueve entre ellos la innovación y la mejora docente.

En el caso de las asignaturas de trabajo final de máster, se han realizado reuniones individuales, presenciales —antes de la COVID-19, o distancia o llamadas telefónicas— con los profesores colaboradores para profundizar en el uso de las rúbricas y en los aspectos metodológicos.

En la última encuesta a los docentes colaboradores disponible (véase [Evidencia 3.1 Encuesta Profesorado colaborador ECIC 20192](#)), presentada en octubre de 2020, se valora muy positivamente (4,29 puntos sobre 5) los criterios, las herramientas y los recursos facilitados por los Estudios para desarrollar la labor docente, así como la coordinación con los profesores responsables de asignatura (4,59 puntos sobre 5).

Las opiniones expresadas por los profesores colaboradores confirman la percepción de buena coordinación, y se muestran satisfechos tanto con la coordinación entre los profesores colaboradores de las diferentes asignaturas (media de 4,51 sobre 5) como con la de los profesores responsables de las asignaturas (media de 4,59 sobre 5).

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

La universidad ofrece oportunidades de formación y mecanismos de seguimiento que aseguran la actualización constante de sus equipos docentes. En ese sentido, además de formaciones de carácter institucional —como por ejemplo la formación ofrecida al profesorado novel o el sistema de apoyo docente— valoramos muy especialmente la coordinación entre el profesor responsable y el equipo de profesores colaboradores, como marco de transferencia del modelo educativo de la universidad y la mejora continuada de las asignaturas.

Grado de logro del estándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

En relación a este estándar, destacamos:

- La adecuación del profesorado en términos de formación, experiencia y acreditación. Especialmente el alto nivel de pericia del profesorado permanente de los Estudios, todos Doctores con alto porcentaje de acreditados
- El adecuado número de doctores en ambas titulaciones, principalmente en aquellas asignaturas más estrechamente vinculadas a la investigación, como puede ser el Trabajo Final de Máster.
- La experiencia profesional y en docencia online del profesorado colaborador.
- En términos generales, los buenos niveles de satisfacción de los estudiantes con la acción docente.
- Los mecanismos y sistemas de formación inicial y continuada que ofrece la universidad, tanto al profesorado propio como al profesorado colaborador.

Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje

MU Periodismo y Comunicación Digital MU Social Media: Gestión y Estrategia	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje		X		
5.1. Los servicios de orientación académica soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y los de orientación profesional facilitan la incorporación al mercado laboral.		X		
5.2. Los recursos materiales disponibles son adecuados al número de estudiantes y a las características de la titulación.		X		

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

Los dos pilares de la orientación académica del estudiante son la acción tutorial, que de forma individualizada acompaña al estudiante durante el desarrollo de la titulación, y el *Servicio de atención*, que da respuesta a posibles consultas y quejas fuera del ámbito de la actuación directa de los tutores. El acceso a estos servicios toma especialmente en consideración la diversidad funcional de las personas.

La acción tutorial

El Plan de acción tutorial (véase [Evidencia 5.1 Plan de tutoría](#)) es el conjunto de acciones sistemáticas y coordinadas que tienen por objeto guiar, supervisar y acompañar al estudiante a lo largo de los estudios con el objeto de contribuir al éxito académico y la formación integral del futuro profesional. El Plan identifica los momentos clave del semestre y las acciones que los tutores tienen que llevar a cabo en los diferentes momentos: preinicio e inicio de semestre, desarrollo y final de semestre. Cada titulación planifica sus propias estrategias de orientación y tutorización de los estudiantes, teniendo en cuenta sus necesidades, perfiles y evolución. Este plan de tutoría, adaptado a cada uno de los estudios según el perfil del estudiante, está sometido a un constante proceso de revisión y mejora por parte de los docentes. Por otro lado, los directores de programa lideran y coordinan la tarea de los tutores de sus programas. Así pues, además de la comunicación por correo electrónico, mantienen un grupo de trabajo con todos los tutores de la titulación, en el que se coordina el día a día de la titulación, se comunican los criterios académicos y las recomendaciones de matrícula que establece la dirección de programa y se les apoya en su tarea.

La dirección de programa y los servicios de orientación académica hacen una selección cuidadosa de los tutores nuevos y dedican especial atención a su formación inicial para asegurar un buen conocimiento de la titulación y la prestación de una atención personalizada y de calidad a los estudiantes. Asimismo, se lleva a cabo formación de reciclaje para los tutores con largo recorrido y se actualiza la información que se ha de facilitar a los estudiantes en los diferentes momentos: acogida, solicitud de reconocimiento académico o profesional y seguimiento académico (véase [Evidencia 5.2 Bones pràctiques tutoria](#)). También se desarrollan actividades en el entorno virtual para poner en práctica y mejorar la interacción tutor-estudiante.

En las titulaciones sujetas a evaluación, el **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital** y el máster universitario de **Social Media: Gestión y Estrategia**, el equipo de tutoría está compuesto por 2 tutoras y 1 tutor en el primer caso y 3 tutoras en el segundo. Este equipo trabaja de manera coordinada y en comunicación constante con su respectiva dirección de programa para trasladar los criterios académicos y las recomendaciones de matrícula. La acción tutorial tiene un papel muy importante en la orientación del estudiante para la elección de las asignaturas de las que puede

matricularse semestralmente en función de su posibilidad de dedicación y en la elección de optativas. Así mismo, informan de calendarios y procesos para la selección de prácticas y temáticas para el trabajo final y contribuyen también, en coordinación con el equipo docente, a evitar el abandono gracias al seguimiento personalizado de la entrega de las actividades de evaluación continua.

Actualmente, desde la dirección de ambos programas se convocan sendas reuniones anuales con el equipo de tutoría y profesores colaboradores donde se hace un balance del curso académico (analizando los indicadores de perfil de estudiante, rendimiento, satisfacción, etc.), se explican los cambios y las mejoras implementados, y se trabajan temas concretos en más detalle (sinergias entre asignaturas, recomendaciones y acciones de apoyo que pueden llevar a cabo los tutores, etc.) como se ha mencionado en el estándar 1.4.

En el caso del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital**, el estudiantado valora positivamente esta figura que lo acompaña durante todo su proceso de aprendizaje 72,7 % (3,95 puntos de media sobre 5) y destaca la rapidez 77,3 % y la claridad en sus respuestas 76,9 % (4,11 y 4,14 puntos de media, respectivamente), así como el asesoramiento en la matrícula (71,6 % - 3,94 puntos de media) (véase [Evidencia 1.15 Encuesta Final curso MU Periodismo 20192](#)). A su vez los graduados valoraron con un 83,3 % de satisfacción la tutorización recibida (véase [Evidencia 5.3 Graduados MU Periodisme 20192](#))

A su vez, en el **máster de Social Media: Gestión y Estrategia**, en el curso 2019-2020 la satisfacción con la labor del tutor bajó hasta un modesto 52,5 % (véase [Evidencia 1.16 Encuesta Final curso MU Social Media 20192](#)) e incluso se redujo al 50 % en el caso en la valoración que hacen los graduados de la función tutorial (véase [Evidencia 5.4 Graduados MU Social Media 20192](#)). El cambio al entorno multilingüe y ajustes en el equipo que desarrolla la acción tutorial del máster llevaron en algunos casos a reasignar a los estudiantes a una tutora diferente lo que pudo contribuir a este descenso en la satisfacción. Aunque la valoración con respecto a la rapidez (68,9 % y 3,93 sobre 5) y a la claridad (62,3 % y 3,8 sobre 5) de las respuestas aportadas por los tutores es superior (véase [Evidencia 1.16 Encuesta Final curso MU Social Media 20192](#)), es evidente que deberemos llevar a cabo acciones de mejora específicas para incrementar la satisfacción con la función tutorial. Conocer más a fondo las necesidades y expectativas de los alumnos con respecto a la acción tutorial, dar mayor visibilidad a las tutoras para que sean reconocidas por el alumnado y compartir criterios de servicio de manera transparente son algunas de las iniciativas que se proponen para contribuir a mejorar la guía de actuación (véase [Evidencia 5.5 Protocolo tutoría MU Social Media](#)) y la satisfacción de los estudiantes.

Servicio de Atención

El [Servicio de Atención](#) se orienta a satisfacer las necesidades de los estudiantes por medio de la personalización y la disponibilidad del servicio mediante diferentes canales (el servicio de atención de consultas del Campus Virtual, [Twitter de atención](#), el servicio

de atención de quejas y el servicio de atención en el portal de la universidad). El proceso *PS04_Gestionar consultas, alegaciones, quejas y reclamaciones* dispone de indicadores para el seguimiento y la mejora del Servicio, y a continuación se muestran los resultados de los cuatro últimos cursos para el conjunto de titulaciones:

Descripción del indicador	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
% Consultas respondidas en un plazo máximo de 48 h	86,54 %	78,93 %	86,24 %	86,79 %
Nº de consultas por estudiante	3,2	3,1	3	3,1
Nivel de satisfacción en respuesta a consultas	82,33 %	69,00 %	78,67 %	77,67 %
Nº de quejas por estudiante (x idp)	0,05	0,05	0,02	0,02
Nivel de satisfacción en respuesta a quejas	57,67 %	56,33 %	38,67 %	43,33 %
Nº de alegaciones	1.017	1.383	1.445	1.366

Además, el estudiante dispone de la [Guía del estudiante](#) con toda la información relativa a la UOC, la metodología propia de la UOC y el proceso de aprendizaje.

Atención a la diversidad funcional

Para hacer avanzar el compromiso con la garantía de la accesibilidad, la UOC ha creado el programa de accesibilidad para el fomento, la coordinación y la puesta en marcha de los principios y los planes de actuación acordados por el Comité de Dirección Ejecutivo en este ámbito, que en la actualidad se concreta en los [servicios de adaptación](#).

[El catálogo de servicios](#) que ofrece la universidad a los estudiantes con discapacidad se concreta en el servicio de acogida y seguimiento de los estudiantes desde el momento de la matrícula, la adaptación de los materiales didácticos a las características personales de los estudiantes, la accesibilidad de la plataforma de aprendizaje, la adaptación de las pruebas finales de evaluación, etc.

En el último informe de [Unidiscat](#) publicado correspondiente al curso 2017-2018, puede verse el número de estudiantes de nuevo acceso con discapacidad matriculados en ese mismo curso. La UOC es la universidad catalana con mayor número de estudiantes con discapacidad (346, el 50 % del total), seguida por la Universidad de Barcelona (140) y, en tercer lugar, por la Universitat Autònoma de Barcelona (76).

Para orientar profesionalmente a los estudiantes, la actividad de tutoría se refuerza con un conjunto de servicios.

Orientación profesional

Como se ha indicado, el perfil del estudiante de la UOC requiere un conjunto de servicios específicos orientados principalmente a la mejora y desarrollo profesional y al emprendimiento. A partir del curso 2009-2010, la UOC analizó las necesidades de orientación profesional de los estudiantes y graduados e inició el programa UOC [Alumni](#)

(comunidad de graduados de la UOC). Esta propuesta de programa fue revisada durante el curso 2015-2016 con la incorporación de nuevos servicios y la mejora de los existentes para dar respuesta a las necesidades cambiantes de nuestra sociedad y, asimismo, con la incorporación de los nuevos resultados del análisis de necesidades de la [última encuesta](#).

Desde UOC Alumni se llevan a cabo anualmente diversas actividades en forma de jornadas, talleres y seminarios, junto a otros servicios que ayudan al estudiante a identificar las propias competencias, conocer la situación del mercado en un sector específico y utilizar las herramientas adecuadas para la elaboración y promoción del currículum, que se ofrecen mediante la figura del tutor y se fundamentan en un conjunto de servicios.

En la actualidad, la propuesta de servicios de Alumni se estructura en actualización, *networking* (contactos profesionales en red), emprendimiento y carrera profesional.

- a) Los [servicios de actualización](#) permiten el acceso a contenidos actualizados en distintos formatos, desde el acceso a los materiales de las asignaturas cursadas totalmente actualizados hasta el acceso a contenidos sectoriales especialmente seleccionados, seminarios en línea (*webinars*) sobre competencias profesionales, etc.
- b) Los [servicios de trabajo en red \(*networking*\)](#) o el establecimiento de contactos profesionales en red permiten establecer contacto con otros graduados y profesionales para compartir experiencias; incluyen mesas redondas, talleres (*workshops*), etc. Actualmente integran la red Alumni más de 71.500 graduados, en más de 100 países.
- c) Los [servicios de apoyo al emprendimiento](#) incluyen un conjunto de recursos de asesoramiento y apoyo para emprender un nuevo proyecto, como por ejemplo el servicio [HUBBIK](#), que también prevé líneas de financiación.
- d) Por último, los [servicios de carrera profesional](#) incorporan recursos orientados a favorecer la inserción y el desarrollo profesional de nuestros graduados con recursos como la actualización del perfil, la planificación de la búsqueda de empleo o la identificación de las habilidades y competencias propias que den respuesta a la demanda laboral. Estos servicios básicos se complementan con los nuevos Servicios Premium, dirigidos a los estudiantes que participan activamente en la red UOC Alumni, que incluyen el asesoramiento o *coaching* para definir los retos propios y las estrategias de posicionamiento y comunicación para alcanzar los objetivos profesionales, o para identificar competencias que hay que mejorar o desarrollar ante los retos que nuestros graduados se proponen.

Para reforzar los servicios de orientación y carrera profesional, en febrero de 2019 se ha creado un **nuevo vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad**, que se ocupa de dirigir y liderar la estrategia de aproximación y de relación con el mundo económico e industrial y de proyectar la transferencia y la emprendeduría mediante una relación activa con los diferentes grupos de interés. Este nuevo vicerrectorado aglutina entre otros, los servicios de carrera y bolsa de trabajo que hasta ahora se llevaban a

cabo desde UOC Alumni, con el objetivo de reunir y proporcionar servicios al conjunto de graduados de la Universidad, a fin de reforzar su acompañamiento en el aprovechamiento profesional de los conocimientos y habilidades adquiridas en la formación y contribuir a la mejora de su carrera.

Así por ejemplo, desde la nueva Área de Empleabilidad y Servicios de Carrera se ha organizado la [1ª edición de la Feria Virtual de Empleo](#) los días 16 y 17 de noviembre de 2020, en la que las empresas disponían de un stand virtual para la captación de talento a través de un espacio con posibilidades de entrevistas rápidas a los candidatos, publicando sus ofertas y accediendo a los CV de los candidatos interesados, y donde los estudiantes y graduados pudieron inscribirse en las ofertas de su interés. La Feria Virtual contó con más de 7.000 participantes registrados, se publicaron 576 ofertas y se subieron a la plataforma más de 4.000 currículums vitae de interesados.

El programa se completó con una serie de actividades en las que la UOC, empresas y ponentes compartieron su conocimiento sobre los principales retos del mercado de trabajo como la digitalización, los mecanismos de captación de talento o la mejora de la empleabilidad. En concreto desde los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación se organizaron 8 ponencias, de temas muy diversos como la inteligencia artificial y la creatividad; la marca personal en el entorno online y offline o la transformación en el sector del marketing y la comunicación, entre otros.

Junto a estas actividades se han organizado otras a propuesta de los Estudios y en colaboración con Alumni. Así, por ejemplo, se organizó el 8 de octubre de 2020 el webinar sectorial "[Trabajar en comunicación en tiempos de Covid](#)" impartido por Susana Lluna, experta en estrategia digital. En él se abordaron las dificultades y la necesidad de adaptación a las nuevas necesidades marcadas por el contexto de pandemia.

Por otra parte, y con el objetivo de mejorar la percepción de los estudiantes respecto al Servicio de Orientación Profesional, desde los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación se está trabajando en un material didáctico enfocado a la orientación profesional de nuestros estudiantes. Se trata de un Toolkit transversal para todos los programas, que se ubicará fundamentalmente en la aulas de Tutoría y de las asignaturas de Prácticas, ya que recoge una serie de recursos, herramientas y fuentes de información que pueden ayudar a los estudiantes a trabajar en su proceso de inserción o resituación en el mercado laboral: estudios y directorios de asociaciones y colegios profesionales, materiales para mejorar habilidades y competencias, detección de oportunidades para el emprendimiento, redes de *networking*, bases de datos de organismos y empresas para prácticas, ayudas, becas y subvenciones para la formación continuada, orientación para la movilidad exterior, etc.

Estas acciones, junto a las realizadas desde el vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, ponen de manifiesto la relevancia de este aspecto que se continuará desarrollando en acciones de mejora continua.

En el caso del **máster de Periodismo y Comunicación Digital** para reforzar la orientación profesional se organiza desde el programa una vez por semestre talleres a los estudiantes con el *teaching fellowship* del proyecto Google News Lab España y Portugal, en los últimos cursos académicos se han llevado a cabo las siguientes jornadas formativas y facilitadoras de su futuro desarrollo profesional:

- Taller Google News Lab, impartido por Pablo Sanguinetti: [La verificación en tiempos de desinformación: taller de herramientas para el fact-checking](#) (streaming 21/05/2020) Esta sesión se abrió con motivo de la pandemia a la ciudadanía y se organizó conjuntamente con el máster de Social Media.
- Taller Google News Lab, impartido por Pablo Sanguinetti: [Empezamos con periodismo de datos](#) (21/11/2019).
- Taller Google News Lab, impartido por Michaela Cancellà: [Periodismo Visual](#) (10/04/2019).
- Taller Google News Lab, impartido por Michaela Cancellà: [Las herramientas de Google para periodistas](#) (04/12/2018).

En la actualidad, se están planificando los talleres del curso 2020-21 con Paula Montanà, la nueva periodista que ha ganado la plaza de Google News Initiative. El siguiente será el 28 de abril de 2021 y se centrará en la [Inteligencia Artificial en periodismo](#).

Queremos destacar también el trabajo realizado estos últimos años centrado en el ámbito del Mobile Journalism o su abreviatura MoJo. Desde los Estudios CIC y especialmente desde el programa MU en Periodismo y Comunicación Digital se ha organizado y celebrado las jornadas MoJo, centradas en la integración del móvil en el periodismo, la innovación en periodismo, nuevas tendencias, etc. de la mano de reconocidos profesionales en activo. Estas jornadas de periodismo móvil tuvieron su semilla en una jornada organizada por los ECIC y Alumni UOC el 20 de enero del 2016, en concreto el formato [#UOCmeet: Innovació + Periodisme](#) que contó con Jordi Colom, Ana Bernal, Patrick Ubano, Karma Peiró, entre otros periodistas.

Las siguientes ediciones disponibles en el Canal Youtube fueron:

- MoJoBCN, 24 de mayo de 2017, sesión inaugural con Carmela Ríos, 2 mesas redondas, un foro de investigadores y cierre con experiencias MoJo. 104 inscritos. La [I edición de 2017 Crónica de la jornada](#).
- [II Jornada de Periodismo Móvil. 2018](#), 8 de junio, con motivo del 70 aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, se dedicó una mesa a las coberturas móviles sobre manifestaciones relacionadas con derechos fundamentales. Contamos con Leonor Suárez y 3 mesas redondas. 136 inscritos.

- En 2019 contábamos con un convenio con la Agencia de Noticias EFE y la [III edición del evento](#) presencial se realizó desde Madrid. [Vídeo de la jornada. MoJoMAD 17 de octubre de 2019](#). Primero de los eventos organizados conjuntamente con la Agencia EFE y contamos con Ana Pastor, mesa redonda, entrevista y visita al museo EFE. 95 inscritos.
- [IV edición Jornada de Periodismo Móvil MoJoBCN UOC-EFE](#) del 2 al 5 de noviembre del 2020 online, por las tardes, centrado en innovación y también COVID-19, con Xavier Aldekoa en la ponencia inaugural, una mesa redonda diaria y el día 5 la entrega de premios internacionales.

Otras actividades de este ámbito realizadas durante el período evaluado y presentes en YouTube son:

- [Ponencia inaugural: "Corresponsalía y el móvil. Una experiencia desde África](#)
- [Informar en tiempos de COVID](#)
- [Móvil y deportes](#)
- [La realidad aumentada llega a los platós](#)

Y mención aparte merecen los [Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC - Agencia EFE](#) (se pueden consultar los [premiados](#)). Los eventos MoJo UOC, y en las dos últimas ediciones con la mano de EFE, han tenido un impacto y repercusión mediática importante que nos han permitido generar una marca UOC *Mobile Journalism* e innovación. Además, hemos podido contar con profesionales de gran nivel, con casos y ejemplos de interés para profesionales y estudiantado, y los contenidos se utilizan en las asignaturas del máster. Por otro lado, el convenio establecido con EFE ha permitido crear el Premio Internacional, el primero de estas características en España. En el momento de redactar este informe ya se ha empezado a planificar la edición del 2021.

Otras actividades con participación del profesorado del Máster de Periodismo y Comunicación Digital se pueden destacar en la [agenda del portal de los ECIC](#).

A su vez, el **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia** ha organizado también múltiples actividades específicamente orientadas a poner en contacto a su alumnado con las mejores prácticas y con las nuevas tendencias de este sector. A continuación se recopila una selección de las mismas celebradas en los dos últimos años:

- Charla de la serie *Píldoras Social Media* sobre "[La relación de medios y redes sociales más allá de Facebook](#)", a cargo de la directora del máster Sílvia Martínez, impartido por David Varona (Madrid, 27/02/19).
- [Evento Facebook "Intel·ligència col·lectiva en social media en campanya electoral"](#), a cargo de la directora del máster Silvia Martínez, impartido por Eva Moya (Facebook, 09/04/2019)

- [Taller para “Informar sobre Violència Masclista”](#), a cargo de la directora del máster Silvia Martínez, impartido por Isabel Muntané y organizado conjuntamente con el ICD y el CAC (Barcelona, 11/04/19).
- [Jornada “Experiències de transició: Oportunitats i reptes dels social media en l'àmbit del disseny”](#), a cargo de las profesoras Silvia Martínez, Gemma San Cornelio y Sandra Martorell en el marco de la Barcelona Design Week, impartido por diversos profesionales con presencia destacada en redes sociales (Barcelona, 18/06/2019).
- [Jornada “Rompiendo estereotipos gracias a YouTube: una tarde con Haifa Beseisso”](#), a cargo de la profesora Sandra Martorell (Barcelona, 03/07/2019).
- Webinar “Social media y personal branding: ¿Cómo aprovechar las redes sociales para proyectar nuestra imagen profesional?” Impartido por Silvia Martínez Martínez (2 de octubre de 2019)
- [II Jornada “Tendències en Societat Digital”](#), a cargo del profesor Pablo Lara, con la participación de influencers y profesionales del sector (Barcelona 04/12/2019).
- Webinar: “Fake news: cómo se construye la desinformación y cómo podemos combatirla” impartido por Silvia Martínez Martínez (virtual, 13/02/ 2020)
- [Webinar “Los social media como fuente de recursos para la docencia”](#), impartido por Silvia Martínez Martínez dentro del ciclo “Docencia no presencial de emergencia” (virtual, 18/05/2020)
- Taller Google News Lab, impartido por Pablo Sanguinetti en *streaming* [“La verificación en tiempos de desinformación: taller de herramientas para el fact-checking”](#), organizado conjuntamente con el Máster de Periodismo y Comunicación digital (virtual, 21/05/2020).
- [Taller de formación de perspectiva de género para el profesorado](#) a cargo de la directora del máster Sílvia Martínez, coordinadora del grupo de trabajo interno sobre perspectiva de género de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, impartido por la periodista Arantza Diez (virtual, 11/06/2020)
- [Taller de formación de perspectiva de género para el alumnado](#) a cargo de la directora del máster Sílvia Martínez, impartido por la periodista Arantza Diez (virtual, 18/06/2020).
- Webinar [“Personal branding en els social media: com millorar la nostra comunicació i projecció professional”](#), a cargo del profesor Àlex López (virtual, 20/11/2020).

- Webinar “Personal branding en social media: cómo mejorar nuestra comunicación y proyección profesional”, a cargo del director en funciones del máster Ferran Lalueza (virtual, 26/11/2020).
- [III Jornada “Tendències en Societat Digital”](#), moderado por el profesor Pablo Lara y organizado conjuntamente con Cefje (virtual, 02/12/2020).

Otras de las actividades más destacadas en el ámbito del social media y que se encuentran disponibles en YouTube son las siguientes:

- [Estrategia en social media: preguntas y respuestas para encontrar el equilibrio.](#)
- [Los nativos digitales no existen. Los gurús del social media, tampoco.](#)
- [#BrandFormance: la comunicación, hoy.](#)
- [Deconstruyendo la realidad. Impacto de las Fake News y la posverdad](#)
- [Los social media como fuente de recursos para la docencia](#)
- [Experiencias de transición: Oportunidades y retos de los social media en el ámbito del diseño](#)

La aproximación al sector profesional se ha conseguido también con la realización de otro tipo de actividades como por ejemplo las visitas organizadas en [2018](#) y [2019](#) a la agencia BeAgency, entidad colaboradora en el Máster de Social Media. También con convenios de colaboración específicos, como el que se estableció con la actualmente extinta Asociación Española de Responsables de Comunidad y profesionales de Social Media (AERCO), o con las diversas entidades con las que se realizan las prácticas curriculares (en cualquiera de sus modalidades, presenciales o virtuales).

Con estas y otras acciones, en el **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia** se ha registrado un incremento de la satisfacción respecto a los servicios de orientación profesional que ha pasado del 44 % (curso 2018-2019) al 50 % (curso 2019-2020). Con todo, este aspecto se sitúa aún por debajo del 65 % establecido como objetivo, de modo que será necesario perseverar en la línea iniciada. La creación en la UOC del vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad antes mencionado puede contribuir poderosamente a los avances en este campo. Y también la inminente elaboración de un *toolkit* ideado para aportar al alumnado recursos que le aporten valor en términos de orientación profesional.

Cabe destacar que, en el ámbito de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación, con el objetivo de acercar el mundo profesional a los estudiantes, y también hacer difusión vinculada a los distintos programas de grado y máster, durante el curso 2019- 2020 se organizaron (en formato presencial durante el primer trimestre y 100 % virtuales a partir de la COVID-19) las siguientes actividades dirigidas especialmente a los estudiantes. Destacamos las siguientes:

- [“Familiarizados”, Premi Brava a la Publicitat Valenta](#) - 8 octubre 2019 Barcelona
- [III Jornada de Periodismo Móvil - MoJoMAD](#) - 17 octubre 2019 Madrid

- [II Jornada Ciclo de Tendencias en la Sociedad Digital: Influencers como nuevos mediadores de la información y el conocimiento](#) - 4 diciembre 2019 Barcelona
- [Mesa redonda: “La Transparència en Comunicació Corporativa”](#) - 17 diciembre 2019 Barcelona
- [De què parlem quan parlem de publicitat, avui?](#) - 26 febrero 2020 Barcelona
- [¿Cómo informar y entretener durante la #covid19?](#) - 28 mayo 2020 virtual
- [Comunicación y violencia machista - Taller de aplicación práctica](#) - 11 junio 2020 virtual
- [Los festivales de cine tras la crisis sanitaria: reflexiones y propuestas de futuro](#) - 17 junio 2020 virtual
- [Acto de entrega de los premios a los Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario](#) - 16 diciembre 2020 virtual

A raíz de la pandemia, la UOC organizó seminarios de emergencia online y abiertos para compartir conocimiento de las temáticas de especialización. En los ECIC se impartieron:

- *Los social media como fuente de recursos para la docencia*, a cargo de Silvia Martínez, Directora del Máster de Social Media: Gestión y Estrategia.
- *Cómo presentar una actividad, escrita o audiovisual, en línea*, a cargo de Candela Ollé, Directora del Máster de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.
- *Propuestas creativas para inspirar nuevas dinámicas en las aulas virtuales*, a cargo de Silvia Sivera, Directora del Máster de Estrategia y Creatividad Publicitaria.

Además, en el curso 2017-2018 los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación organizan por primera vez los Premios a los Mejores Trabajos Finales, en la segunda edición (2018-2019) ya participan los **másteres de Periodismo y de Social Media**, con un premiado en cada caso ([edición 2018](#)). En la edición de 2019 ya se otorgan tres galardones en cada uno de los dos másteres ([edición 2019](#) y [noticia Premios TF ECIC 2019](#)). La entrega de premios de la edición 2020 tuvo lugar el 16 de diciembre de ese año ([edición 2020](#)). Estos galardones han recaído no sólo en trabajos de investigación (que en algunos casos se centran en analizar prácticas reales en el sector del periodismo digital o el social media) sino también proyectos profesionales o propuesta de innovación con aplicación. Es el caso, por ejemplo, del segundo premio al mejor TFM del Máster de Social Media que presentaba un [plan social media en el ámbito del eHealth](#) o el proyecto conducente a un [reportaje digital sobre salud mental](#) que obtuvo el tercer premio en el caso del máster de Periodismo y Comunicación Digital, ambos realizados en el curso 2018/2019.

En el caso de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, la ocupabilidad ha sido un eje alrededor del cual se ha definido tanto el portafolio de los programas, como las características de las titulaciones. En este sentido cabe destacar la amplia red de colaboraciones que se mantienen desde los programas ECIC con agencias como las anteriormente mencionadas (EFE y BeAgency) y otras entidades y asociaciones como por ejemplo el Col·legi de Màrqueting i Comunicació de Catalunya,

la Asociación Española de Branding, el Colegio Oficial de Publicitarios y Relaciones Públicas de la Comunidad Valenciana, el Club de Creativos/as o de la UOC con la Unió de Periodistes de València, entre otros.

El *síndic de Greuges* (defensor universitario)

El [*síndic de Greuges*](#) es la figura nombrada por el Patronato de la Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya que tiene la misión de velar por los derechos y deberes de todos los miembros de la universidad, actuando con independencia y autonomía de todos los otros órganos e instancias de la institución (artículo 24 de las Normas de organización y funcionamiento).

En la [memoria del curso 2019-2020](#) pueden consultarse las cifras de su actividad, la tipología de quejas y la evolución de sus indicadores, así como las recomendaciones emitidas.

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

De este subestándar destacamos la diversidad y adecuación de los mecanismos de apoyo con los que cuenta el estudiantado, en especial la acción tutorial, que de forma individualizada acompaña al estudiante durante el desarrollo de la titulación, y el Servicio de atención, que da respuesta a posibles consultas y quejas fuera del ámbito de la actuación directa de los tutores.

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

La actividad universitaria de la UOC se desarrolla en el Campus Virtual, que se sustenta en una infraestructura tecnológica. La disponibilidad de los servicios se mide para garantizar su adecuación a 7 x 24, situándose siempre por encima del 99 % (2017 = 99,82 %; 2018 = 99,79 %; 2019 = 99,78 %). A continuación, se describen brevemente estos servicios:

El Campus Virtual

En el Campus Virtual el estudiante dispone de diferentes servicios, espacios y recursos para llevar a cabo la actividad en la universidad en red: acceso a las aulas, Secretaría (*Trámites*), Servicio de atención, *Preguntas y respuestas* (espacio autogestionado por los propios estudiantes), Biblioteca, boletines y noticias, servicio de carné, etc.

El [aula virtual](#) es el espacio del Campus donde tiene lugar la dinámica del proceso de enseñanza-aprendizaje de las asignaturas entre un grupo de estudiantes y los profesores colaboradores, permitiendo la interacción fluida tanto con el profesorado como entre los compañeros de estudio. Incluye todas las herramientas y recursos de

aprendizaje necesarios para llevar a cabo el seguimiento adecuado de la asignatura y superarla con éxito.

Con el objetivo de optimizar al máximo la experiencia formativa de los estudiantes, la UOC tiene una vocación firme de promover, implantar y mantener la evolución de las aulas virtuales, las herramientas docentes y, en general, los recursos de aprendizaje, mediante los siguientes elementos:

- la aplicación de una metodología de diseño centrado en el usuario (*user-centered design*, DCU), considerando principalmente los estudiantes;
- la elección de la mejor herramienta docente disponible, priorizando siempre el software libre y las herramientas web 2.0 disponibles en la red;
- el cumplimiento de los estándares del aprendizaje en línea (*e-learning*);
- la integración de herramientas en el Campus de la UOC que sean interoperables con otros entornos virtuales de aprendizaje.

En la web <http://aula.blogs.uoc.edu/> se puede consultar el conjunto de herramientas y servicios disponibles en el Campus Virtual de la UOC para la configuración de las aulas virtuales.

Infraestructura tecnológica

El Área de Tecnología gestiona la infraestructura tecnológica para garantizar su disponibilidad las 24 horas del día y los 7 días de la semana mediante planes de mantenimiento preventivo, identificación de necesidades de provisión de recursos y definición de las capacidades necesarias para dar respuesta a incidencias.

El seguimiento tecnológico de la actividad clave de la universidad permite identificar nuevos requisitos, así como establecer procedimientos preventivos.

La universidad cuenta con un responsable de seguridad informática que pertenece al Área de Tecnología. El Plan director de sistemas de información recoge un proyecto denominado *Plan de seguridad tecnológica*, que tiene por objeto introducir la seguridad en todo el ciclo de vida de los servicios y proyectos de la universidad, implantando el Esquema Nacional de Seguridad y los estándares internacionales ISO-27001 e ISO-27002.

En cuanto al desarrollo de las aplicaciones y sistemas que apoyan la gestión interna y el desarrollo de la docencia, el Área de Tecnología recoge sistemáticamente las necesidades tecnológicas de la universidad.

Estas necesidades se concretan, en ocasiones, en anteproyectos para facilitar su análisis, y estos se priorizan y aprueban para dar respuesta a la estrategia mediante el Plan director de sistemas de información o *master plan*.

El Plan director se estructura en proyectos estratégicos; los actuales proyectos vigentes vinculados a la docencia de la UOC son los siguientes:

- Nuevo entorno de trabajo y mejora de la experiencia de usuario (UX).
- Nuevo entorno de aprendizaje y herramientas docentes.
- Nuevo sistema de gestión académica integral (GAUDI).

Por otra parte, antes de que un servicio esté disponible para los usuarios, sigue un proceso de control con el objetivo de garantizar que funcione adecuadamente, es decir, que sea estable y que tenga un buen rendimiento.

La UOC supervisa la disponibilidad del Campus Virtual y de todos sus sistemas y garantiza un porcentaje medio de servicio superior al 99 %. Este resultado (99 %) se ha mantenido en los últimos diez años. El nivel de satisfacción de los estudiantes con las infraestructuras tecnológicas se recoge anualmente. El resultado de satisfacción (con un baremo que va del 1 al 5) es bueno y se mantiene a lo largo de los años con valores entre el 3,5 y el 4,1 desde el curso 2008-2009.

Recursos de aprendizaje

Uno de los ejes fundamentales del modelo educativo son los recursos de aprendizaje específicos que se ponen a disposición de los estudiantes en el contexto de cada asignatura, así como el acceso a la [Biblioteca Virtual de la UOC](#).

El modelo virtual de la UOC permite crear bibliotecas de recursos y fuentes de información, de tipología variada, para todas las asignaturas que se ofrecen. El trabajo conjunto de profesores, asesores pedagógicos y bibliotecarios permite que cada asignatura proporcione a los estudiantes la selección de recursos de aprendizaje más adecuados para desarrollar con éxito cada una de las actividades que la forman, garantizando así el correcto seguimiento de la asignatura. Estas actividades, así como los recursos seleccionados para trabajarlas, han sido diseñadas para lograr las competencias a las que se orienta la asignatura, definidas en el programa.

Este modelo es exclusivo de los entornos virtuales y es pionero desde que lo puso en marcha la UOC. Los recursos de aprendizaje son muy variados: manuales de contenidos de la asignatura que la UOC elabora con expertos en la materia de reconocido prestigio profesional y académico, libros de editoriales ajenas a la UOC, artículos de revista y capítulos de libros, software, prácticas y pruebas de evaluación de semestres anteriores, acceso a fuentes de información de suscripción de la Biblioteca, etc.

Los recursos que se ofrecen al estudiante son de distinta tipología y formato. Así, puede haber recursos tanto de creación propia de la UOC, como de creación ajena disponibles en la red. Los formatos también son diversos: web, video, audio, PDF, herramientas TIC, etc.

Los manuales de contenidos que la propia UOC elabora por medio de encargos de autoría que los profesores hacen a expertos del mundo académico en las diferentes materias, se editan en un formato múltiple (PDF, EPUB, Mobipocket y formato accesible Daisy) para que sean los usuarios quienes elijan, según el momento y el espacio, el formato que se adecua más a sus necesidades, y todos pasan procesos de tratamiento didáctico, corrección o traducción y maquetación, así como procesos de revisión o actualización periódicos para evitar la obsolescencia de sus contenidos.

Paralelamente, y como fruto del trabajo conjunto entre el profesorado de los diferentes programas y la Biblioteca de la UOC, se incorporan progresivamente en algunas asignaturas de los diversos programas recursos de aprendizaje innovadores en formato audiovisual. En los dos másteres sujetos a evaluación, hay algunos de los mejores ejemplos de los Estudios de este ámbito, como en el caso de Comunicación digital y Sociedad (Véanse [Enlace recursos de aprendizaje 1](#) y [Enlace recursos de aprendizaje 2](#)), Análisis y Visualización de datos ([Enlace recursos de aprendizaje 3](#) y [Enlace recursos de aprendizaje 4](#)); y Modelos de Negocio y Emprendimiento en Comunicación Digital ([Enlace recursos de aprendizaje 5](#)) con las entrevistas a expertos. También destaca la tertulia sobre “¿Cómo gestionar las relaciones con influencers en el marco del social media plan?” (con el experto Lluís Trillo y las *influencers* Gina Tost y María José Cayuela moderados por la experta Cristina Aced), de la asignatura Social media strategy: diseño del plan ([Enlace recursos de aprendizaje 6](#)), y el *podcast* con formato de programa radiofónico sobre “Reputación online y monitorización”, de la asignatura Monitorización y reputación en línea ([Enlace recursos de aprendizaje 7](#)). Otros recursos innovadores pueden ser el Toolkit de Ciencia de datos en la asignatura de Periodismo de datos ([Enlace Toolkit de Ciencia de datos](#)) y el Social Media Toolkit (véase [Evidencia 5.6 Social Media Toolkit](#)), un recurso transversal al servicio de diversas asignaturas del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia; o la infografía que muestra una representación del ecosistema Social Media en la asignatura homónima ([Infografía](#)).

También se dispone de herramientas de vídeo dentro de las aulas. Como la herramienta Langblog para que los profesores colaboradores y los estudiantes se presenten mediante un vídeo de breve duración. Otro recurso es la herramienta VídeoPEC, para que los estudiantes puedan hacer una defensa en vídeo que complemente su ejercicio (visible para el profesorado). En el Máster de Periodismo se utiliza también el Microblog, una herramienta parecida a Twitter, tanto para el alumnado como para el profesorado.

En las aulas de TFM, la herramienta para compartir la defensa en formato vídeo es el Present@, que permite que el resto de estudiantes también puedan visualizarla. Las preguntas de la Comisión Evaluadora al estudiante, a partir del primer semestre del curso 2020-2021 se han realizado de forma síncrona con la herramienta de videoconferencia Blackboard Collaborate Ultra, disponible dentro del aula de TFM.

El inicio del proceso para cada asignatura pasa por elaborar un proyecto docente (PD) en el que se especifican las actividades que deberán realizar los estudiantes, las competencias y los resultados de aprendizaje, los recursos asociados a cada actividad y el tiempo aproximado de dedicación para cada recurso (véase [Evidencia 5.7 PD-](#)

[Metodologías de investigación - ECIC](#)), y se incluye una galería de ejemplos para el profesorado en eLCKit del eLearn Center).

Los recursos de aprendizaje se organizan en una estructura de agregador de contenidos, NIU, (véase [Evidencia 5.8 Presentación diseño Reto-Niu](#)) y pueden ser elaborados por autores bajo el encargo de la UOC o pueden consistir en recursos externos, como, por ejemplo, enlaces a capítulos y partes de libro (de acceso abierto o de pago, con la licencia CEDRO de la universidad); el acceso a bases de datos especializadas (*Communication & Mass Media Complete*; *Academic Video Online (AVON)*; *Guía de Medios*; *MarketLine Advantage*); software como SPSS o InVivo; normativas y estándares, enlaces web a organismos e instituciones, y el acceso directo a una selección de revistas electrónicas especializadas.

Cada recurso tiene asociadas unas orientaciones que informan al estudiante sobre su uso e incluyen una indicación del tiempo medio recomendado para su consulta o consumo.

El **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital**, como hemos mencionado anteriormente, se creó con el formato NIU descrito arriba. En el caso del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, las asignaturas se han ido también adaptando a dicho formato para seguir el modelo NIU.

La valoración media en el período evaluado de los recursos de aprendizaje del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital** es de 62,7 %. A pesar de la mejora de las valoraciones en diferentes asignaturas, como ya hemos comentado hay 3 asignaturas que bajan la media de satisfacción y en las acciones de mejora vamos trabajando para aumentarla con actualización de materiales, elaboración de manuales, etc. Hemos detectado que el alumnado tiene preferencia por los contenidos audiovisuales, y aunque el modelo NIU ya apuesta por este formato y el máster lo incorpora con creces, en algunos casos estamos preparando módulos textuales que tengan continuidad más allá de los retos individuales, ya que también ha sido una petición recogida.

Quizás el hecho de disponer de variedad de recursos que requieren la búsqueda de información en distintas fuentes, aunque al profesorado le parece una manera adecuada de trabajar ciertas competencias relacionadas con la resolución de problemas complejos o el análisis, puede redundar en una mayor percepción de sobrecarga por parte del estudiantado, y se revisará cómo mejorar esta cuestión.

En el caso del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, la satisfacción con los recursos de aprendizaje durante los tres primeros años de impartición se sitúa en el 66 %. Paradójicamente, uno de los factores que se ha detectado que perjudican los resultados de satisfacción es el hecho de brindar acceso a recursos externos. En un entorno tan cambiante como el de los social media, esta vía ayuda a garantizar una actualización permanente (es el caso, por ejemplo, de los tutoriales para crear campañas con Facebook Ads, que son los que emplean los

profesionales del sector), aunque se detecta que el alumnado tiene preferencia por los recursos generados ad hoc por la UOC.

El CEI ha señalado que el contenido que se genera como apoyo al aprendizaje (videos, infografías, webinars) son recursos más que adecuados para que el alumno pueda progresar con su aprendizaje en un entorno como el que ofrece la UOC, donde la virtualidad es el vehículo para acceder al conocimiento. Asimismo, se indica desde la Comisión que se trata de materiales actualizados, relevantes y multiformato, para atender a distintas aproximaciones al aprendizaje.

La Biblioteca de la UOC

La [Biblioteca](#) de la UOC constituye un centro de recursos y de servicios para el aprendizaje, la docencia y la investigación de la propia universidad. Forma parte de las bibliotecas del Consorcio de Bibliotecas Universitarias de Cataluña (CBUC) y de la Red de Bibliotecas Universitarias Españolas (REBIUN).

La web de la Biblioteca está orientado a los usuarios, con un servicio personalizado, de proximidad y con el compromiso de calidad y transparencia. Todos los servicios y recursos que proporciona la Biblioteca a su comunidad de usuarios están disponibles en línea mediante el web de la Biblioteca. Las colecciones que forman el fondo documental de la Biblioteca de la UOC están prioritariamente en soporte electrónico, y están en papel las que el mercado editorial solo nos ofrece como única opción posible.

Como centro de recursos de información de los ámbitos temáticos de la universidad, con especial incidencia en los temas del aprendizaje en línea y de la sociedad de la información y el conocimiento, la Biblioteca tiene como misión incrementar el nivel de calidad y de excelencia de los procesos de aprendizaje, docencia, investigación y formación continua. El acceso a los recursos se puede realizar mediante un buscador único por temas, por tipología de recursos y de forma personalizada. La personalización es una característica muy importante de la Biblioteca, y pueden consultarse las informaciones por perfiles sobre el acceso a los recursos y las informaciones y sobre la prestación de servicios.

Los elementos comunes que se tienen en cuenta a la hora de seleccionar los recursos que integran la colección son, por un lado, el alcance temático, la pertinencia y el tipo de contenido, el grado de especialización, el valor, la calidad, y la relevancia con respecto a las actividades de docencia y de investigación de la UOC, y, por otro lado, las solicitudes de desideratas que recibimos de los usuarios. En cuanto a los contenidos, se priorizan los recursos digitales que dan acceso al texto completo de revistas y libros por encima de las bases de datos y los catálogos bibliográficos o referenciales.

Para que puedan sacar el máximo provecho posible de los recursos y servicios disponibles y puedan ser autónomos, los estudiantes disponen de materiales audiovisuales que ayudan a buscar información de forma fácil y rápida. Se utiliza un vídeo para informar a los usuarios del funcionamiento de diferentes aspectos del

servicio, como, por ejemplo, cómo localizar un artículo o cómo encontrar un libro y pedirlo en [préstamo](#). Asimismo, existe el servicio [La Biblioteca responde](#), atendido por bibliotecarios expertos, que ofrece una respuesta a cualquier consulta de forma totalmente personalizada.

Además de los servicios generales (préstamo; servicio de obtención de documentos, SOD; *La Biblioteca responde*, etc.), la Biblioteca de la UOC dispone de un catálogo específico de servicios de apoyo a la docencia que tiene como misión clave el acompañamiento del equipo docente en la búsqueda y elección de los mejores recursos de aprendizaje de apoyo a la actividad de aprendizaje que los estudiantes llevan a cabo en las aulas de las asignaturas en las que están matriculados. Asimismo, también cuenta con un catálogo de servicios de apoyo a la investigación, orientado a apoyar al profesorado y a los y las investigadoras en cada una de las fases del proceso de una investigación, desde el momento en el que tienen que buscar información sobre el tema de investigación hasta la evaluación de los resultados de esta.

Más allá de los recursos realizados a medida o seleccionados a cada una de las asignaturas, ambas titulaciones evaluadas realizaron el 7 de septiembre del 2020 por primera vez una formación conjunta sobre la carta de servicios de la biblioteca. Fue impartida por el Departamento de la biblioteca y asistieron los directores de las titulaciones y todo el equipo de tutoría. El catálogo y fuentes de la biblioteca online es muy completo en las disciplinas de Comunicación: periodismo y social media, y consideramos que los tutores/as pueden ser el perfil idóneo para hacer llegar al alumnado información complementaria y aprovechar la disponibilidad de fuentes y recursos durante la realización del máster. Previamente se había trabajado la categorización del alumnado en tres clústeres, y se habían seleccionado algunas píldoras informativas audiovisuales indicadas para los clústeres mencionados, de gran utilidad a lo largo de la formación académica, pero sobre todo para la preparación de los retos y TFM. Desde el CEI se señala, a modo de ejemplo, el servicio que ofrece Biblioteca al elaborar la guía de recursos de gestión bibliográfica, para que el alumnado conozca al detalle cómo utilizar las herramientas que dispone en la Biblioteca así cómo debe citar las referencias bibliográficas consultadas en sus trabajos.

Sedes territoriales y puntos UOC

Estos servicios virtuales se complementan con otros de carácter presencial, que se desarrollan mediante una [red territorial](#) constituida por 14 sedes y más de 40 puntos UOC. Las sedes territoriales también organizan [actividades dirigidas a los estudiantes](#).

Respecto a estos centros de apoyo, debemos añadir que los programas sujetos a evaluación siempre han tenido un compromiso con esta red, manifestado especialmente en la realización de actividades presenciales pensadas especialmente para el alumnado y el profesorado, tal y como se ha expuesto en el apartado 5.1. Con todo, a partir de marzo de 2020, el contexto de pandemia forzó la virtualización de la mayor parte de los eventos previstos e incluso la cancelación de alguno de ellos.

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

Las infraestructuras docentes y de apoyo al aprendizaje se consideran adecuadas para motivar, facilitar y enriquecer el aprendizaje y la adquisición de competencias de los estudiantes. Los recursos de aprendizaje se presentan en múltiples formatos, fomentando la incorporación de formatos audiovisuales que complementan a los textuales.

Grado de logro del estándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

Destacamos como aspectos especialmente relevantes:

- La acción de los tutores y las tutoras de nuestras titulaciones en la acogida y seguimiento del estudiante.
- El plan de digitalización de recursos, la orientación a la mejora continua 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.
- El nuevo vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, que se ocupa de dirigir y liderar la estrategia de aproximación y de relación con el mundo profesional.

Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos

Máster en Periodismo y Comunicación Digital Máster en Social Media: Gestión y Estrategia	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos		X		
6.1. Los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación.		X		
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.		X		
6.3. Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación.		X		

Máster en Periodismo y Comunicación Digital Máster en Social Media: Gestión y Estrategia	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación.		X		

Las dos titulaciones objeto de este autoinforme cumplen con todos los subestándares que componen el estándar de calidad de los resultados del programa formativo. Para poder facilitar la descripción de este grado de consecución y ejemplificarla, se han seleccionado 3 asignaturas obligatorias de cada programa, que representan diversidad de competencias mediante diferentes metodologías, recursos y actividades de aprendizaje y evaluación. Además, y de acuerdo con el procedimiento establecido por la agencia evaluadora, a estas asignaturas se añaden en todos los casos el Trabajo final de máster (TFM).

Así, del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas** pueden verse las fichas correspondientes a las asignaturas de Análisis y visualización de datos, Periodismo móvil, Periodismo de investigación y Trabajo final de máster (véanse las [Evidencia 6.1 M1.552 ficha Periodismo de investigación](#); [Evidencia 6.2 M1.554 ficha Periodismo móvil](#); [Evidencia 6.3 M1.556 ficha Análisis y visualización de datos](#) y [Evidencia 6.4 M1.564 ficha TFM](#)).

En el caso del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, se aportan las fichas correspondientes a las asignaturas Monitorización y reputación en línea, Community management, Social media strategy: diseño del plan y Trabajo final de máster (véanse las [evidencias Evidencia 6.5 M1.651 ficha Monitorización](#); [Evidencia 6.6 M1.652 ficha Community Manager](#); [Evidencia 6.7 M1.655 ficha Social Media Strategy](#) y [Evidencia 6.8 M1.663 ficha TFM MU Social Media](#))

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

La metodología de los programas que se evalúan se fundamenta en el aprendizaje mediante la realización de pruebas de evaluación continua (PEC). Las PEC son actividades que los estudiantes realizan durante el semestre y que están diseñadas para que, mediante su ejecución, puedan demostrar que han adquirido las competencias atribuidas a las diferentes asignaturas y los resultados de aprendizaje esperados. Los resultados del aprendizaje en ambas titulaciones se corresponden con el nivel 3 que establece el Marco español de cualificaciones para la educación superior (MECES).

De acuerdo con la estrategia de los Estudios de Ciencias de la Información y Comunicación, durante los últimos cursos se ha continuado avanzando en la mejora del trabajo por competencias y en la concreción de estas en resultados de aprendizaje en el seno de las actividades formativas que se plantean a los estudiantes. La metodología de los programas de máster de los Estudios se basa en el aprendizaje significativo favorecido por los espacios virtuales del aula, las herramientas y recursos de aprendizaje citados en apartados anteriores y las actividades formativas de carácter aplicado.

Los resultados de aprendizaje están ligados a una perspectiva de carácter eminentemente práctico, basada en metodologías de trabajo innovadoras que permiten dotar al estudiante de un papel activo en su propio aprendizaje y que enriquecen su formación de manera muy aplicada al campo del periodismo, la comunicación y los social media, estimulando la reflexión autónoma y el debate entre futuros profesionales, con lo que se favorece la generación de conocimiento. En ese sentido, y tal como puede observarse en las evidencias aportadas de las asignaturas que se analizan en este apartado, la metodología sienta las bases en el pensamiento y la reflexión autónoma, procurando al mismo tiempo aportar las herramientas necesarias para poder abordar con éxito situaciones habituales y complejas que puedan producirse en el desarrollo de su actividad profesional (véase el apartado 6.2).

Los documentos que recogen la realización de las pruebas de evaluación continua por los estudiantes en las asignaturas seleccionadas (véanse las realizaciones de los estudiantes en las carpetas Ejecuciones del E6_MU Periodismo y E6_MU SM) son la mejor manera de ilustrar este punto. Así, las pruebas documentales aportadas muestran que la superación de una asignatura representa la acreditación de haber logrado unos resultados de aprendizaje exigibles de acuerdo con el papel que la asignatura tiene dentro del mapa de competencias de la titulación y con el nivel de máster del MECES, y la nota permite identificar el nivel alcanzado. Desde el CEI se apunta además con respecto a dichos resultados que el hecho de estar avalados y sustentados sobre la evaluación continua, comporta que el alumnado no tenga una única oportunidad de demostrar lo que sabe en un examen, sino que pueda demostrar todo aquello que ha aprendido actividad a actividad. De este modo, a través de la elaboración y superación de los retos los y las estudiantes asientan conocimientos competenciales que les sirven para su posterior desarrollo profesional.

A continuación se detallan los resultados de aprendizaje de cada una de las titulaciones, analizando datos de satisfacción y aspectos concretos de sus planes formativos.

Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital

Un primer punto a destacar es el elevado nivel de satisfacción global de los estudiantes de esta titulación que se sitúa en el 78,5 % según datos recogidos en el curso 2019-2020. De acuerdo al mismo informe, un 77,6 % de los estudiantes afirma estar satisfecho con los conocimientos y las habilidades adquiridas, mientras un 82,1 % valora que podrá

aplicarlos profesionalmente (véase [Evidencia 1.15 Encuesta Final curso MU Periodismo 20192](#))

También es destacable la elevada satisfacción global de los graduados, del 85,7 % durante el curso 2019-2020. Además los graduados valoran de forma especialmente positiva (100 %) la estructura del plan de estudios del máster, y afirman que la titulación les ha permitido mejorar sus capacidades profesionales (100 %) (véase [Evidencia 5.3 Graduados MU Periodismo 20192](#)).

Estos buenos resultados se pueden asociar a la estrecha vinculación que esta titulación mantiene con el mundo profesional del periodismo, a la actualidad y relevancia de sus contenidos y a la aplicación de metodologías docentes innovadoras basadas en retos profesionales. Con la finalidad de evidenciar estos aspectos, detallamos a continuación algunos de los puntos fuertes más destacados de las asignaturas incluidas como evidencia en este autoinforme.

Con la asignatura [Periodismo móvil](#) (véase [Evidencia 6.2 M1.554 ficha Periodismo móvil](#)) se introduce al alumnado a la actualidad del uso de dispositivos móviles en este ámbito profesional. De esta manera se trabaja con móviles y apps específicas que permiten organizar, grabar, editar, producir y compartir contenidos periodísticos, aprendiendo a utilizarlos de la forma más eficaz y a partir del desarrollo de narrativas comunicativas de alta calidad periodística. La asignatura se enfoca en el potencial de los dispositivos móviles como herramientas de trabajo, y también en su impacto en el consumo de contenidos. El diseño de nuevas narrativas para redes sociales, los formatos de vídeo para la red, la producción de noticias o la investigación periodística soportada por dispositivos móviles son algunos de los temas abordados en el desarrollo de esta asignatura.

Vinculado al ámbito del periodismo móvil, destacamos que los Estudios y la dirección del máster impulsan anualmente las jornadas **MojoBCN-Madrid UOC-Agencia EFE**, un ciclo de conferencias dedicado al periodismo móvil y a las últimas innovaciones de periodismo, con el fin de conocer novedades, rutinas de trabajo y nuevas opciones narrativas. En este evento los estudiantes del máster tienen la oportunidad de conocer las mejores prácticas informativas realizadas con móvil, de la mano de los principales profesionales del país. En el marco de estas mismas jornadas, organizadas por la universidad en colaboración con la Agencia EFE, se otorgan los **Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC-EFE**, en reconocimiento a los mejores trabajos en esta disciplina, tanto en la categoría profesional como en la categoría de estudiantes, a la que se invita la participación de estudiantes del máster.

La asignatura [Análisis y visualización de datos](#) (véase [Evidencia 6.3 M1.556 ficha Análisis y visualización de datos](#)) destaca por su carácter práctico y su tratamiento de la disciplina que, más allá de las cuestiones técnicas (enfoque habitual de la visualización), pone énfasis en los elementos contextuales, narrativos y críticos de la visualización y su compromiso con la ética periodística. Como aspecto innovador de esta asignatura destacamos que la retroacción (feedback) de las actividades de evaluación continuada

se realiza en formato *screencast* (véase [Evidencia 6.9 Evaluación Continuada](#)), lo que permite añadir observaciones y recomendaciones en formato audiovisual directamente sobre los trabajos realizados por los estudiantes.

Finalmente, la asignatura [Periodismo de Investigación](#) (véase [Evidencia 6.1 M1.552 ficha Periodismo de investigación](#)) destaca por tener casi la totalidad de los indicadores de satisfacción muy bien valorados, y parte de la premisa de que una buena historia periodística no se improvisa ni se prepara de un día para otro, sino que requiere de una cocina lenta y de un saber especializado. El objetivo principal al finalizar es haber entendido las bases de la preparación de una pieza de periodismo de investigación y disponiendo del conocimiento que requiere su aplicación en un futuro.

Además de hacer referencia a aquellos aspectos más destacados que evidencian la actualidad y relevancia del perfil competencial del título, y cómo se concreta en las diferentes asignaturas, nos gustaría también poner en valor el seguimiento acurado de aquellos aspectos que requieren acciones de mejora (véase tabla 10 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)). Este seguimiento se realiza a partir de una monitorización constante de los indicadores de satisfacción y rendimiento, analizados semestralmente por el profesor responsable de asignatura. A continuación se detallan algunas de las mejoras puestas en marcha en el caso de aquellas asignaturas donde los indicadores de satisfacción o éxito requieren de especial atención.

A partir del análisis de comentarios cualitativos (respuestas abiertas) recogidos en las encuestas, se ha detectado la necesidad de reorientar los contenidos de la asignatura [Modelos de negocio y emprendeduría en comunicación digital](#). La nueva orientación focalizará principalmente los modelos de negocio cooperativos. Se busca así evitar redundancia con otras asignaturas afines en que se tratan modelos tradicionales, dando destaque en el marco de la optatividad a las estructuras cooperativa en tanto que un modelo emergente y de plena actualidad. La concreción de esta reorientación requerirá, además de la renovación de recursos de aprendizaje —actualmente en proceso de producción— la renovación del equipo docente de la asignatura.

Otro claro ejemplo de seguimiento y mejora, es el caso de la asignatura [Comunicación digital y sociedad](#), que ha pasado de un 45 % de satisfacción con la acción docente y un 30 % de satisfacción con los recursos de aprendizaje (datos del semestre 2019-1) al 90,9 % y 75 % respectivamente en el semestre 2019-2. Entre las mejoras implementadas destacamos la producción de nuevos materiales audiovisuales y guías de estudio con un componente didáctico reforzado.

Del mismo modo, en la asignatura [Laboratorio de producción audiovisual y transmedia](#), con un 20 % de satisfacción con la acción docente y un 40 % de satisfacción con los recursos de aprendizaje en el semestre 2019-1, se revirtió tendencia en el 2019-2, pasando a un 50 % en los dos ítems mencionados. Se trata de una asignatura optativa de vocación eminentemente práctica, donde se identifica como punto débil la curva de aprendizaje que realizan los estudiantes en el uso de la herramienta Racontr, incorporada a la asignatura. Las líneas de mejora que hemos estado trabajando en este

caso son las siguientes: (a) confección en 2020-1 de un documento de FAQs (preguntas frecuentes) tomando como base todas las dudas y comunicaciones con Racontr; (b) refuerzo de la comunicación con el servicio de apoyo de Racontr, con la intención de reducir al máximo el tiempo de resolución; (c) creación de un foro específico para que los estudiantes puedan compartir problemas o dudas generales sobre la herramienta. Asimismo se ha realizado una acción de coordinación con tutores del Máster para obtener información cualitativa sobre la satisfacción con esta asignatura, ya que se trata de una asignatura con pocos estudiantes y muy pocas respuestas en las encuestas.

Todavía en el marco de los resultados de aprendizaje y objetivos formativos de la titulación, detallamos a continuación cómo se está evaluando la competencia transversal 3 (Compromiso ético y global) recientemente incorporada a esta titulación en el marco de las asignaturas a las que se ha vinculado.

En la asignatura Prácticas la CT3 se está trabajando fundamentalmente a partir de la inclusión de temas de debate vinculados a perspectivas feministas, y en potenciar que los estudiantes busquen la paridad de fuentes de información, utilizando referentes masculinos y femeninos en la elaboración de las tareas periodísticas que realizan en el marco de las prácticas.

En Periodismo y social media se pide que los estudiantes desarrollen contenidos periodísticos para las redes sociales en torno a temas de actualidad, y siempre se incluyen temas relacionados con la perspectiva de género. Por ejemplo: en el semestre 20201, se trabajó sobre el 25N, Día Internacional contra la Violencia contra la Mujer.

En Análisis y visualización de datos se analizan ejemplos de noticias que incluyen representaciones gráficas visualmente manipuladas. Este ejercicio crítico sirve para poner de manifiesto la dimensión ética del periodismo, ayudando a los estudiantes a reconocer e identificar mecanismos de diseño que pueden conllevar a la manipulación de datos e interpretaciones, por ejemplo, en noticias que abordan cuestiones sociales muy críticas o controvertidas, como pueden ser el cambio climático, el desempleo, la intención de voto de un partido concreto, etc. En lo que respecta a la perspectiva de género, se busca que los estudiantes trabajen con bases de datos de acceso abierto de organismos internacionales que abordan cuestiones de género.

En Laboratorio de producción audiovisual transmedia se trabaja a partir de recursos de aprendizaje en formato transmedia sobre desigualdad de género (por ejemplo: [Enlace Recurso de aprendizaje RTVE](#)) con los que se busca inspirar la ideación de proyectos que aborden temas de interés social con énfasis en las cuestiones de género.

En Periodismo de datos ([Evidencia 6.2 M1.554 ficha Periodismo móvil](#)) la perspectiva de género se aborda de manera transversal. Afecta tanto la composición de los equipos docentes (en los que se ha buscado la paridad entre hombres y mujeres), la selección de contenidos (paridad en la citación bibliográfica, en los encargos de autoría, en los ejemplos utilizados en los recursos de aprendizaje, etc.), así como en las dinámicas de aula (uso de lenguaje no sexista en las comunicaciones con las y los estudiantes). En

tanto que competencia a desarrollar por parte del alumnado, se han incorporado a esta asignatura recursos de aprendizaje específicos, como guías para el tratamiento no sexista de la información periodística.

En el [Trabajo final de máster \(Evidencia 6.4 M1.564 ficha TFM\)](#) destacamos el impulso a investigaciones focalizadas en la perspectiva de género, como por ejemplo: [“El tratamiento de la violencia machista en la prensa digital de información general española \(El Confidencial, El Español y Eldiario.es\)”](#) o [“El periodismo de datos, la discapacidad y el género en la prensa deportiva”](#).

Finalmente, más allá del marco de aplicación en las diferentes asignaturas del máster, queremos también destacar el esfuerzo transversal que, desde la universidad se está realizando para dotar al profesorado de los recursos y la formación necesaria para aplicar de forma eficaz la competencia transversal 3 en los diferentes programas formativos. Por ejemplo, a partir de la creación de recursos que ofrecen las bases conceptuales y prácticas para el diseño de actividades con perspectiva de género (véase [Evidencia 1.21 Uso no sexista de la lengua](#), [Evidencia 1.22 Docencia con perspectiva de género](#) [Evidencia 1.23 Cómo hacer llegar las competencias de la memoria del programa al aula](#)), ofreciendo formaciones específicas al profesorado, y en el caso concreto de los Estudios de Ciencias de la información y de la Comunicación, la elaboración de un [Toolkit de recursos sobre comunicación y perspectiva de género](#) actualmente ya disponible en las aulas.

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

La satisfacción general con la titulación evidenciada por los graduados del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia** es del 80 % (4,1 sobre 5). Además, el 70 % (3,9/5) de este colectivo está satisfecho con la metodología docentes empleada por el profesorado al considerar que ha favorecido su aprendizaje, el 80 % (4,2) considera que el uso del campus virtual de la UOC también ha favorecido su aprendizaje y el 70 % (3,8/5) considera que dicho aprendizaje se ha visto, además, adecuadamente reflejado por los sistemas de evaluación empleados ([Evidencia 5.4 Graduados MU Social Media 20192](#)).

Si nos focalizamos en las cuatro asignaturas elegidas –Community manager, Monitorización y reputación online, Social media strategy: diseño del plan y TFM– en el semestre 2019-1 la satisfacción obtenida fue del 84,6 % del 78,3 %, del 90,9 % y del 60 %, respectivamente (Véase Tabla [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)). A continuación, destacaremos algunos de los aspectos más significativos de cada una de ellas.

Community manager

Esta asignatura ([Evidencia 6.6 M1.652 ficha Community Manager](#)) se inicia con una actividad evaluable orientada a) Aprender las claves de la gestión de las comunidades virtuales y, b) Familiarizarse con el vocabulario propio de la comunicación en redes

sociales. Se proporciona al alumnado un cuestionario que le permite autoevaluar el nivel de conocimiento adquirido.

A continuación, el alumnado debe identificar, analizar y compartir una herramienta para la gestión de una red social, un artículo que se considere relevante para el sector y un libro que aporte conocimiento aplicable a la actividad del community management. Todo ello le prepara para llevar a cabo el análisis de una comunidad virtual y de sus prácticas.

Finalmente, las actividades individuales expuestas confluyen en una actividad final en equipo: diseñar el proyecto de una comunidad virtual sobre la temática asignada por el equipo docente.

En su conjunto, este sistema de evaluación ha sido muy bien valorado por el alumnado. Su satisfacción en el semestre 2019-1 fue del 88,5 %.

Para llevar a cabo tales actividades evaluables, el alumnado cuenta, entre otros, con los siguientes recursos de aprendizaje (véase [Evidencia 6.10 Recursos de aprendizaje Community Manager](#)):

- Módulo didáctico “El arte de la gestión de las relaciones en redes sociales”.
- Monografía *Inteligencia en redes sociales: despertando el potencial del community manager*.
- Artículo “Telefónica crea una comunidad web de influencers para dinamizar la marca Movistar en las redes sociales”.
- Monografía *Inteligencia en redes sociales: despertando el potencial del community manager*.
- Vídeo entrevista a la experta Eva María Moya Losada.
- Recurso “Social Media ad Metric Definitions”.
- Recurso “IAB Social Media Measurement and Intent Guide”.
- Contenido transversal “Social Media Toolkit”.

Durante el curso 2019-2020, la satisfacción respecto a los recursos de aprendizaje de la asignatura se situó en el 78,8 %. De ello se desprende que dichos recursos resultan igualmente adecuados para garantizar el alcance de los resultados de aprendizaje previstos: identificar los tipos de interacciones y nodos así como gestionar los diferentes tipos de comunidades que se relacionan a través de los social media; gestionar y optimizar la inteligencia colectiva, y emitir informes de inteligencia.

Monitorización y reputación online

Realizar una auditoría reputacional en el entorno online, planificar la gestión de la identidad y la notoriedad de una organización en las redes sociales y diseñar un plan de *personal branding* constituyen los tres retos genéricos que, con casuísticas y enfoques que varían de semestre a semestre, constituyen el eje del sistema de evaluación de la asignatura ([Evidencia 6.5 M1.651 ficha Monitorización](#)). Uno de los aspectos que se van variando con frecuencia es el de vincular o no la auditoría del primer reto con la

planificación del segundo, dado que hemos constatado que ambas opciones aportan ventajas e inconvenientes: si se vinculan, se propicia una mayor profundización en los *insights* del caso concreto, pero en contrapartida se restringe la diversidad de las situaciones trabajadas.

En cualquier caso, queremos poner especial énfasis en el tercer reto (diseñar un plan de *personal branding*) porque responde a una triple intencionalidad particularmente interesante: a) obligar al alumnado a personalizar la resolución de ejercicio a partir de su propio perfil biográfico/profesional llevándolo así a rehuir soluciones más genéricas y gastadas, b) Garantizar que el alumnado tiene la posibilidad real de ejecutar el plan elaborado, lo que no siempre es factible si la planificación ideada se focaliza en un proyecto de terceros, y c) Ofrecer al alumnado una especie de *bonus track* en términos de credibilidad profesional dado que, sin trabajar previamente y con mucho cuidado su propia marca personal en el entorno online, difícilmente generará la confianza requerida para trabajar la notoriedad y el prestigio de sus eventuales clientes a través de los social media.

En su conjunto, este sistema de evaluación (derivado directamente de la estructura de competencias y resultados de aprendizaje formulada al definir la asignatura) ha sido muy bien valorado por el alumnado. La satisfacción en el semestre 2019-1 fue del 81,8 %.

Por otra parte, para dotar a esta asignatura los recursos de aprendizaje (véase [Evidencia 6.11 Recursos de aprendizaje Monitorización](#) más idóneos, teniendo en cuenta su transversalidad y que se centra en un campo muy emergente y en constante evolución, fue necesario generar numerosos recursos ad hoc y emplear una considerable diversidad de formatos (aparte de identificar también algunos recursos existentes más tangenciales pero vigentes). A continuación destacaremos tres de estos recursos que consideramos particularmente innovadores:

- Mapa conceptual interactivo de la reputación y otros términos afines. Para un profano, términos como reputación, imagen, identidad o prestigio pueden funcionar prácticamente como sinónimos. Para un profesional que quiera dedicarse a modelar y monitorizar estos aspectos en el entorno online, sin embargo, resulta esencial conocer y diferenciar con precisión quirúrgica cada uno de los conceptos mencionados y muchos otros afines. Teniendo en cuenta, además, que esta es una asignatura que se recomienda cursar en el primer semestre del máster, la conveniencia de establecer un mapa conceptual y terminológico esclarecedor convertía en una necesidad ineludible. El mapa elaborado define con rigor, pero a la vez con una voluntad claramente instrumental, 17 conceptos que puede ser necesario medir en el marco de un proceso de monitorización del modo en que es percibida una organización en el mundo digital. Así, a partir de una serie de parámetros (real/percibido, negativo/neutro/positivo, instantáneo/gradual, cuantitativo/cualitativo, individual/colectivo, racional/emocional, etc.), se posicionan en el mapa conceptual los aspectos que resultan más relevantes a la hora de gestionar la

reputación de una entidad (o de una marca, un producto, una candidatura, etc.) en el entorno en línea, empezando por el mismo concepto de reputación y siguiendo por otros afines o que se le contraponen.

- Programa de radio sobre monitorización y reputación en línea. Gestionar y hacer el seguimiento de la reputación online de una empresa o institución es un proceso que, para alcanzar resultados significativos, hay que ir desarrollando a lo largo del tiempo. Para transmitir esta idea clave de “transcurso del tiempo”, se consideró que sería óptimo emplear un formato audiovisual que marcara en sí mismo una duración y una linealidad narrativa a la hora de explicar los diferentes procesos implicados en la realización de esta función profesional. En un contenido textual (y particularmente si es hipertextual) es más difícil remarcar esta secuencialidad y transmitir la idea de que cada fase no conectada a las otras por mera yuxtaposición sino que todas ellas están intrínsecamente relacionadas y que nada se puede improvisar ni esperar que suceda espontáneamente. El formato de entrevista radiofónica fue considerado una muy buena opción para que el entrevistador/periodista asumiera un rol muy cercano al del alumnado acercándose a la materia sin conocimientos previos pero con mucho interés y curiosidad, mientras que el entrevistado/experto era como un profesor con ganas de divulgar su conocimiento de una forma didáctica y accesible (hay que tener en consideración que también se elaboró un módulo más tradicional que facilita la profundización en la materia una vez que el estudiantado ya se ha hecho una idea general, básica pero rigurosa, a través del programa de radio. Además, se aprovecharon al máximo las funcionalidades adicionales del formato como, por ejemplo, el acceso directo a conceptos clave o a otros contenidos complementarios para ampliar el aprendizaje.
- Social Media Toolkit. El carácter tan transversal que presenta esta asignatura en el marco de la titulación propició que se creara un recurso que hiciera honor a esta transversalidad y que pudiera dar servicio a diferentes asignaturas. Se trata de una recopilación de herramientas y plataformas que hay que conocer para poder trabajar en el entorno de los social media de forma efectiva desde perspectivas muy diversas. No se trata, sin embargo, de un mero recopilatorio. Además del enlace a la herramienta o plataforma en cuestión, se incluye una descripción sintética, una enumeración de sus utilidades, una identificación de los principales puntos fuertes y puntos débiles, un listado de las asignaturas que la emplean y diversas informaciones adicionales. Además, este recurso se ha dotado también con un filtro que permite buscar específicamente las herramientas vinculadas a una asignatura específica.

Durante el curso 2019-2020, la satisfacción respecto a los recursos de aprendizaje de la asignatura se situó en el 81,3 %. Y más allá de los buenos resultados de satisfacción, cabe destacar que el uso del modelo NIU en la concepción y preparación de la asignatura, habiendo sido una prueba piloto para la implementación de este nuevo modelo. Con todo, no podemos perder de vista que la materia abordada evoluciona de forma vertiginosa y que esto conlleva una necesidad de actualización permanente.

En cualquier caso, la combinación de actividades evaluables propuestas y de recursos de aprendizaje puestos a disposición del alumnado permiten garantizar que se alcanzan los resultados de aprendizaje previstos. Inicialmente, identificar las fuentes y recursos útiles para seguir y evaluar el acceso, uso, consumo y descubrir nuevas tendencias en social media, así como analizar los distintos ámbitos de aplicación de los social media. En una fase intermedia, dominar herramientas de gestión, seguimiento y monitorización de los perfiles en social media, y ejecutar una auditoria reputacional. Y finalmente, gestionar la identidad, el branding y personal branding, y la notoriedad en social media; aprovechar las potencialidades de las tecnologías de la información para buscar, organizar, sintetizar, analizar y/o transformar la información necesaria para la tarea que se está realizando, e interpretar y relacionar esta información para la toma de decisiones. Además, desde el semestre 2020-1 la orientación dada a las actividades evaluables permite también incorporar el análisis de la diversidad funcional, social, cultural, económica, política, lingüística y de género en la práctica académica y profesional.

Social media strategy: diseño del plan

Esta asignatura ([Evidencia 6.7 M1.655 ficha Social Media Strategy](#)) se inicia con una actividad introductoria no evaluable consistente en un debate sobre la gestión y la estrategia de los social media. ¿Es mejor una estrategia proactiva o reactiva en medios sociales? ¿Los medios sociales sirven para establecer relaciones, para crear marca, para dar servicio o para aumentar ventas? ¿Quién debería actualizar la cuenta de Twitter de atención al cliente, el departamento de comunicación o el propio departamento de atención al cliente? Cuestiones como estas nutren el debate y sitúan al alumnado ante disyuntivas que deberá resolver para sacar el máximo partido de la asignatura.

A partir de aquí, el alumnado debe investigar sobre una empresa o institución dada, elaborar un DAFO e identificar el problema o la oportunidad al que el *social media plan* que acabará elaborando debe dar respuesta. El plan debe incluir la formulación de objetivos, un mapa de públicos, una batería de mensajes persuasivos para cada público, la selección de técnicas a utilizar, un cronograma, un presupuesto y una propuesta de métodos de evaluación que permita valorar los eventuales resultados del proyecto.

Finalmente, y siguiendo el hilo conductor de la empresa o institución asignada, el alumnado diseña un campaña con *influencers*, lo cual conlleva identificar 10 influencers que sean pertinentes y relevantes, idear la actividad que se llevará a cabo con ellos, establecer las condiciones de la colaboración, redactar los mensajes que se transmitirán y proponer indicadores que permitan valorar la efectividad de la acción. Además, se les pide elaboren un pequeño ensayo en el que deben reflexionar sobre el proyecto desde una perspectiva ético-deontológica.

En su conjunto, este sistema de evaluación basado en la realización de las actividades expuestas ha sido muy bien valorado por el alumnado. Su satisfacción en el curso 2019-2020 fue del 88,1 %.

Para llevar a cabo tales actividades, el alumnado cuenta, entre otros, con los siguientes recursos de aprendizaje elaborados ad hoc (véase [Evidencia 6.12 Recursos de aprendizaje Social media Strategy](#)):

- Guía de aprendizaje “Social Media Strategy: diseño del social media plan”
- Módulo didáctico “Social media strategy: la estrategia y la gestión de los social media”.
- Módulo didáctico “Social media strategy: diseño del social media plan”.
- Módulo didáctico “Social media strategy: tendencias en comunicación digital y social media”.
- Vídeo “Tertulia sobre influencers: ¿Cómo gestionar las relaciones con influencers en el marco del social media plan?”.
- Contenido transversal “Social media Toolkit”.

Durante el semestre 2019-1, la satisfacción respecto a los recursos de aprendizaje de la asignatura se situó en el 75 %. Dado que la materia abordada evoluciona de forma vertiginosa, se constata una necesidad de actualización permanente que ya se está aplicando (por ejemplo, en el caso del recurso transversal “Social media Toolkit”).

Todo ello permite garantizar que se alcanzan de forma adecuada los resultados de aprendizaje previstos: analizar planes de social media existentes (a través del primer reto), elaborar un social media plan (a caballo entre el primer y el segundo reto) y desarrollar estrategias específicas para el desempeño de cada objetivo (vinculando el segundo y tercer reto). Además, en todos los retos se persigue emplear la innovación como un recurso estratégico en la comunicación en social media.

TFM

Para la realización progresiva del proyecto de TFM ([Evidencia 6.8 M1.663 ficha TFM MU Social Media](#)) y a fin de poder acompañar y asegurar su éxito, se han establecido una serie de hitos que a continuación se resumen:

- Llega el Trabajo Final de Máster. En este primer hito se explica la dinámica entre estudiantes y tutores y se promueve el foro como espacio de comunicación y colaboración entre estudiantes.
- Decidir es renunciar. En los primeros días del semestre el estudiante debe concretar y acotar el tema de su TFM, que posteriormente gracias al apoyo del tutor va a poder reajustar o adaptar. Se describen los distintos tipos de TFM y se ayuda a definir una propuesta a aquellos estudiantes que aún no la tengan clara.

- El diseño, aterrizar las ideas. En este hito, el estudiante debe crear una propuesta de no más de 2.000 palabras donde estén conceptualizados aspectos como el título del TFM (aún provisional), la justificación del interés, los objetivos, el marco de referencia, la metodología, los resultados esperados y la planificación. tras el pertinente retorno del tutor, esa será la hoja de ruta que acompañe al estudiante durante el resto del semestre.
- Borrador, escribir para avanzar. Para alcanzar este hito, el estudiante tiene a su disposición recursos sobre cómo redactar textos científicos y gestionar bibliografía, así como estructuras de trabajos académicos y también de citación. Se trata de una entrega intermedia donde los tutores pueden corregir fallos de diseño o metodología, por ejemplo.
- Versión final, cerrar el TFM. Se entrega el documento final del TFM, que constituye la base para la evaluación final, junto con el vídeo de presentación.
- Presentación del TFM. La presentación consiste en una exposición audiovisual del estudiante donde se destacarán los aspectos más relevantes de su trabajo. Se pueden utilizar los recursos que necesite para acompañar la presentación, pero en cualquier caso esta no deberá superar los 10 minutos. La presentación se sube a una aplicación propia Present@, que está disponible en el aula.
- La defensa. En este último hito, el estudiante debe responder a las preguntas que lleva a cabo el tribunal, que está formado por uno de los profesores responsables de la asignatura, el tutor del TFM y un evaluador externo
- Difundir el TFM. Se requiere al estudiante que lleve a cabo una reflexión sobre cómo podría difundir su TFM. Así, se le presentan distintas opciones, incluyendo el depósito de su TFM en el repositorio institucional de la UOC, el O2, pero también la posibilidad en el caso de los trabajos de investigación de su posible publicación en revistas científicas de la disciplina.

El material didáctico de la asignatura incluye una guía de 29 páginas que ofrece pautas y orientaciones muy completas sobre el diseño de la investigación, sobre metodologías de investigación y sobre aspectos formales del TFM. Otros recursos que se ponen a disposición del alumnado que cursa esta asignatura son el Blog Aula TFM, las pautas para la presentación de documentos y la elaboración de presentaciones, el vídeo tutorial sobre cómo elaborar un TFM, el portal sobre citación bibliográfica creado por la Biblioteca de la UOC, el portal de bases de datos de la Biblioteca de la UOC relacionadas con la Comunicación, consideraciones sobre el plagio académico y pautas para la redacción de textos científico-técnicos, entre otros.

Del mismo modo que se ha abundado en cada una de las asignaturas elegidas para aportar como evidencias las muestras de ejecuciones que acompañan a este autoinforme, en un ejercicio de máxima transparencia también queremos abordar específicamente las tres asignaturas que durante el curso 2019-2020 registraron indicadores de satisfacción claramente mejorables. A continuación se explica en cada caso a qué se atribuyen tales resultados y qué se está haciendo para revertirlos.

Social Media strategy: ejecución y gestión

Con una satisfacción con la acción docente del 18,5 %, una satisfacción con los recursos de aprendizaje del 16,5 % y una satisfacción con el modelo de evaluación del 29 %, esta fue con diferencia la asignatura con la valoración más baja del máster en el curso 2019-2020. La satisfacción genérica se situó en el 31,5 %. Excepcionalmente, la implementación del sistema NIU que vertebra los recursos de aprendizaje generó problemas técnicos en esta asignatura, que no fueron resueltos con la agilidad deseable y que tensionaron la relación entre el alumnado y el profesorado colaborador, que tampoco supo gestionar la situación de forma óptima. La rápida periclitación de los contenidos tampoco ayudó.

De cara al curso 2020-2021, ya se han programado diversas mejoras, una parte de las cuales han sido implementadas en el semestre 2020-1. Por ejemplo, la incorporación de una nueva profesora colaboradora que ha colaborado en la creación de nuevos retos, actividades e interacciones para la asignatura. Por otro lado, se inició el proceso de actualización de los materiales docentes de la asignatura, que en el momento de redactar este autoinforme están en proceso de traducción y edición, y que estarán disponibles en el aula el semestre 2020-2 (marzo 2021).

Estos nuevos materiales inciden en algunos aspectos relevantes que habían experimentado cambios muy destacados en poco tiempo a causa de la rápida evolución que caracteriza al sector. Estos fueron algunos de los aspectos incorporados o actualizados:

- Storytelling: destacar la creciente importancia del storytelling como herramienta de persuasión empresarial o política, así como los aspectos más creativos e innovadores de las narrativas transmedia, los contenidos efímeros, el uso de la promoción hipermedia por parte de plataformas digitales, etc.
- Equipo social media: incorporar perfiles y estudios de caso de Social Media Manager, Content Curator, Record Manager, Social Media Analyst, especialista en Inbound Marketing, Social Media SEO, Social Media Advertiser, Social Media Agent.
- Aspectos legales y normativos sobre la publicación en redes sociales: en el contexto actual, destacar los aspectos relacionados con la responsabilidad del tratamiento de datos personales de otros usuarios y la responsabilidad sobre los comentarios de otros usuarios en nuestra página web o perfil social, así como incidir también en aspectos relacionados con el derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen en medios sociales.
- Evaluación de la Social Media Strategy: la irrupción de redes sociales como Instagram o TikTok, la presencia de *influencers* y la publicidad en medios sociales obligan a actualizar las formas de evaluar la estrategia de social media.

Publicidad en social media

La asignatura Publicidad en Social Media también registró en el curso 2019-2020 unos resultados mejorables, particularmente respecto a los recursos de aprendizaje (41 %). Se trata de una asignatura especialmente sensible a los cambios continuos que efectúan

las plataformas publicitarias en sus condiciones de gestión y en la oferta de servicios. Dichos cambios impactan directamente en las posibilidades estratégicas y creativas que tienen los profesionales —y los estudiantes, en este caso— para proponer campañas de publicidad efectivas.

Consciente de esta situación, la profesora responsable de la asignatura da la bienvenida a los estudiantes con estas palabras: «Bienvenidos/as a un sector que va muy rápido, a menudo, demasiado rápido. Los clientes piden una campaña "para ayer" y cuando acabas de dominar una plataforma publicitaria resulta que ya se considera antigua. En BeAgency, la agencia omnicanal especializada en social media y con quienes tenemos un convenio de colaboración, dicen medio en broma que algo es “*de hace dos horas*” para enfatizar esta obsolescencia de conocimientos que domina su día a día”.

Como recursos de aprendizaje asociados a los retos que los estudiantes deben realizar para superar la asignatura, se ofrecen módulos textuales convencionales, pero también infografías, vídeo-tertulias de producción propia con profesionales de referencia, el Social Media Toolkit y el libro *Advanced Social Media Marketing. How to lead, launch and manage a successful social media program* (Funk, 2012). Pese a que este último es un clásico en el sector, genera incomodidad en el aula por el hecho de estar en inglés y también por ciertas dificultades que se pueden dar durante la descarga de la versión digital.

El profesorado colaborador aporta recursos complementarios a lo largo del curso (sobre todo, enlaces a páginas web con contenidos de actualidad) y el apartado de recursos complementarios del aula se va nutriendo cada semestre. Sin embargo, para facilitar el estudio de materiales actualizados y mejorar la satisfacción general con los recursos, se ha encargado la autoría de un nuevo material, elaborado por un profesional en activo y docente de la asignatura, que lleva por título *Publicidad en medios sociales: guía práctica y conceptos básicos*. En el momento de redactar este autoinforme este contenido se halla en proceso de edición y estará disponible en las aulas de la asignatura en marzo de 2021. También se está negociando la posibilidad de incluir algún *software* (tipo Social Bakers), una vez descartado Digimind porque no ofrece paquetes para estudiantes.

Por otro lado, en el semestre 2020-1 también ha sido reemplazado el profesor colaborador vinculado a la asignatura. En función de si todo ello permite mejorar los datos de satisfacción sustancialmente o no, no se descartan otros cambios en relación a la acción docente.

Big data y social media

En el curso 2019-2020, esta asignatura registró una satisfacción general del 43 %, igual que su acción docente. La satisfacción con los recursos de aprendizaje fue un poco superior (50 %) pero igualmente bastante mejorable. La complejidad tecnológica requerida, muy superior a la de otras asignaturas, la percepción de que los recursos de aprendizaje no estaban suficientemente vinculados a las actividades evaluables

requeridas y la vertiginosa rapidez con la que este sector evoluciona emergieron como focos de la insatisfacción.

A partir del semestre 2020-1, se renovaron los contenidos y se adaptaron las actividades evaluables para asegurar el encaje entre unos y otras. Los nuevos contenidos se centran en menos temas pero los abordan con mayor profundidad. Se enfocan en la minería de datos y en la visualización de datos extraídos de social media. En paralelo, se ha creado una nueva asignatura optativa de Analítica avanzada en social media que permite abarcar el tema de análisis de redes sociales de modo más específico.

El nuevo módulo teórico explica los conceptos que sustentan los algoritmos comúnmente usados en *big data*, sin enfocarse específicamente en los aspectos tecnológicos, que tienden a quedar desactualizados con frecuencia. El *software* para operacionalizar los conceptos presentados en los contenidos, el cómo hacerlo, se trabaja a través de las actividades y de tutoriales del *software*. En torno a los nuevos contenidos, se definieron nuevas actividades que priorizan el uso de *software* basado en interfaces gráficas, de tal manera que el estudiante puede hacer análisis de datos masivos sin necesidad de conocimientos previos de programación.

Adicionalmente se usan programas habituales en la industria. Concretamente, se incorporó la licencia de Tableau y se usa el software libre Orange Data Mining y Google TAGS. Para facilitar el uso de estos programas se crearon videotutoriales, y una máquina virtual para que puedan tener acceso directamente a todo el *software* y las bases de datos de la asignatura y puedan enfocarse a desarrollar las actividades evaluables.

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

La revisión de las evidencias mostradas, especialmente a partir de las asignaturas seleccionadas, muestran cómo los planes y los proyectos docentes diseñados en las materias ofrecidas en los dos programas permiten establecer una correspondencia entre los resultados de aprendizaje obtenidos y los objetivos formativos fijados y el nivel de MECES de la titulación de Máster. Los resultados de satisfacción del alumnado, así como las acciones de mejora implementadas en algunos casos para incrementarlos, son indicativos de la labor desarrollada para garantizar el cumplimiento de dicha correspondencia.

E.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

En la memoria para la verificación de cada máster se establecieron las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación que se preveía llevar a cabo para poder lograr los resultados de aprendizaje que se proponían. Desde un punto de vista general, el desarrollo de ambos másteres ha sido muy satisfactorio en este

sentido y se ha realizado un seguimiento muy atento de lo que se indicaba en cada memoria. La gran mayoría de las actividades formativas inciden en la orientación práctica y profesionalizadora de estas titulaciones, ya que tienen potencial de transferencia en la vida laboral del estudiante, y tienen como objetivo último que los estudiantes puedan desarrollar y alcanzar las competencias previstas y aprobadas en la memoria verificada.

La metodología docente de los títulos que se acreditan sigue el [modelo educativo de la UOC](#) y, situando al estudiante como impulsor de su propio proceso de adquisición de competencias y consecución de resultados de aprendizaje de manera continua, se fundamenta en cuatro principios básicos: la [flexibilidad](#), la [cooperación](#), la [interacción](#) y la [personalización](#). El apoyo al aprendizaje autónomo y la evaluación continua son dos pilares metodológicos fundamentales de nuestro modelo educativo, y se articulan por medio de la realización de actividades formativas de carácter eminentemente práctico.

La evaluación continua está basada en la realización y la superación de una serie de pruebas de evaluación continua (PEC) establecidas en el plan docente, por medio de las cuales se asegura la consecución de los objetivos, las competencias y los resultados de aprendizaje de cada asignatura. La programación de las pruebas o las actividades formativas puede consultarse en el aula desde el inicio del semestre, y puede consultarse el día en el que estará disponible el enunciado de la prueba, los recursos de aprendizaje asociados a cada actividad, la fecha límite de entrega y la fecha de las calificaciones y de las soluciones. El número, la distribución de actividades y la carga de trabajo de cada una de ellas están determinados teniendo en cuenta que haya coherencia entre la carga de trabajo de las diferentes actividades programadas y el creditaje de la asignatura.

La elaboración de los enunciados de las actividades o pruebas, así como los criterios de evaluación de cada prueba, son compartidos por el equipo docente de cada asignatura, y dichos criterios están descritos en el enunciado de cada actividad para que el estudiantado los tenga presentes en el momento de hacerlas.

La publicación de las calificaciones de cada actividad y el retorno con las valoraciones, ya sea individualizado o mediante posibles soluciones generales o comentarios sobre errores comunes, contribuyen de manera positiva al proceso de aprendizaje autónomo ya que permiten reconocer cuáles han sido los aspectos en los que se ha tenido un rendimiento adecuado y los errores o las cuestiones que no se han trabajado correctamente.

El retorno siempre tiene un tono positivo y un carácter constructivo, máxime en el caso del retorno personalizado, que se realiza por cada actividad en la herramienta del REC. En las dos titulaciones evaluadas se proporcionan distintos tipos de retorno, entre los más utilizados: un primer retorno preventivo y grupal, que se realiza mediante el tablón del aula y que intenta prever cuáles pueden ser las principales dificultades con las que se pueden encontrar el alumnado a la hora de realizar las PEC; el retorno personalizado con la herramienta Registro de la Evaluación Continua, donde el docente indica la nota

a cada estudiante, además de un comentario personalizado en el que se identifican los posibles puntos de mejora del trabajo y los errores detectados, así como sus puntos fuertes; el retorno grupal, posterior a la actividad, en el que el profesor colaborador comenta en el tablón cuáles han sido los errores más comunes que se han identificado a la hora de corregir los ejercicios.

La acción docente está bien valorada en las dos titulaciones que componen este autoinforme. En el caso del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital**, recibe una valoración del 73 % en el curso 2019-2020. En el **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia** la satisfacción con la acción docente registrada ese mismo curso fue del 68 % (véase Tabla [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#) y Tabla 10 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

Para el desarrollo de las actividades de evaluación continua, como se ha comentado en apartados anteriores, los estudiantes tienen a su disposición una gran diversidad de tipologías y formatos de recursos de aprendizaje. Aparte del material didáctico básico de cada asignatura (en formatos muy diversos), los estudiantes cuentan con materiales complementarios como lecturas, informes y artículos de actualidad, acceso a portales web, consulta de bases de datos y libros electrónicos.

En ambos másteres se realizan actividades basadas en la resolución de problemas, en el análisis y en el estudio de casos. De este modo, el estudiantado percibe como la inmersión en un entorno profesional y la adquisición de conocimientos útiles para su ámbito de estudio constituyen uno de los ejes que caracterizan las diferentes asignaturas. A modo de ejemplos: La asignatura de [Dirección de proyectos de comunicación digital](#) se focaliza en la evaluación de proyectos digitales (véase [Evidencia 6.13 Dirección de Proyectos](#)); la asignatura de [Marketing de contenidos](#) el análisis de contenidos digitales desde el punto de vista de la curación, que desempeña un papel clave (véase [Evidencia 6.14 Marketing de contenidos curación](#)); en la asignatura [Publicidad y social media](#) el alumnado debe analizar un informe de social media elaborado con la herramienta de análisis y medición Metricool y luego un *dashboard* con los KPI relativos a una campaña de publicidad ideada por los propios estudiantes; en la asignatura [Métrica y evaluación en social media](#) se analiza una tabla de Google Analytics para determinar si la estrategia es adecuada en términos de ROI.

Actividades frecuentes son también el análisis de artículos científicos, la búsqueda de información y los debates sobre aspectos esenciales de la asignatura o bien que lleven a la reflexión ética (como ejemplo: el debate sobre branded content y marketing en la asignatura [Marketing de contenidos](#) (véase [Evidencia 6.15 Marketing de contenidos-debate](#)) o el debate sobre la gestión y la estrategia de los social media en el marco de la asignatura Social media strategy: diseño del plan (véase [Evidencia 6.16 EnunciadoPEC0 M1655 20191](#)). En otro orden de cosas, en cuanto a aquellos ejercicios que por su calidad puedan transformarse en artículo o publicación, se anima a cada estudiante a difundirlos, y así se desarrolla su capacidad de comunicación escrita.

Otro aspecto a destacar es la realización de actividades colaborativas y de actividades que requieren un uso más intensivo de herramientas tecnológicas o redes sociales para trabajar las competencias de trabajo en equipo y la capacitación del uso y la aplicación de las TIC en el ámbito profesional del periodismo, la comunicación y los social media. Así, por ejemplo, en [Periodismo y Social Media](#), se pide a los estudiantes que desarrollen un medio de comunicación creado para informar exclusivamente a través de las redes sociales (véase [Evidencia 6.17 PEC1 Periodismo y Social Media](#)) y que se utiliza para publicar noticias en las otras PEC de la asignatura, y en [Monitorización y reputación online](#) los estudiantes elaboran un videocurrículum (véase [Evidencia 6.18 EnunciadoPEC3 M1651 20191](#)).

Por último, para todos los programas, hay que remarcar que para garantizar la calidad docente y el buen funcionamiento del sistema de evaluación se promueve la política de tolerancia cero con la copia y el plagio. En este sentido, se hace [uso de la herramienta PECplagio](#) en todas las aulas para la prevención y la detección del plagio académico. Los planes docentes de las asignaturas proporcionan información sobre esta cuestión y se dispone de [recursos ad hoc](#) sobre cómo puede evitarse el plagio citando adecuadamente.

Se considera que las actividades formativas que se realizan en el marco de ambas titulaciones permiten alcanzar los objetivos de aprendizaje fijados. Asimismo se mantiene un esfuerzo constante para que la supervisión continua de los docentes, el retorno explicativo de las evaluaciones y la variedad en el tipo y el formato de actividades de aprendizaje contribuyan a los buenos resultados en el seguimiento de la evaluación continua y en la satisfacción de los estudiantes. En este sentido, en el **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital** los indicadores de adecuación de actividades (69 %); metodología adecuada (68,7 %) y metodología docente (85,7 %) han mejorado en el último curso (véase tabla 11 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)). En el **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, estos tres indicadores también han registrado una notable mejora en el curso 2019-20, situándose en un 71 % de satisfacción respecto a la adecuación de actividades, un 73,4 % respecto a la metodología adecuada y un 70 % respecto a la metodología docente (véase tabla 11 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

Buenos resultados que se pueden apreciar, por ejemplo, en el hecho de que los estudiantes del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital** consideran que el sistema de evaluación es adecuado para el logro de los objetivos de aprendizaje (76,1 %). En el colectivo de graduados la valoración de este mismo criterio en el curso 2019-2020 fue del 74,4 %.(Véase [Evidencia 5.3 Graduados MU Periodismo 2019](#))

En el caso del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, en el curso 2019-2020 el 73,8 % del alumnado se mostró satisfecho con los conocimientos y habilidades adquiridos, mientras que el 73,3 % consideró que tanto el plan de estudios

como los conocimientos, las habilidades y las aptitudes que deben alcanzarse en la titulación habían sido bien definidos y conocidos (véase [Evidencia 1.16 Encuesta Final curso MU Social Media 20192](#)).

El equipo de profesores colaboradores (para el conjunto de programas oficiales de los ECIC), por su parte, valora con 4,46 respecto a 5 puntos que el despliegue de las asignaturas (contenidos, actividades, materiales, evaluación, etc.) ha permitido alcanzar los objetivos de aprendizaje definidos (véase [Evidencia 3.1 Encuesta Profesorado colaborador ECIC 20192](#)).

Asimismo destacamos que el enfoque de las actividades formativas se analiza y revisa semestralmente teniendo en cuenta los resultados académicos de los estudiantes en cada una de ellas, así como en las asignaturas en su globalidad. Este análisis permite modificar el planteamiento de la actividad en el caso de que se detecte que no es la manera óptima de trabajar y adquirir las competencias específicas y transversales definidas.

Fruto de este análisis y de la percepción de satisfacción por parte del estudiante se proponen sistemáticamente cambios orientados a la mejora. En el apartado 5.3. pueden verse, por ejemplo, las acciones de mejora llevadas a cabo en diversas asignaturas del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia (asignaturas metodológicas, Publicidad y social media, Marketing en social media) y los resultados positivos obtenidos en todos los casos.

El Trabajo Final de Máster

En la asignatura Trabajo final del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital**, se proponen diferentes líneas relacionadas con los ámbitos de experiencia y de investigación de los tutores de los diferentes trabajos y que tienen como objetivo poner de manifiesto la adquisición de las competencias específicas y transversales. La propuesta inicial de las líneas de trabajo (véase [Evidencia 6.19 TFM Formulario de Google](#)), junto con el web del TFM ([Evidencia 6.20 Guía del TFM](#)) se hace llegar a los estudiantes por medio del aula de tutoría, de manera previa a la matrícula para que vayan reflexionando sobre las diferentes modalidades y opciones más coherentes con sus ámbitos de interés, sus prioridades o posibilidades profesionales. Para la asignación de los tutores de los TFM se tiene en cuenta su currículum profesional o de investigación, según el trabajo sea de carácter investigador o se trate de un proyecto de aplicación profesional.

Para superar el TFM hay que realizar 4 actividades diferenciadas y de entrega obligatoria que se especifican en el plan docente de la asignatura. La primera actividad está relacionada con la definición y la planificación del trabajo (véase [Evidencia 6.21 TFM Propuesta 20191](#)). Las siguientes actividades son de seguimiento y se corresponden con la ejecución del TFM (véase [Evidencia 6.22 TFM Primer Borrador 20191](#), [Evidencia 6.23 TFM Segundo Borrador 20191](#)). Durante esta fase, el estudiante hace entregas a su tutor/a con el objetivo de facilitar el

seguimiento y la evaluación. Así, el TFM está sujeto a observaciones por parte del tutor/a y hay revisiones por parte del estudiante, para elevar la calidad de los contenidos y la forma. Finalmente, debe presentarse el documento resultante del desarrollo completo del trabajo (Word o PDF) (véase [Evidencia 6.24 TFM EntregaFinal 20191](#)) y un resumen de este en forma de presentación digital (vídeo) por medio de la herramienta Present@ (véase [Evidencia 6.25 TFM DefensaOral 20191](#)), accesible para todos los compañeros de aula, así como para los diferentes tutores. Para la culminación del TFM, el estudiante debe defender su trabajo de manera pública y síncrona por medio de la herramienta para videoconferencia [Blackboard Collaborate](#). La sincronía en la defensa del TFM se ha incorporado de manera obligatoria el semestre 2020-1.

Para garantizar la objetividad del proceso de evaluación, se dispone de rúbricas (véase la [Evidencia 6.26 Rubrica Evaluacion TFM MU Periodismo](#)) para las diferentes fases y miembros participantes en la evaluación. La calificación se obtiene de la media de la valoración del tutor del trabajo y del tribunal de evaluación.

La tasa de rendimiento oscila entre el 100 y el 79 % y en el período a evaluación se sitúa en el 86,4 % así que es muy positiva y por encima de los valores que indica la memoria de la titulación (70 %) (véase Tabla 18 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)).

La tasa de satisfacción obtuvo un 100 % el primer curso del máster, luego pasó a ser del 80 % y en el período evaluado se sitúa en el 48 %. Según la encuesta de satisfacción realizada la contestaron 12 personas en el primer semestre y 14 en el segundo, de una muestra de 33 y 46 respectivamente. El segundo semestre la satisfacción tiene unas cifras bastante superiores a la media del curso, y por ejemplo, indican “en general estoy satisfecho con la asignatura” con un 57,1 %, y también con un 85,7 % “el trabajo final me ha permitido poner en práctica y consolidar los conocimientos y habilidades adquiridas en el plan de estudios”. Por otro lado, hay aspectos menos valorados como la coherencia entre la carga de trabajo y los créditos, que baja al 35,7 %.

Nos resulta complejo justificar este descenso del primer semestre ya que se valoran mal las direcciones y los recursos, ambos con un 33,3 % y no han sufrido cambios significativos durante la trayectoria del máster. Además, la percepción del profesorado —gracias al contacto directo, continuado y estrecho con su alumno/a— es que el alumnado quedó satisfecho con las respectivas tutorizaciones y resultados finales. Además, el segundo semestre el alumnado realizó muchísimo esfuerzo debido al contexto de pandemia y confinamiento del curso 2019-2020 y entregaron —en líneas generales— unos excelentes trabajos.

A su vez, el TFM del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia** pretende que el estudiante sea capaz de integrar los conocimientos y competencias que ha adquirido a lo largo de la titulación, así como acreditar que dispone de las habilidades adecuadas para su utilización en un entorno académico o profesional. En este sentido, el TFM constituye el punto final del máster y tiene un vínculo muy estrecho con el resto de materias estudiadas a lo largo del programa.

Los estudiantes deben demostrar sus conocimientos y habilidades con el fin de evidenciar que su formación es la óptima para afrontar retos profesionales, sea cual sea la modalidad de TFM y el ámbito profesional que hayan elegido (TFM con una finalidad principal académica e investigadora, respondiendo al formato clásico de los trabajos de investigación en el ámbito universitario, o bien TFM como proyecto esencialmente profesional cuyo formato final es la propuesta o incluso el producto). Antes de iniciarse el semestre, el alumnado responde a un formulario que constituye un primer filtro (por tema y modalidad) a la hora de asignarle un tutor. De este modo, el fructífero intercambio propuestas y ajustes entre alumno y tutor de TFM puede iniciarse desde el minuto cero. Además, justo antes del inicio del semestre se ofrece una sesión informativa con el objetivo de brindar orientaciones que ayuden al alumnado a conocer en qué consiste el proceso de desarrollo del TFM y a escoger la temática y el tipo de trabajo que desarrollará. Estas sesiones se realizan de forma virtual con la dirección del programa.

Para la realización progresiva del proyecto de TFM y a fin de poder acompañar y asegurar el éxito del proyecto, se han diseñado una serie de hitos que los estudiantes deben ir alcanzando sucesivamente. Al final del proceso, el trabajo es valorado por un comité de evaluación integrado por tres profesores en un proceso que incluye una sesión síncrona de defensa mediante videoconferencia (Blackboard) y que se basa en el empleo de una rúbrica previamente establecida (véase [Evidencia 6.27 rúbricaTFM](#)).

En el curso 2019-2020, la tasa de rendimiento del TFM fue del 79,1 % y la de éxito del 98,6 %. La satisfacción se situó en el 76,3 % (véase Tabla 18 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

Las asignaturas de prácticas

Los dos másteres evaluados incorporan en su plan de estudios una asignatura de prácticas curriculares. El objetivo de las prácticas es ofrecer a los estudiantes un acercamiento guiado al ámbito profesional de la titulación, en el que puedan aplicar mediante actividades y dinámicas profesionales, los conocimientos adquiridos durante su formación.

En los estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación desde el curso 19-20 se dispone de una profesora propia responsable de todas las asignaturas de prácticas de los diferentes programas. La incorporación de esta responsabilidad transversal busca potenciar sinergias entre las diferentes titulaciones, fortalecer y ampliar la relación con el sector profesional y la oferta de prácticas, asegurar criterios comunes de calidad y seguimiento docente y facilitar la transferencia de buenas prácticas, recursos docentes y proyectos de innovación vinculados a las prácticas.

Esta profesora propia trabaja además en estrecha coordinación con la subdirección de docencia, la manager de programas, el equipo de gestión de cada titulación, y con la persona referente del Servicio de Prácticas y Movilidad, que se encarga de la gestión de convenios y de todos los procesos institucionales relacionados con las prácticas.

Asimismo, la universidad dispone de una herramienta de gestión y difusión de las ofertas de prácticas ([Xperience](#)), y de un portal específico con información detallada orientada a los centros de prácticas (véase [portal prácticas UOC](#))

En el **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital** las prácticas son optativas y tienen un creditaje de 4 ECTS. Encontramos doble modalidad: las externas y las virtuales. Ambas están orientadas fundamentalmente a la integración de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del máster. Las prácticas externas curriculares con empresas permiten establecer una estrecha vinculación entre la formación académica y el mundo profesional, y se espera que el estudiante desarrolle y consolide competencias propias del ámbito de la comunicación informativa y/o audiovisual, así como un conjunto concreto de competencias básicas, generales y transversales, con criterio profesional, creativo e innovador en el desarrollo de una actividad o proyecto profesional real. Por otro lado, para las prácticas virtuales se ha preparado con la herramienta Atavist una publicación², [4journalism](#) que aporta una perspectiva innovadora y actual sobre el desarrollo tecnológico del periodismo y la difusión de su impacto. El alumnado asume el rol como periodista para reflexionar y poner en marcha diferentes estrategias sobre diferentes coberturas informativas. Participará en los procesos de propuesta de temas, preproducción, producción y difusión de un reportaje de largo formato. Al iniciar la asignatura, el estudiante se incorpora a un equipo de trabajo con el que interactúa de manera remota en el desarrollo e implementación del proyecto. Durante todo el desarrollo de las prácticas el estudiante contará con el apoyo y la orientación personalizada de un docente experto en el área de conocimiento concreta en la que se inscriben las prácticas.

Para la evaluación de las prácticas, el estudiante deberá realizar una serie de actividades comunes y otras establecidas por su tutor o tutora. La calificación final de la asignatura vendrá determinada por la valoración tanto de las actividades comunes, como por la actitud y el desempeño de las diferentes tareas propuestas por su tutor o tutora.

A su vez, el **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia** incluye en su plan de estudios la asignatura de Prácticas. Esta asignatura, de carácter optativo, tiene una carga docente de 5 créditos ECTS y está orientada fundamentalmente a la integración de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del programa.

Las prácticas se ofrecen en el tramo final del programa (para cursar la asignatura hay que haber superado los 39 créditos obligatorios del máster o un mínimo de 24 y encontrarse en disposición de superar los 15 restantes de la formación obligatoria durante el semestre académico en que se hagan las prácticas) y se recomiendan especialmente a los estudiantes que quieren profundizar en el enfoque

² [4journalism.uoc.edu](#) es una revista digital realizada por los y las estudiantes del Grado de Comunicación y del Máster Universitario de Periodismo y Comunicación Digital. La temática de la revista está destinada a la información y análisis sobre el impacto de las tecnologías en el desarrollo de la comunicación, a través de narrativas multimedia y herramientas digitales de datos y visualización de la información.

profesionalizador de la titulación. Además de ofrecer la posibilidad de realizar las prácticas de forma presencial o virtual.

Las prácticas externas implican desarrollar un periodo de actividad profesional de 120 horas en una empresa o institución que haya firmado un convenio de prácticas curriculares con la universidad. Durante las prácticas el estudiante recibe el apoyo de un tutor externo o persona de referencia vinculada formalmente a la entidad así como la orientación, en el aula, de un colaborador docente experto en el área.

El alumno sigue un plan formativo en la empresa y expone al colaborador docente de la UOC los resultados de sus prácticas mediante la entrega de una memoria, que tiene un peso del 20 % en la calificación final de la asignatura. Además, el tutor de la entidad también remite un informe al docente valorando el aprendizaje experiencial alcanzado.

En el caso de la modalidad de prácticas virtuales, se sigue un modelo muy similar pero sin que el alumnado desarrolle su actividad en la sede de la empresa o institución colaboradora. Los estudiantes llevan a cabo toda su actividad en un entorno virtual de trabajo colaborativo de la UOC bajo la supervisión de profesorado colaborador especializado, aunque no por ello dejan de interactuar ocasionalmente con interlocutores de la entidad en cuestión. Coincidiendo con la vinculación a la asignatura de la competencia transversal sobre ética y perspectiva de género (CT4), se han primado las colaboraciones con entidades del tercer sector abiertamente comprometidas con estas cuestiones. En el semestre 2020-1, por ejemplo, se inició una colaboración con el Institut de Drets Humans de Catalunya.

Grado de logro del subestándar: se alcanza.

La diversidad de metodologías empleadas (planteadas específicamente en función a los objetivos fijados y las competencias que se deben adquirir en cada materia), las actividades formativas basadas en retos y el modelo de evaluación que pivota sobre la base de la evaluación continua permiten garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos en cada asignatura, tal y como se ha observado en la descripción de las asignaturas seleccionadas. Junto a ello, los indicadores de satisfacción contribuyen a evidenciar la pertinencia de las actividades, métodos y modelos de evaluación aplicados.

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

Los valores de los indicadores académicos del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital** son adecuados para las características de la titulación, tanto en lo que se refiere a las calificaciones obtenidas (calificación mayoritaria de notable) como a las tasas de rendimiento (79,9 %) y de éxito (97,3 %). Estos resultados evidencian un buen seguimiento de la evaluación continua y una buena consecución de los objetivos

de aprendizaje (véase Tabla 10 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)).

La evolución del número de graduados, que alcanza la cifra total de 102 (véase tabla 12 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)). Si analizamos su evolución por curso académico encontramos una tasa de graduación del 49,5 % el año 2019-20 del alumnado matriculado en la primera promoción y del 35,8 % del alumnado matriculado en el 2018-19, la segunda (véase tabla 14 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)). Estas cifras demuestran que la mayoría de los estudiantes optan por realizar el máster en más de un curso académico, dedicándole tiempo parcial, pues muchos de ellos compaginan los estudios con obligaciones laborales y familiares.

Si nos focalizamos en las asignaturas elegidas –Periodismo de Datos, Periodismo Móvil, Análisis y Visualización de Datos y el TFM– en el curso 2019-2020 registraron una tasa de rendimiento del 78,1 %; del 72,4 %; del 72,2 % y del 86,4 % respectivamente. La tasa de éxito promedio del máster fue del 97,3 %. Estas cifras permiten valorar positivamente el desarrollo académico de estas asignaturas, así como los efectos positivos derivados de las modificaciones que se han realizado en semestres anteriores, producto del proceso de revisión anteriormente mencionado (véase tabla 10 [Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme](#)).

En el caso del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia**, en el curso 2019-2020 la tasa de rendimiento fue del 81,1 % y la tasa de éxito del 97,5 %, cifras que se consideran altamente positivas y que, además, se han mantenido muy estables durante los tres primeros años de impartición del título. La calificación de notable fue durante este curso la obtenida de forma más habitual por el alumnado (44 %), lo cual evidencia un buen cumplimiento de los objetivos de aprendizaje. El 92,7 % del estudiantado siguió la evaluación continua y la satisfacción media con las asignaturas que integran el programa se situó en el 72,4 % (véase tabla 10 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

En consonancia con el ritmo más pausado que corresponde a un alumnado que mayoritariamente compagina estudios con otras responsabilidades, el número de graduados se ha ido incrementando paulatinamente en cada uno de los tres cursos impartidos: 13, 40 y 71. En el curso 2019-2020, la primera cohorte alcanzó una tasa de graduación del 56,2 % y la segunda una del 45,5 %, superando así ampliamente las tasas de graduación alcanzadas en el curso anterior (30,8 % y 10,2 %, respectivamente). La tasa de abandono se sitúa en el 22,3 %, dentro de los márgenes (20-30 %) que se establecieron en la memoria como satisfactorios a partir del histórico de datos de abandono en otros programas de máster de esta universidad (véase tabla 14 [Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme](#)).

Los resultados de los diferentes indicadores académicos del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia, por lo tanto, son en general adecuados para evidenciar el buen funcionamiento general de las asignaturas de la titulación. Semestralmente la dirección de programa y el profesorado responsable de cada

asignatura hacen un seguimiento y una valoración de estos indicadores, así como de los resultados de satisfacción del alumnado. Esta revisión semestral permite detectar de forma temprana cuando una asignatura no responde a los valores de rendimiento y satisfacción esperados y establecer acciones de mejora para revertir tendencias negativas al primer indicio.

Si nos focalizamos en las asignaturas elegidas –Community manager, Monitorización y reputación online, Social media strategy: diseño del plan y TFM– en el curso 2019-2020 registraron una tasa de rendimiento del 73,6 % del 78,9 %, del 86,8 % y del 79,1 %, respectivamente. La tasa de éxito promedio en estas asignaturas fue del 97,9 %. Estas cifras permiten valorar positivamente el desarrollo académico de estas asignaturas, así como los efectos positivos derivados de los cambios que se han llevado a cabo en semestres anteriores producto del proceso de revisión antes aludido.

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones

Los indicadores académicos de ambas titulaciones y que reflejan el porcentaje de titulados así como la tasa de éxito y rendimiento ofrecen resultados muy positivos y que se consideran adecuados a las características de estos programas de máster. Otros indicadores como la tasa de abandono también se sitúan dentro de los márgenes previstos de forma que se considera que la evolución registrada es satisfactoria.

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

Atendiendo al perfil mayoritario de los estudiantes del programa, para la valoración de este subestándar debe tenerse en consideración el hecho de que el 82,4 % de los estudiantes de la UOC cuenta con trabajo, de modo que la motivación para cursar el máster, normalmente, no es la de insertarse en el mercado laboral, sino lograr una mejora o un cambio profesional. En el ámbito de la Comunicación y del Periodismo, según las encuestas de incorporación de los respectivos programas: el 71,4 % está ocupado en periodismo y un 78,4 % en el ámbito de social media. Estas cifras se sitúan en valores similares al resto de estudiantado de la UOC. El elevado porcentaje de ocupabilidad de nuestro alumnado podría justificar la baja valoración del servicio de orientación profesional al no hacer uso de este o no comprender el alcance de sus funciones y de la atención que les puede brindar.

Conviene destacar que la UOC ha participado en el estudio 2020 “*La inserció laboral dels titulats i titulades de màster de les universitats catalanes*” (AQU, 2020), como ya viene haciendo en los últimos años. En el diálogo constante con la Agencia se revisa y mejora su adecuación a las especificidades de la UOC. Mantener la participación en este proyecto global del sistema universitario catalán, así como participar en otros del ámbito del sistema universitario español permite a la UOC compararse con el conjunto del sistema universitario.

En este sentido, mencionar el índice de calidad ocupacional (IQO) 63,4 en la edición del 2020 toma valores de 0 a 100 y se construye a partir de 4 indicadores: contrato, satisfacción con el trabajo, retribución y adecuación. Como más elevados son los valores, mejor calidad ocupacional (mayor estabilidad, satisfacción, retribución o adecuación) $IQO = f(\text{estabilidad} + \text{retribución} + \text{adecuación}) * \text{satisfacción con el trabajo}$.

Por lo que se refiere a los resultados, el informe de inserción laboral AQU 2020 indica que la tasa de ocupación de las personas con nivel de máster es del 92 % y los datos agregados de los másteres de los ámbitos comunicación y documentación concluyen que el 70 % de los estudiantes repetiría el máster que ha cursado. Adicionalmente, el informe de la AQU observa que el índice de la calidad de ocupación es del 87 %, y sitúa los másteres de los ámbitos comunicación y documentación entre los 13 mejores en este aspecto.

Asimismo, el Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios en su estudio de 2017 refleja que el 72,8 % de los estudiantes de un máster en ciencias sociales y jurídicas tenía empleo dentro de los seis meses siguientes a la finalización de sus estudios (el 45,3 % ya tenía empleo antes de finalizar, el 14,3 % encontró empleo durante los tres meses siguientes a la finalización, y un 13,2 % entre los tres y los seis meses siguientes) (véase [informe OEEU, 2017](#)). Dado que, hasta la fecha, no se facilitan datos específicos sobre la inserción laboral de los graduados de este máster en los estudios de la AQU, permanecemos atentos en próximas publicaciones de datos significativos sobre esta cuestión.

De acuerdo con los datos del informe de inserción laboral de los titulados y tituladas de máster de las universidades catalanas, de 2020 (elaborado por la AQU), el índice de calidad ocupacional en la disciplina de comunicación es de 63,1.

Teniendo en cuenta la fecha en la que se pusieron en marcha los dos másteres evaluados (curso 2017-2018) y el ritmo al que van avanzando su alumnado (mayoritariamente sin dedicación plena a sus estudios), todavía no es posible disponer de datos provenientes del estudio de AQU sobre la inserción laboral de sus graduados. Se espera poder disponer de datos referentes a la cuestión próximamente.

De manera adicional, la UOC hace de manera sistemática una encuesta a los graduados de los diferentes programas, y podemos constatar que los niveles de satisfacción de los graduados del **máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital** también son buenos (valores medios de 3-4 en escala de 1 a 5) con un 85,7 % están satisfechos con la titulación. En el mismo sentido, la mejora de las competencias para las actividades personales se valora con un 85,7 % y la formación recibida les ha permitido mejorar las capacidades para la actividad profesional tiene una valoración del 100 %, aspecto que se considera relevante y que esperamos que revierta en una mejora profesional de los titulados (véase [Evidencia 5.3 Graduados MU Periodismo 2019](#)). Otros aspectos recogidos en los resultados de la encuesta a los graduados sugieren conclusiones interesantes en cuanto a sus efectos sobre la empleabilidad y la carrera profesional del

estudiantado. Así, el 37,5% escogió la titulación con el objetivo de mejorar profesionalmente y el 12,5% por considerar que tiene buena salida laboral. Entre las perspectivas de futuro también se apuntan cuestiones relacionadas con el cambio de trabajo por uno relacionado con la titulación cursada (25%) e incluso un 25% indica la opción de continuar estudios cursando un doctorado. Destacamos que la totalidad si volviesen a empezar lo haría de nuevo con la UOC y con la misma titulación (ambas respuestas con un 100 %).

A su vez, la satisfacción genérica con la titulación de las y los graduados del **máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia** es del 80 % (4,1 sobre 5) en el curso 2019-20. Este curso, ese mismo colectivo valora con un 60 % (4 sobre 5) la mejora de las capacidades para la actividad profesional aportadas por la titulación (véase [Evidencia 5.4 Graduados MU Social Media 20192](#)). La encuesta ofrece además la percepción de las y los graduados con respecto a las expectativas depositadas en el programa y sus efectos en términos de empleabilidad y mejora de la carrera profesional. Así, un 40 % indican que han cursado el máster con el objetivo de mejorar profesionalmente y un 10% por tener una buena salida profesional (10 %). Una vez cursado, el colectivo de graduados que participó en la encuesta indicó que entre las perspectivas de futuro estaban cambiar de trabajo por otro relacionado con la titulación (30 %), empezar a trabajar (20 %) o continuar trabajando (30 %).

Grado de logro del subestándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

Los indicadores disponibles para estas titulaciones permiten considerar que los datos de empleabilidad son positivos. Se debe tener en cuenta el volumen de estudiantes que ya se encontraban ocupados en el momento de cursar el máster lo que contribuye a poner en valor especialmente indicadores como la satisfacción de los graduados tanto con el programa en general como con las competencias vinculadas con el desarrollo profesional. La mejora profesional o la salida laboral que podía tener la titulación son razones esgrimidas por las y los graduados a la hora de escoger el máster. Además poder cambiar de trabajo por uno relacionado con la formación recibida se encuentra entre las perspectivas de futuro del colectivo de graduados.

Grado de logro del estándar: se alcanza, en ambas titulaciones.

Desde una perspectiva global consideramos como puntos fuertes de las titulaciones en lo que se refiere a este estándar:

- El éxito del modelo de evaluación continuada de la UOC, que impacta muy positivamente en la tasa de rendimiento y de éxito de las titulaciones
- La implementación de diversas acciones a nivel transversal de Estudios, programas y asignaturas, orientadas a incorporar la perspectiva de género a la docencia.
- El proceso de creación y/o transformación de asignaturas que procura también reforzar el diseño por competencias, se contempla tanto a nivel metodológico (trabajando las asignaturas en base a retos) como de renovación de materiales y recursos de aprendizaje
- La satisfacción con las competencias adquiridas vinculadas con el desarrollo profesional y las expectativas relacionadas a la mejora profesional de los graduados.

5. Valoración final y propuestas de mejora

5.1 Valoración final

Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital

El Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas cumple con el nivel formativo que requiere el MECES, tal como ya se confirmó en el momento de verificarlo, y se ha desplegado según la planificación prevista en la memoria de verificación. También los perfiles de acceso corresponden a lo requerido, y son los adecuados para la adquisición de las competencias del programa.

Destacamos también la pertinencia, adecuación y actualidad del plan de estudios de esta titulación, así como su organización y estructura, que proporciona un recorrido formativo integral e interrelacionado que facilita la adquisición de conocimientos y competencias por parte del estudiantado.

Otro aspecto a resaltar es que durante el período evaluado se han establecido colaboraciones con asociaciones profesionales del sector como Júnior Report (La Vanguardia), Anuario de “Els Silencis Mediàtics” (Grup Barnils) y [Google News Initiative](#), colaboraciones estas que refuerzan la actualidad y pertinencia de la titulación a partir de una estrecha vinculación con el mundo profesional del periodismo.

El centro dispone de un SGIC que da respuesta a los procesos implicados en la actividad docente y de servicios de la Universidad. Tal como se ha indicado en el estándar 3, el SGIC se ha completado con la publicación regular de los informes de seguimiento. Asimismo, los mecanismos de coordinación de los que dispone la titulación permiten el trabajo alineado, la compartición de buenas prácticas y la adopción de propuestas de mejora de manera proactiva y ágil.

En lo que respecta al profesorado, éste tiene un nivel de cualificación académica adecuado y un perfil suficientemente especializado que garantizan la calidad de la actividad docente, desde los niveles iniciales hasta los niveles avanzados, conforme se detalla en el estándar correspondiente.

Los servicios de apoyo al aprendizaje son eficientes y responden satisfactoriamente a las necesidades de la titulación, constituyendo también objeto de valoración y de mejora

continua. Las infraestructuras docentes y de apoyo al aprendizaje se consideran muy adecuadas para motivar, facilitar y enriquecer el aprendizaje y la adquisición de competencias de los estudiantes. Del mismo modo, los recursos de aprendizaje son pertinentes y relevantes para cada asignatura, y se elaboran mediante procesos de continua revisión y actualización.

La metodología, las actividades docentes y el sistema de evaluación son pertinentes e innovadores, y permiten certificar la consecución de los resultados de aprendizaje en las diferentes asignaturas del máster, incluyendo el TFM y las prácticas. Las evidencias de los resultados de aprendizaje responden satisfactoriamente al perfil formativo y al nivel del MECES requerido para el programa.

Los valores de los indicadores académicos generales del máster son positivos, así como las tasas de graduación y abandono. La percepción de satisfacción con la titulación es también adecuada. Aun así, en las asignaturas en donde se detectan niveles de rendimiento o satisfacción inferiores a lo deseado se realizan esfuerzos específicos para su mejora, tal y como se detalla en el apartado 5.2.

En este sentido, la titulación evaluada está sometida a un proceso de mejora continua detallado en los procesos de seguimiento anuales, de manera que cada curso académico se revisan los indicadores más relevantes del programa, y del centro, planteando e implementando acciones de mejora en aquellos aspectos cuyos indicadores muestran un margen de mejora.

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

El Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia cumple con el nivel formativo que requiere el MECES, tal como ya se confirmó en el momento de verificarlo. Se ha desplegado según la planificación prevista en la memoria de verificación y la información pública sobre el mismo ha ido mejorando hasta alcanzar el nivel adecuado. La satisfacción con la información que aparece en el web de la titulación, por ejemplo, pasó del 60 % en el curso 2018-2019 al 90 % en el curso 2019-2020.

La mayoría del alumnado que se incorpora a la titulación (64 % en el curso 2019-2020) responde adecuadamente al perfil de ingreso recomendado. En consonancia con ello, el 90 % de los graduados consideran que el nivel académico de acceso a la titulación fue adecuado para su correcto seguimiento y su tasa de éxito que en los tres cursos evaluados no ha bajado del 97,5 %.

La satisfacción general con la titulación evidenciada por los graduados es del 80 %. Además, el 70 % de este colectivo está satisfecho con la metodología docente empleada por el profesorado al considerar que ha favorecido su aprendizaje, el 80 % considera que el uso del campus virtual de la UOC también ha favorecido su aprendizaje y el 70 % considera que dicho aprendizaje se ha visto adecuadamente reflejado por los sistemas de evaluación empleados.

El plan de estudios ofrece una estructura coherente con los objetivos favoreciendo una formación polivalente y completa al tiempo que facilita la opción de especializar y profundizar en ciertos perfiles competenciales a través de la elección de las materias optativas. El programa ofrece una formación actual que contempla tanto la vertiente investigadora como la profesionalizadora. En este sentido la realización de actividades complementarias, como talleres o seminarios reflejadas a lo largo del informe, y la colaboración con empresas y entidades garantiza el contacto estrecho con el mercado laboral y el sector profesional.

El centro dispone de un SIGC que da respuesta a los procesos implicados en la actividad docente y de servicios de la Universidad. Tal como se ha indicado en el estándar 3, el SIGC se ha completado con la publicación regular de los informes de seguimiento.

El personal docente tiene un nivel de cualificación académica adecuado y un perfil suficientemente especializado que garantizan la calidad de la actividad docente, desde los niveles iniciales hasta los avanzados. Cuenta con 17 profesores y profesoras propios a tiempo completo, 100 % doctor y acreditado, que acumulan 31 tramos docentes y 19 sexenios de investigación. Además, participan en la actividad docente 39 profesores colaboradores. En el curso 2019-2020, el 83,1 % del alumnado valoró positivamente el dominio del profesorado sobre los contenidos del programa.

Los servicios de apoyo al aprendizaje son eficientes y siempre son objeto de valoración y de mejora continua.

En el curso 2019-2020, la tasa de rendimiento fue del 81,1 % y la tasa de éxito del 97,5 %, cifras que se consideran altamente positivas y que, además, se han mantenido muy estables durante los tres primeros años de impartición del título. La calificación de notable fue durante este curso la obtenida de forma más habitual por el alumnado (44 %), lo cual evidencia un buen cumplimiento de los objetivos de aprendizaje.

El 92,7 % del estudiantado siguió la evaluación continua y la satisfacción media con las asignaturas que integran el programa se situó en el 72,4 %. Ese mismo curso, además, el 73,8 % del alumnado se mostró satisfecho con los conocimientos y habilidades adquiridos, mientras que el 73,3 % consideró que tanto el plan de estudios como los conocimientos, las habilidades y las aptitudes que deben alcanzarse en la titulación habían sido bien definidos y conocidos.

También en el curso 2019-2020, la primera cohorte alcanzó una tasa de graduación del 56,2 % y la segunda una del 45,5 %. La tasa de abandono se sitúa en el 22,3 %, dentro de los márgenes (20-30 %) que se fijaron en la memoria como satisfactorios.

Como se ve, pues, en general los indicadores de esta titulación son adecuados. Con todo, en las asignaturas que tienen unos niveles de rendimiento o de satisfacción inferiores a la media se realiza y seguirá realizándose un esfuerzo específico de mejora.

Recientemente se ha reforzado el desarrollo de actuaciones profesionales éticas, sostenibles, respetuosas y con impacto social (con especial énfasis en la perspectiva de género) mediante la incorporación de una competencia transversal vinculada a 12 asignaturas de la titulación.

A continuación, en el apartado 5.2 se presentan las acciones de mejora concretas, tanto las de centro (cuando afectan a todas las titulaciones) como las que son específicas de alguna de las titulaciones presentadas. En cualquier caso, las titulaciones son objeto de un proceso de mejora continua reseñado en el proceso de seguimiento, por lo que cada curso se revisan los indicadores más relevantes y los del centro.

5.2 Propuestas de mejora

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización	Plazo propuesto	Indicador seguimiento
AM_centro		Seguimiento cursos anteriores	E5	Satisfacción con los servicios de orientación profesional	Estudios	Necesidad de mejorar y visibilizar (o difundir) los servicios de orientación profesional	<p>Coordinar acciones conjuntas con el Servicio de Orientación Profesional</p> <p>Generar sinergias con el nuevo Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad</p> <p>Familiarizar al alumnado con los servicios de Alumni antes de su graduación</p> <p>Ampliar recursos para informar de las opciones de emprendimiento que hay en el sector (Toolkit de ocupabilidad)</p>	Mejora los resultados de la titulación	2021-1	Porcentaje de satisfacción con los servicios de orientación profesional.
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento cursos anteriores	E1	Consolidación de la perspectiva de género en el programa	Programa	Necesidad de adaptarse a los requerimientos sociales y de calidad académica	<p>Establecer resultados de aprendizaje que desarrollen la competencia CT4 en todas las asignaturas que la tienen vinculada.</p> <p>Adecuar las actividades evaluables a los nuevos resultados de aprendizaje establecidos.</p> <p>Completar la formación de todo el profesorado propio en materia de compromiso ético y global.</p> <p>Difundir e integrar todos los recursos incluidos en el nuevo toolkit de perspectiva de género.</p>	<p>Ajusta la propuesta a la demanda de la sociedad</p> <p>Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA</p>	2021-2	Completar la integración de la CT4 a la titulación.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización	Plazo propuesto	Indicador seguimiento
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento curso actual	E5	Niveles de satisfacción con la acción docente y tutorial bajos	Programa	Descenso en la valoración de la acción tutorial y necesidad de mejorar el acompañamiento que realiza el equipo docente	<p>Profundizar en el conocimiento de las necesidades y expectativas del alumnado del programa con respecto a la acción tutorial.</p> <p>Incrementar la visibilidad de las tutoras en el conjunto del alumnado y compartir pautas de actuación y criterios de atención para incrementar la transparencia y conocimiento de sus tareas</p> <p>Contribuir a la mejora y enriquecimiento de la guía de actuación tutorial del master.</p> <p>Consolidar las acciones de mejora previas y las buenas prácticas desarrolladas como la realización de una reunión anual con el conjunto de colaboradores docentes.</p> <p>Explorar canales de comunicación como la lista de distribución del grupo de trabajo para enviar resúmenes mensuales sobre la evolución del programa, recordatorios de las tareas y sugerencias de mejora de la acción docente.</p>	Mejora los resultados de la titulación	2021-2	Mejorar en diez puntos porcentuales los porcentajes de satisfacción de la acción tutorial y alcanzar una satisfacción del 75% con la acción docente

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización	Plazo propuesto	Indicador seguimiento
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento cursos anteriores	E6	Baja participación y nivel de respuesta a las encuestas de satisfacción	Programa	Necesidad de mejorar la motivación / compromiso de los estudiantes con el programa	Potenciar y concienciación desde la dirección del programa la importancia de que el alumnado participe en las encuestas. Implementación de una acción transversal (concurso)	Mejora los resultados de la titulación	2021-2	Pasar de un cociente de respuesta* de 1,4 por estudiante a uno de 2,0 en las encuestas de satisfacción de las asignaturas de la titulación
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento curso actual	E5	Niveles bajos de satisfacción con respecto a la respuesta ofrecida por Biblioteca las necesidades de los alumnos	Programa	Mala valoración de alumnado sobre búsquedas y respuesta recibida consultas en Biblioteca	Actualizar Información sobre las dificultades que encuentran los estudiantes del programa. Ampliar la información del servicio de Biblioteca que se da a estudiantes mediante vídeo tutorial	Estandarización y eficiencia de procesos	2021-2	Alcanzar una satisfacción del 60 %
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso	E6	Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura Big data y social media	Asignatura	Necesidad de revisar actividades y recursos en el aula	Reformular las actividades evaluables Actualización de los recursos de aprendizaje Incorporación de nuevas herramientas acordes con las empleadas en el ámbito profesional	Mejora los resultados de la titulación	2021-2	Alcanzar el 65 % de satisfacción (global asignatura, acción docente, y recursos de aprendizaje)
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6	Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura Publicidad en social media	Asignatura	Necesidad de revisar y mejorar los recursos en el aula	Actualización y ampliación de los recursos de aprendizaje Incorporación de nuevo software especializado acorde con el empleado en el ámbito profesional	Mejora los resultados de la titulación	2021-2	Alcanzar el 65 % de satisfacción (global asignatura y recursos de aprendizaje)

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización	Plazo propuesto	Indicador seguimiento
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento del curso actual	E6	Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura Social media strategy: ejecución y gestión	Asignatura	Necesidad de revisar actividades y recursos en el aula, y renovar PDC	Reforzar el equipo docente con nuevas incorporaciones reformular las actividades evaluables Actualización de los recursos de aprendizaje	Mejora los resultados de la titulación	2021-2	Alcanzar el 65 % de satisfacción (global asignatura, acción docente, recursos de aprendizaje y sistema de evaluación)
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento cursos anteriores	E6	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje de la asignatura métrica y evaluación en social media	Asignatura	Necesidad de revisar actividades e incorporar soluciones tecnológicas específicas	Gestionar el uso de licencias y programario específico que permita a los estudiantes acceder a datos reales y actualizados que faciliten el análisis de métricas concretas de social media.	Mejora los resultados de la titulación	2021-1	Alcanzar el 65% de satisfacción de los recursos de aprendizaje
AM_titulación	MU de Social Media: Gestión y Estrategia	Seguimiento curso actual	E6	Baja satisfacción con las prácticas	Asignatura	Necesidad de consolidar el modelo actual de gestión de prácticas personalizado	Hacer un diagnóstico que permita comprender las necesidades y expectativas de los estudiantes cuando cursan las prácticas. Implementar las buenas prácticas que se adapten a las expectativas de los estudiantes. Potenciar los canales de comunicación de información previa al inicio de las prácticas.	Mejora los resultados de la titulación	2021-2	Alcanzar una satisfacción del 65%
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento cursos anteriores	E1	Consolidación de la perspectiva de género en el programa	Programa	Necesidad de adaptarse a los requerimientos sociales y de calidad académica	Adecuar las actividades evaluables a los nuevos resultados de aprendizaje establecidos. Completar la formación de todo el profesorado propio en materia de compromiso ético y global. Difundir e integrar todos los recursos incluidos en el nuevo toolkit de perspectiva de género.	Ajusta la propuesta a la demanda de la sociedad Dar respuesta a requerimientos externos: legales o procesos del MVSMA	2022-1	Completar la integración de la CT3 en el programa.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización	Plazo propuesto	Indicador seguimiento
							Realizar una sesión formativa para el claustro de profesorado. Preparar nuevos materiales de Perspectiva género. Trabajar el nuevo Toolkit de género a nivel de programa y PDC. Potenciar la temática de género en los TFM.			
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento cursos anteriores	E6	Baja participación y nivel de respuesta a las encuestas de satisfacción	Programa	Necesidad de mejorar la motivación / compromiso de los estudiantes con el programa	Implementación de una acción transversal para la concienciación al alumnado por parte de DP/PRA del valor de las encuestas	Mejora los resultados de la titulación	2022-1	Pasar de un cociente de respuesta* de 0,24 por estudiante a uno de 0,75 en las encuestas de satisfacción de las asignaturas de la titulación
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento cursos anteriores	E6	Recuperación insuficiente de la satisfacción global con la acción docente de: Modelos de Negocio y Emprendimiento Laboratorio de producción audiovisual y transmedia	Programa	La recuperación de los datos de satisfacción registrada es aún mejorable	Incorporación de nuevo profesorado	Mejora los resultados de la titulación	2021-1	Mejorar la satisfacción global con la acción docente: Modelos de negocio, 50 % Laboratorio de producción audiovisual y transmedia, 60 %.

Nivel	Titulación	Origen	Estándar	Punto débil detectado	Alcance	Descripción de la causa	Acción propuesta	Priorización	Plazo propuesto	Indicador seguimiento
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento cursos anteriores	E6	Recuperación insuficiente de la satisfacción global con los recursos de aprendizaje en Dirección de proyectos; Modelos de negocio y emprendimiento en Comunicación digital y Sociedad	Programa	La recuperación de los datos de satisfacción registrada es aún mejorable	Preparación de nuevas autorías	Mejora los resultados de la titulación	2021-1	Mejorar la satisfacción global con los recursos de aprendizaje: Dirección de proyectos, y Comunicación digital y Sociedad, 65 % Modelos de negocio y emprendimiento, 50 %
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Seguimiento cursos anteriores	E5	Baja satisfacción con Biblioteca	Programa	Mala valoración de alumnado sobre búsquedas y respuesta recibida consultas en Biblioteca	Actualizar Información sobre las dificultades que encuentran los estudiantes del programa. Ampliar la información del servicio de Biblioteca que se da a estudiantes mediante el equipo tutorial y contenidos explicativos audiovisuales	Estandarización y eficiencia de procesos	2022-1	Alcanzar una satisfacción del 65 %
AM_titulación	MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Nueva	E4	A partir del proceso reflexivo del autoinforme, alcanzar la excelencia en la adecuación del profesorado al programa formativo en la siguiente acreditación	Programa	Subindicadores que actualmente se pueden considerar hacia la excelencia, con posible margen de mejoras.	Coordinación con la subdirección de investigación para alinear los objetivos de investigación del profesorado con la disciplina	Mejora de los resultados de la titulación	2021-2	Participación de todo el equipo en proyectos de investigación del ámbito Crecimiento de la productividad

* El cociente de respuesta se obtiene dividiendo el número de encuestas respondidas por el número de estudiantes matriculados. Dado que cada estudiante típicamente matricula más de una asignatura, el valor obtenido puede ser superior a 1.

5.3 Seguimiento del Plan de mejora del curso 2018-2019

El informe de seguimiento del curso 2018-2019 recogía la valoración de los programas de los Estudios, y se planteaban una serie de mejoras que se han implementado a lo largo del curso 2019-2020 con buenos resultados de manera general.

En la tabla que se encuentra a continuación se detallan los objetivos de mejora marcados, las acciones realizadas y los resultados obtenidos, tanto a nivel de centro como en cada una de las titulaciones evaluadas.

Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación

En cuanto al plan de mejoras del informe de seguimiento del centro correspondiente al curso 2018-2019, se han aplicado, con carácter transversal, las siguientes mejoras:

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
Incluir la perspectiva de género en los programas.	Trabajar para incorporar la competencia del compromiso ético y la perspectiva de género en cada programa.	En ejecución. En el curso 2019-2020 la competencia transversal Compromiso Ético y Global se incorporó mediante una modificación de la memoria en dos programas oficiales: El Máster Universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, y el Máster Universitario de Social Media, Gestión y Estrategia. Esta misma competencia se irá incorporando de manera progresiva en todos los programas oficiales de los Estudios.
Incluir la perspectiva de género en los programas.	Realizar el seguimiento del grupo de trabajo de diagnóstico de la perspectiva de género.	En ejecución. Durante el curso 2019-2020 el grupo de trabajo realizó un diagnóstico de todos los programas oficiales sobre la aplicación de la perspectiva de género en la docencia a partir de un cuestionario de autoevaluación dirigido a todos los profesores responsables de asignaturas. También en el marco de este grupo se definieron las bases de un Toolkit de género aplicado al ámbito de la comunicación.
Implantación de la defensa síncrona del trabajo final de los másteres universitarios.	Implementar la defensa síncrona del trabajo final de los másteres universitarios.	Finalizada. La defensa síncrona de trabajos finales está implementada en todos los programas oficiales de máster que tienen esta asignatura desplegada.

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
Mejora valoración del servicio de orientación profesional.	Elaborar una guía de empleabilidad.	En ejecución. Se está trabajando en la elaboración de un Toolkit de ocupabilidad, actualmente en proceso de producción.

Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital

En cuanto al plan de mejoras del informe de seguimiento del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas correspondiente al curso 2018-2019, se han aplicado las siguientes mejoras:

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
Consolidar la perspectiva de género en el programa.	Hacer un diagnóstico del estado de la perspectiva de género en las asignaturas. Incorporar actividades y recursos que trabajen esta dimensión de manera prioritaria en las asignaturas que incluyen la competencia ética. Participar en las actividades formativas que se llevan a cabo sobre esta temática.	Realizado. Se ha realizado una encuesta para tener un primer diagnóstico del estado en cada una de las asignaturas. Además, las asignaturas que tienen la CT3 han incorporado actividades y ampliado recursos, añadiendo la perspectiva de género para poder trabajar en ejemplos y casos.
Mejorar la satisfacción de los recursos de aprendizaje y de la Biblioteca.	Explicar con un vídeo los recursos de aprendizaje, el modelo NIU/Retos, recursos en las aulas y material disponible en biblioteca.	Realizado. Se ha preparado información escrita y audiovisual focalizada en 3 targets de alumnado: novel, en curso y en proceso TFM. Además se ha impartido una formación al equipo de tutoría y DP sobre la carta de servicios de la Biblioteca UOC (septiembre 2020).
Mejorar la satisfacción con el modelo de evaluación.	Incorporar en todas las asignaturas la PAC global. Incorporar texto estándar en el plan docente para evitar dudas. Excepción TFM y prácticas.	Realizado. Se ha realizado en todas las asignaturas del programa (marzo 2020), a excepción de Periodismo y Social Media (compartida con MU Social Media), Prácticas y TFM (por su naturaleza). La aceptación y valoración por parte del alumnado ha sido muy positiva.
Seguimiento de las asignaturas y de la titulación en general.	Reuniones DP con cada PRA para hacer seguimiento semestral de las respectivas aulas. 2 encuentros anuales.	Realizado.
Mejorar la redacción de los retos.	Pedir a PDC más claridad en la redacción de los retos. Hacer plantilla para retos y aplicarla en todo el máster.	Realizado. Acción realizada y enfatizada en las reuniones plenarios e individuales.

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
Aumentar la respuesta de las encuestas entre los estudiantes.	Trasladar al equipo de profesorado y a las aulas la importancia de contestar las encuestas.	Realizado. Recordatorios antes y durante el envío de las encuestas a los tutores, PRA y PDC. Se ha notado una ligera subida, de 166 respuestas en curso 2018-2019 a 233 el 2019-2020.
Aplicar ajustes en el plan de estudios, mediante la tramitación de un modifica	Preparar y presentar un modifica a AQU. Cambio en los CF, nueva competencia transversal y ampliación de plazas.	Realizado y verificado (julio 2020).
Mejorar la valoración de la acción tutorial	Renovar el equipo de tutoría. Trasladar pautas y calendarización.	Realizado (enero 2020). Casi la totalidad de los indicadores están por encima del 4 sobre 5 puntos, y en sintonía con la media UOC.

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

En cuanto al plan de mejoras del informe de seguimiento del máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia correspondiente al curso 2018-2019 (véase [IST MUSocialMedia](#) y sus pertinentes [propuestas de mejora](#)), se han aplicado las siguientes acciones y se han obtenido los siguientes resultados:

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
Consolidar la perspectiva de género en el programa.	Hacer un diagnóstico del estado de la perspectiva de género en las asignaturas. Incorporar actividades y recursos que trabajen esta dimensión de manera prioritaria en las asignaturas que incluyen la competencia ética. Participar en las actividades formativas que se llevan a cabo sobre esta temática.	En ejecución. Las tres acciones se han llevado a cabo y han empezado a generar resultados tal como se expone en el apartado E.1.5. Con todo, la aplicación de la nueva competencia transversal referida a ética y perspectiva de género (CT4) se ha iniciado en el semestre 2020-1 y su desarrollo seguirá siendo considerado prioritario durante los próximos semestres para garantizar su consolidación.
Mejorar la sostenibilidad del programa	Integrar en aulas multilingües las aulas que hasta el momento impartían docencia en una lengua determinada.	Realizado. La integración se ha llevado a cabo totalmente, lo cual contribuye a garantizar la sostenibilidad del programa.
Falta de correspondencia de la oferta de las asignaturas metodológicas con las necesidades de los estudiantes	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.	Realizado. Durante el periodo se realiza el diseño de ambas asignaturas y se presenta la solicitud de incorporación al programa (en sustitución de las dos asignaturas de metodología cuantitativa y cualitativa) a través de la memoria de modificación. En el semestre 20201 se producen los materiales

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
		docentes y se incluye en la oferta formativa para ser cursadas en el semestre 20202.
Mejorar la satisfacción con la acción docente del programa	<p>Hacer un diagnóstico del seguimiento y del retorno que lleva a cabo el profesorado.</p> <p>Reforzar la información sobre las tareas del PDC y sobre las opciones y los recursos disponibles para mejorarlas.</p> <p>Ampliar la información que se da del profesorado al comienzo del semestre en cada aula.</p> <p>Hacer reuniones conjuntas con el PDC para compartir experiencias y ver ejemplos de buenas prácticas que se puedan incorporar a otras asignaturas.</p>	<p>Realizado. Se han realizado las acciones de mejora propuestas consiguiendo un incremento de la satisfacción que va del 62 % (curso 2018- 2019) al 68,2 % (curso 2019-2020). Con todo, este aspecto se sitúa aún un poco por debajo del 72 % (incremento de 10 puntos porcentuales) establecido como objetivo, de modo que será necesario perseverar en la línea iniciada. Así, se prevé, tal y como se indicaba en la tabla previa de acciones de mejora propuestas, consolidar las acciones emprendidas e incorporar otras nuevas con el fin de alcanzar</p>
Mejorar la satisfacción con los servicios de Biblioteca	<p>Recopilar información sobre las dificultades que encuentran los estudiantes del programa.</p> <p>Ampliar la información del servicio de Biblioteca que se da a estudiantes (especialmente los de nuevo acceso y al comienzo del semestre).</p> <p>Coordinar acciones con la Biblioteca también para ampliar la información sobre los servicios disponibles para PDC y tutoría</p>	<p>Realizado. El porcentaje de alumnos que consideran que la Biblioteca responde a sus necesidades ha pasado del 36,7 % (curso 2018-2019) al 52,7 %(curso 2019-2020). Se supera, pues, el objetivo del 50 % establecido.</p>
Mejorar la satisfacción con los servicios de orientación profesional	<p>Compartir con el servicio de orientación profesional, continuando el trabajo con las acciones que se propusieron, el conocimiento que se tiene de él 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.</p> <p>Acercar el servicio de Alumni antes de terminar los estudios.</p> <p>Proporcionar a la tutoría una guía con pautas para dar.</p> <p>Ampliar recursos para informar de las opciones de emprendimiento que hay en el sector y promoverlas</p>	<p>En ejecución. Se ha registrado un incremento de la satisfacción que va del 44 % (curso 2018-2019) al 50 % (curso 2019-2020). Con todo, este aspecto se sitúa aún por debajo del 65 % establecido como objetivo, de modo que será necesario perseverar en la línea iniciada.</p>

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
Mejorar la participación del alumnado en las encuestas de satisfacción	Potenciar desde la dirección la participación en las encuestas. Promover el reconocimiento de la labor que han hecho los estudiantes para mejorar la motivación (ampliar la difusión los premios del TFM y valorar la posibilidad de implementar una acción transversal al programa como un concurso).	Realizado. Se han realizado las acciones propuestas y el resultado es que el número de respuestas a las encuestas de satisfacción pasó de 224 en el curso 2018-2019 a 348 en el curso 2019-2020. Es cierto que el número total de matriculados también fue más elevado en este último curso, pero incluso en términos relativos el incremento fue significativo, pasando de un cociente de respuesta por estudiante de 1,1 a uno de 1,4.
Mejorar la satisfacción con el modelo de evaluación de la asignatura Publicidad y social media.	Incorporar a los enunciados de los retos los criterios de evaluación que se detallan. Ofrecer recursos de actualización y recursos recomendados o complementarios sobre fundamentos de la publicidad digital.	En ejecución. Se ha registrado un notable incremento de la satisfacción que va del 33 % (curso 2018- 2019) al 58,8 % (curso 2019-2020). Con todo, este aspecto se sitúa aún por debajo del 65 % establecido como objetivo, de modo que será necesario perseverar en la línea iniciada.
Mejorar la satisfacción con los recursos de aprendizaje y con el modelo de evaluación de la asignatura Marketing en social media.	Adaptar las actividades y los recursos al modelo Reto-NIU.	Realizada. Respecto a los recursos de aprendizaje, se ha registrado un notable incremento de la satisfacción que va del 36,4 % (curso 2018- 2019) al 58,8 % (curso 2019-2020). Respecto al modelo de evaluación, la mejora en la satisfacción ha sido más contundente incluso al pasar del 25 % (curso 2018- 2019) al 76,5 % (curso 2019-2020).
Mejorar la satisfacción con los recursos de aprendizaje de la asignatura Métrica y evaluación en social media.	Adaptar la asignatura al modelo Reto-NIU. Rediseñar el contenido asegurando las competencias y adaptando la asignatura a los cambios Potenciar el uso y presencia de herramientas gestionando licencias de uso para acceder a datos que permitan trabajar como lo haría un profesional en activo del sector	En ejecución. Se adapta la asignatura al trabajo del estudiante a partir del modelo Reto NIU y teniendo en cuenta los cambios del sector. Las acciones muestran una mejora de la satisfacción que pasa al 53,3% pero es necesario continuar con esta línea de actuación para alcanzar el objetivo del 65%.
Mejorar la satisfacción con los recursos de aprendizaje y el modelo de evaluación de la asignatura Big data y social media.	Completar los recursos con el uso de nuevas herramientas y nuevas guías o material docente actualizado. Actualizar los retos y adaptarlos a las nuevas necesidades y a los recursos disponibles en el aula. Explicitar las opciones de superación de la	En ejecución. Durante el curso 2019/2020 se trabaja en la redefinición de las actividades y los retos de manera que se profundice más en los contenidos y se focalicen más en la minería de datos y la visualización. Se prepara la renovación y actualización del material docente que será implementado en el curso 2020/2021

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
	<p>asignatura y las oportunidades de seguir la evaluación continua.</p>	
<p>Mejorar la satisfacción con los recursos de aprendizaje de la asignatura Periodismo y social media.</p>	<p>Incorporar material actualizado con información sobre las prácticas profesionales más recientes. Ofrecer recursos audiovisuales específicos. Ampliar la reflexión ética con la incorporación de la perspectiva de género y también otras cuestiones relativas al discurso del odio, las situaciones de emergencia, etc.</p>	<p>Realizado. Se incorpora un vídeo entrevista con una experta en el aula así como recursos específicos que brindan orientaciones sobre la perspectiva de género en la práctica periodística. Se alcanza el objetivo fijado obteniendo una satisfacción de los recursos del 66,7 %</p>
<p>Mejorar la satisfacción con la información sobre el sistema y el modelo de evaluación en el TFM y falta de orientaciones previas para escoger la temática y el tipo de trabajo.</p>	<p>Incorporar al Campus información más detallada sobre la dinámica, el seguimiento y la evaluación del TFM. Ofrecer sesiones sincrónicas durante el proceso de matriculación para orientar en la selección de la temática y el tipo de trabajo y también recoger las intenciones de los estudiantes con la finalidad de mejorar la asignación del tutor del TFM. Elaborar un vídeo explicativo para dar orientaciones de inicio respecto al proceso de la exposición y defensa del TFM. Consolidar la información sobre el modelo de evaluación en el plan docente. Recordar los criterios de evaluación y la rúbrica antes de la entrega final del TFM y de realizar la exposición y defensa.</p>	<p>Realizado. Las acciones implementadas permiten obtener una mejora de satisfacción que se registra en la encuesta específica sobre el TFM en el último semestre del curso 2019/2020 (véase evidencia satisfacción TFMSM). Especialmente significativa es la satisfacción registrada sobre la consolidación de conocimientos que permite el trabajo que se sitúa en el 87%, muy superior al objetivo marcado. También mejora la satisfacción sobre el modelo de evaluación que se sitúa en el 69,6%, por encima del objetivo del 65% marcado.</p>
<p>Mejorar la satisfacción con la asignatura de Prácticas.</p>	<p>Implementar un nuevo modelo de asignación de las prácticas más personalizado y que comience con la expresión de las intenciones del estudiante. Implementar las rúbricas en el sistema de evaluación e informar claramente de los criterios de evaluación por lo que se refiere a la memoria. Desarrollar las prácticas en el entorno virtual de la UOC caracterizadas por la colaboración, la generación de una experiencia inmersiva y la</p>	<p>Realizado. Se incorpora el nuevo modelo de asignación de prácticas con un enfoque más personalizado. Se incrementa la información disponible sobre la evaluación y se desarrollan las prácticas en el entorno virtual UOC. Las acciones registran una mejora de la satisfacción del 50% si bien no se alcanza el objetivo del 65%</p>

Objetivo que había que alcanzar	Acción propuesta	Resultado
	apertura a la innovación de las propuestas que se trabajan.	

Como puede apreciarse en la tabla anterior, la mayor parte de las acciones de mejora previstas han sido implementadas y han producido los resultados esperados. Aunque en algunos casos minoritarios la mejora conseguida se ha situado por debajo de las expectativas, no hay ningún caso en el que no se haya registrado mejora lo que anima a continuar en la línea de actuación iniciada en esos casos.

6. Relación de evidencias

Presentación del centro y elaboración del autoinforme

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Portal de Transparencia de la UOC	Enlace Portal de Transparencia de la UOC	S
	Portal UOC. Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace_Portal Estudios_InfoCom	S
	Mapa del conocimiento	Enlace Mapa del conocimiento	S
	Guía para la acreditación de las titulaciones oficiales de grado y máster (AQU)	Enlace_Guia AQU acreditación grado-máster	S
	Evidencias e indicadores recomendados para la acreditación de grados y másteres (AQU)	Enlace_AQU evidencias e indicadores recomendados	S
0.0	Informe de valoración elaborado por el Comité de Evaluación Interno	Evidencia_0.0_Informe_CAI	N

Recopilación de cambios producidos resultado de la crisis sanitaria COVID-19

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Medidas extraordinarias en respuesta a la crisis de la COVID-19	Enlace Acuerdo CD	S
0.1	ECIC Protocolo actuación prácticas	Evidencia_0.1 Protocolo actuación prácticas	N
0.2	Informe de valoración de la satisfacción del estudiante con el programa. Bloque COVID (MU Periodismo)	Evidencia_0.2 Informe_Final curso COVID MU Periodismo	N
0.3	Informe de valoración de la satisfacción del estudiante con el programa. Bloque COVID (MU Social Media)	Evidencia_0.3 Informe_Final curso COVID MU Social Media	N

Estándar 1: Calidad del programa formativo

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
1.7	Evidencias Ejemplo ECIC Acta reunión	Evidencia_1.7 Ejemplo ECIC Acta 060520	N
	Plan estratégico. UOC 2014-2021	Enlace Plan estratégico.	S
1.14	Encuesta Profesorado Colaborador ECIC	Evidencia_1.14 Encuesta profesorado colaborador ECIC	N
	Normativas universitarias	Enlace normativas universitarias	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Evaluación de Estudios Previos (EEP)	Enlace Vídeo Evaluación de Estudios Previos	S
	Reconocimiento Académico Experiencia Profesional (RAEP)	Enlace Vídeo Reconocimiento Académico Experiencia Profesional	S
	Planes de igualdad efectiva entre mujeres y hombres en la UOC	Enlace Planes de igualdad efectiva entre mujeres y hombres en la UOC	S
	Unidad de Igualdad	Enlace Unidad de Igualdad	S
	III Plan de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la UOC 2015-2019	Enlace III Plan de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la UOC 2015-2019	S
	Taller on line "Comunicación y violencia machista", 11 de junio 2020	Enlace taller on line "Comunicación y violencia machista"	S
	Taller para estudiantado "Informar sobre violencia machista", 18 de junio 2020	Enlace Taller para estudiantado "Informar sobre violencia machista"	S
1.19	Cuestionario Docencia con perspectiva de género	Evidencia 1.19 Cuestionario Docencia con perspectiva de género	N
	Toolkit Género	Enlace Toolkit Género	S
1.20	Ejemplos - ECIC Perspectiva de género en la docencia	Evidencia 1.20 Ejemplos ECIC Perspectiva de género en la docencia	N
1.21	Recurso - Uso no sexista de la lengua	Evidencia 1.21 Uso no sexista de la lengua	N
1.22	Recurso - Docencia con perspectiva de género	Evidencia 1.22 Docencia con perspectiva de género	N
1.23	Recurso - Cómo hacer llegar las competencias de la memoria del programa al aula	Evidencia 1.23 Cómo hacer llegar las competencias de la memoria del programa al aula	N
	Blog Todo Comunica. Los mejores TFG y TFM de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace Los mejores TFG y TFM de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	S
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas			
1.3	Informe de seguimiento de la titulación. Curso 2018-2019 (MU Periodismo)	Evidencia 1.3 IST 18-19 MU Periodismo	N
	Memoria Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital (2020)	Enlace Memoria Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital (2020)	S
	Informe final de verificación MU Periodismo y Comunicación Digital	Enlace Informe final de verificación MU Periodismo y Comunicación Digital	S
	Página web MU Periodismo y Comunicación Digital	Enlace web MU Periodismo y Comunicación Digital	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Plan de estudios MU Periodismo y Comunicación Digital	Enlace Plan de estudios MU Periodismo y Comunicación Digital	S
1.4	Anexo datos Autoinforme MU Periodismo	Evidencia 1.4 MU Periodismo Anexo datos autoinforme	N
1.5	Complementos de Formación 19-20 MU Periodismo	Evidencia 1.5 MU Periodismo CF 19-20	N
1.8	Ejemplo MU Periodismo Acta reunión	Evidencia 1.8 Ejemplo MU Periodismo Acta reunión	N
1.11	Encuentro profesorado MU Periodismo 200319	Evidencia 1.11 MU Periodismo Encuentro 200319	N
1.12	Encuentro profesorado MU Periodismo 150420	Evidencia 1.12 Encuentro MU Periodismo 150420	N
1.15	Encuesta final de curso MU Periodismo	Evidencia 1.15 Encuesta Final curso MU Periodismo 20192	N
1.17	MU Periodismo RAEP - AEP 19-20	Evidencia 1.17 MU Periodismo RAEP AEP 19-20	N
Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia			
1.1	Informe de seguimiento de la titulación. Curso 2017-2018 (MU Social Media)	Evidencia 1.1 IST 17-18 MU Social Media	N
1.2	Informe de seguimiento de la titulación. Curso 2018-2019 (MU Social Media)	Evidencia 1.2 IST 18-19 MU Social Media	N
	Memoria Máster universitario de Social media: Gestión y Estrategia (2020)	Enlace Memoria Máster universitario de Social media: Gestión y Estrategia (2020)	S
	Informe final de verificación MU Social Media	Enlace Informe final de verificación MU Social Media	S
	RUCT MU Social Media	Enlace RUCT MU Social Media	S
	Página web del MU Social Media	Enlace Página web del MU Social Media	S
1.6	Anexo datos Autoinforme MU Social Media	Evidencia 1.6 MU Social Media Anexo datos autoinforme	N
1.9	Ejemplo MU Social Media Acta reunión	Evidencia 1.9 Ejemplo MU Social Media Acta reunión	N
1.10	Protocolo acción tutorial MU Social Media	Evidencia 1.10 MU Social Media Protocolo tutoria	N

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
1.13	Encuentro profesorado MU Social Media 100620	Evidencia 1.13 MU Social Media Encuentro 100620	N
	Campaña de Twitter	#SMUOCencasa	
1.16	Encuesta final de curso MU Social Media	Evidencia 1.16 Encuesta Final curso MU Social Media 20192	N
1.18	MU Social Media RAEP- AEP 19 20	Evidencia 1.18 MU Social Media RAEP AEP 19-20	N
1.24	Recursos de aprendizaje MU Social Media - Del nodo al usuario	Evidencia 1.24 MU Social Media Del nodo al usuario	N

Estándar 2: Pertinencia de la información pública

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Portal UOC	Enlace Portal UOC	S
	Portal de transparencia UOC	Enlace Portal Transparencia UOC	S
	Espacio web para las titulaciones	Enlace Titulaciones UOC	S
	Portal UOC. Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Enlace MU Periodismo	S
	Portal UOC. Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia	Enlace MU Social Media	S
	Canal UOC de Youtube	Enlace UOC YouTube	S
	Lista de reproducción YouTube. Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace InfoCom YouTube	S
	Vídeo informativo sobre el programa de MU Periodismo y Comunicación Digital	Enlace Video informativo sobre el programa de MU Periodismo	S
	Vídeo informativo sobre el programa de MU Social Media: Gestión y Estrategia	Enlace Video informativo sobre el programa de MU Social Media	S
	Revista COMeIN. Revista divulgativa de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace Revista COMeIN	S
	Revista BiD: Textos universitarios en biblioteconomía y Documentación	Enlace Revista BiD	S
	Blog Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace Blog TodoComunica	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Podcast Parenthesis	Enlace Podcast Parenthesis	S
	Twitter. Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace Twitter InfoCom	S
	Facebook. Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace Facebook InfoCom	S
	Portal UOC. Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación	Enlace Portal Estudios InfoCom	S
	Newsletter InfoCom+.	Enlace Newsletter InfoCom Boletín enero 2021	S
	Memoria ECIC	Enlace Memoria ECIC	S
2.1	Prensa 2019 - ECIC	Evidencia 2.1 Prensa 2019 - ECIC	N
	Repositorio Institucional de documentos abiertos. O2	Enlace Repositorio O2	S
	Portal UOC. Espacio de Calidad	Enlace UOC Calidad	S
2.2	Encuesta estudiantes Incorporación MU Periodismo 20192	Evidencia 2.2 Incorporación MU Periodismo 20192	N
2.3	Encuesta estudiantes Incorporación MU Social Media 20192	Evidencia 2.3 Incorporación MU Social Media 20192	N
	Portal de la universidad, información para cada grupo de interés: estudiante, alumni, investigadores, empresa y medio de comunicación	Enlaces Portal UOC: Estudiante, Alumni, Investigador, Empresa y Medios de Comunicación	S
	Calidad de las titulaciones	Enlace Calidad de las titulaciones	S
	Indicadores de rendimiento. Resultados	Enlace Calidad Resultados	S
	Indicadores de rendimiento. Resultados Académicos	Enlace Calidad: Resultados Académicos	S
	Indicadores de rendimiento. Resultados de satisfacción	Enlace Calidad: Resultados Satisfacción	S
	Resultados de inserción laboral (estudios AQU, informes, observatorio de empleabilidad, etc.)	Enlace Calidad: Inserción Laboral	S
	Política de Calidad	Enlace Política de Calidad	S
	Manual del Sistema de Garantía Interna de la Calidad	Enlace Manual SGIC UOC	S

Estándar 3: Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Guia AQU "Procesos para la comunicación y evaluación de las modificaciones introducidas en los títulos universitarios de grado y de máster"	Enlace Guia AQU Modificaciones grado-máster	S
	Resultados de satisfacción- encuestas	Enlace Calidad: Resultados Satisfacción - encuestas	S
3.1	Resultados encuestas de satisfacción al Profesorado colaborador ECIC	Evidencia 3.1 Encuesta Profesorado colaborador ECIC_20192	N
3.2	Resultados encuestas de satisfacción al Profesorado propio. ECIC	Evidencia 3.2 Encuesta Profesorado propio ECIC_2019-20	N
3.3	Acta Comisión Estudios ECIC	Evidencia 3.3 Acta_070220 ComisionEstudios	N
	Estudio de la inserción laboral de la población titulada de máster oficial de las universidades catalanas	Enlace Estudio inserción laboral AQU	S
	Mapa de procesos del Marco VSMA	Enlace Mapa de procesos del Marco VSMA	S
3.4	Auditoria Interna 2019. Plan Acciones Correctivas	Evidencia 3.4 Plan Acciones Correctivas	N

Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Personal Académico: profesorado propio y personal docente colaborador	Enlace Personal Académico: profesorado propio y personal docente colaborador:	S
	Perfil del profesorado colaborador	Enlace Perfil del profesorado colaborador	S
4.1	Profesorado propio ECIC_2019-20	Evidencia 4.1 Profesorado ECIC_2019-20	N
4.2	MU Periodismo Profesorado propi	Evidencia 4.2 MU Periodismo Profesorado propio	N
4.3	MU Social Media Profesorado propi	Evidencia 4.3 MU Social Media Profesorado propio	N
	MU Periodismo Profesorado colaborador	Enlace Profesorado colaborador MU Periodismo	S
	MU Social Media Profesorado colaborador	Enlace Profesorado colaborador MU Social Media	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Bibliometric	Enlace Bibliometric	S
	GAME (Grupo de investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento)	Enlace GAME (Grupo de investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento)	S
	MEDIACCIONS	Enlace MEDIACCIONS	S
	Cultura y Contenidos Digitales	Enlace Cultura y Contenidos Digitales	S
	Ágora	Enlace Ágora	S
	KIMO (Knowledge and Information Management in Organisations)	Enlace KIMO (Knowledge and Information Management in Organisations)	S
	CNSC (Communication Networks and Social Challenges)	Enlace CNSC (Communication Networks and Social Challenges)	S
	i2TIC (ICT Interdisciplinary Research Group)	Enlace i2TIC (ICT Interdisciplinary Research Group)	S
	Web de investigación de los Estudios CIC	Enlace web de investigación de los Estudios	S
	Espacio web Únete a nuestro equipo	Enlace web Únete a nuestro equipo	S
4.4	Política del personal académico 2015	Evidencia 4.4 Política Personal Acadèmic 2015	N
4.5	Política de selección	Evidencia 4.5 Política Selección UOC	N
4.6	Programa de acogida en la UOC	Evidencia 4.6 Procedimiento de acogida	N
	Plan de formación (e-LICENSE) - eLearn Center	Enlace Plan de formación (e-LICENSE) - eLearn Center	S
	Asignaturas libres UOC	Enlace Asignaturas libres UOC	S
4.7	Política Formación Profesorado UOC	Evidencia 4.7 Política Formación Profesorado UOC	N
	eLearn Center de la UOC	Enlace eLearn Center de la UOC	S
	eLC kit- Web de recursos para el diseño del aprendizaje	Enlace eLCKi	S
	New Goals (NG)	Enlace New Goals (NG)	S
	Xtrem del eLearn Center (eLC)	Enlace Xtrem del eLearn Center (eLC)	S
	Política de investigación de la UOC	Enlace Política de investigación de la UOC	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
4.8	Manual Evaluación Actividad Académica	Evidencia 4.8 Manual Evaluación Actividad Académica	N
4.9	Diccionario Competencias	Evidencia 4.9 Diccionario Competencias	N
	Kit del profesor	Enlace Kit del profesor	S
	Kit for New Researchers	Enlace Kit for New Researchers	S
4.10	Plan estratégico de investigación ECIC	Evidencia 4.10 Plan estratégico de investigación	N
	HRS4R	Enlace HRS4R	S
	Actividad investigadora del profesorado	Enlace actividad de investigación y la transferencia	S
	Área de Innovación e Investigación	Enlace Área de Innovación e Investigación	S
	Biblioteca UOC	Enlace Biblioteca UOC	S
	Acogida y la formación inicial para los nuevos profesores colaboradores	Enlace Acogida y la formación inicial para los nuevos profesores colaboradores	S
	Espacio Apoyo Docente	Enlace Apoyo Docente	S

Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
5.1	Plan de tutoría MU	Evidencia 5.1 Plan de tutoría	N
5.2	Buenas prácticas tutoría	Evidencia 5.2 Buenas prácticas tutoría	N
5.3	Encuesta Graduados MU Periodismo	Evidencia 5.3 Graduados MU Periodismo 20192	N
5.4	Encuesta Graduados MU Social Media	Evidencia 5.4 Graduados MU Social Media 20192	N
5.5	Guía de la acción tutorial MU Social Media	Evidencia 5.5 Protocolo tutoría MU Social Media	N
	Servicios de atención a los estudiantes	Enlace Servicio de Atención	S
	Twitter de atención UOC Respon	Enlace Twitter de atención	S
	Guía del estudiante	Enlace Guía del estudiante	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Servicios de adaptación	Enlace Servicios de adaptación	S
	Atención a las personas con diversidad funcional	Enlace Catálogo de servicios	S
	Informe de nuevo acceso estudiantes con discapacidad 2017-2018	Enlace Unidiscat	S
	Espacio Alumni (comunidad de graduados de la UOC)	Enlace UOC Alumni	S
	Informe de la valoración de las necesidades personales (orientación profesional)	Enlace Encuesta necesidades personales	S
	Alumni. Servicios de actualización	Enlace Alumni Servicios Actualización	S
	Alumni. Servicios de networking	Enlace Alumni Servicios Networking	S
	Alumni. Servicios de emprendimiento	Enlace Alumni Servicios Emprendimiento	S
	Alumni. Hubbik	Enlace Alumni Hubbik	S
	Alumni. Servicios de carrera profesional	Enlace Alumni S.Carrera	S
	1ª edición de la Feria Virtual de Empleo UOC	Enlace 1ª Feria Virtual de Empleo	S
	Webinar Alumni: Treballar en comunicació en temps de COVID19	Enlace webinar - Trabajar en comunicación en tiempos de Covid	S
	Taller Google News Lab: La verificación en tiempos de desinformación: taller de herramientas para el fact-checking (streaming 21/05/2020)	Enlace La verificación en tiempos de desinformación	S
	Taller Google News Lab: Empezamos con periodismo de datos	Enlace: Empezamos con periodismo de datos	S
	Taller Google News Lab: Periodismo Visual	Enlace: Periodismo Visual	S
	Taller Google News Lab: Las herramientas de Google para periodistas	Enlace: Las herramientas de Google para periodistas	S
	Taller Google News Lab: Innovación e Inteligencia Artificial en Periodismo	Enlace: Innovación e Inteligencia Artificial en Periodismo	S
	Jornada #UOCmeet: Innovació + Periodisme	Enlace: #UOCmeet: Innovació + Periodisme	S
	I Jornada MoJo 2017 Crónica de la jornada.	Enlace MoJo 2017 y Crónica	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	II Jornada MoJo. 2018	Enlace II Jornada MoJo. 2018	S
	III Jornada MoJo 2019 y Crónica	Enlace III MoJo 2019 y Crónica	S
	IV Jornada MoJo 2020	Enlace IV Jornada MoJo 2020	S
	IV Jornada MoJo 2020. Ponencia Inaugural	Enlace: "Corresponsalía y el móvil. Una experiencia desde África"	S
	IV Jornada MoJo 2020: Informar en tiempos de COVID	Enlace: Informar en tiempos de COVID	S
	IV Jornada MoJo 2020: Móvil y deportes	Enlace: Móvil y deportes	S
	IV Jornada MoJo 2020: La realidad aumentada llega a los platós	Enlace: La realidad aumentada llega a los platós	S
	Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC - Agencia EFE	Enlace Premios Internacionales MoJo UOC - Agencia EFE	S
	Premiados Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC - Agencia EFE	Enlace Premiados	S
	Información de las Actividades ECIC web	Enlace Actividades ECIC web	S
	Píldoras Social Media: "La relación de medios y redes sociales más allá de Facebook"	Enlace: "La relación de medios y redes sociales más allá de Facebook"	S
	Evento Facebook "Intel·ligència col·lectiva en social media en campanya electoral",	Enlace: "Intel·ligència col·lectiva en social media en campanya electoral",	S
	Taller: "Informar sobre Violència Masclista"	Enlace: "Informar sobre Violència Masclista"	S
	Jornada "Experiències de transició: Oportunitats i reptes dels social media en l'àmbit del disseny"	Enlace: "Experiències de transició: Oportunitats i reptes dels social media en l'àmbit del disseny"	S
	Jornada "Rompiendo estereotipos gracias a YouTube: una tarde con Haifa Beseisso"	Enlace: "Rompiendo estereotipos gracias a YouTube: una tarde con Haifa Beseisso"	S
	II Jornada "Tendències en Societat Digital"	Enlace: II Jornada "Tendències en Societat Digital"	S
	Webinar "Los social media como fuente de recursos para la docencia"	Enlace: "Los social media como fuente de recursos para la docencia"	S
	Taller Google News Lab: "La verificación en tiempos de desinformación: taller de herramientas para el fact-checking"	Enlace: "La verificación en tiempos de desinformación: taller de herramientas para el fact-checking"	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Taller de formación de perspectiva de género para el profesorado	Enlace: Taller de formación de perspectiva de género para el profesorado	S
	Taller de formación de perspectiva de género para el alumnado	Enlace: Taller de formación de perspectiva de género para el alumnado	S
	Webinar "Personal branding en els social media: com millorar la nostra comunicació i projecció professional"	Enlace: "Personal branding en els social media: com millorar la nostra comunicació i projecció professional"	S
	III Jornada "Tendències en Societat Digital"	Enlace III Jornada "Tendències en Societat Digital"	S
	Estrategia en social media: preguntas y respuestas para encontrar el equilibrio.	Enlace: Estrategia en social media: preguntas y respuestas para encontrar el equilibrio.	S
	Los nativos digitales no existen. Los gurús del social media, tampoco.	Enlace: Los nativos digitales no existen. Los gurús del social media, tampoco	S
	#BrandFormance: la comunicación, hoy.	Enlace: #BrandFormance: la comunicación, hoy	S
	Deconstruyendo la realidad. Impacto de las Fake News y la posverdad	Enlace: Deconstruyendo la realidad. Impacto de las Fake News y la posverdad	S
	Los social media como fuente de recursos para la docencia	Enlace: Los social media como fuente de recursos para la docencia	S
	Experiencias de transición: Oportunidades y retos de los social media en el ámbito del diseño	Enlace: Experiencias de transición: Oportunidades y retos de los social media en el ámbito del diseño	S
	Visita Agencia BeAgency	Enlace visita 2018 y 2019	S
	"Familiarizados", Premi Brava a la Publicitat Valenta.	Enlace: "Familiarizados", Premi Brava a la Publicitat Valenta.	S
	Mesa redonda: "La Transparència en Comunicació Corporativa"	Enlace: Mesa redonda: "La Transparència en Comunicació Corporativa"	S
	De què parlem quan parlem de publicitat, avui?	Enlace: De què parlem quan parlem de publicitat, avui?	S
	¿Cómo informar y entretener durante la #covid19?	Enlace: ¿Cómo informar y entretener durante la #covid19?	S
	Comunicación y violencia machista - Taller de aplicación práctica	Enlace: Comunicación y violencia machista - Taller de aplicación práctica	S
	Los festivales de cine tras la crisis sanitaria: reflexiones y propuestas de futuro	Enlace: Los festivales de cine tras la crisis sanitaria: reflexiones y propuestas de futuro	S

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Acto de entrega de los premios a los Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario 19-20	Enlace Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario 19-20	S
	Acto de entrega de los premios a los Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario 17-18	Enlace Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario 17-18	S
	Acto de entrega de los premios a los Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario 18-19	Enlace Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario 18-19	S
	Blog Todo Comunica- noticia Premios TF ECIC 2019	Enlace Noticia Premios TF ECIC 2019	S
	2º premio al mejor TFM del Máster de Social Media	Enlace 2º premio TFM del Máster de Social Media	S
	3r. premio al mejor TFM Máster de Periodismo y Comunicación Digital	Enlace 3r. premio al mejor TFM Máster de Periodismo y Comunicación Digital	S
	El Síndic de greuges (Defensor Universitario)	Enlace Síndic	S
	Memoria de la Sindicatura de Greuges 2019-2020	Enlace Memoria de la Sindicatura de Greuges	S
	Aula Virtual de la UOC	Enlace vídeo El aula Virtual de la UOC	S
	Herramientas y servicios para la configuración de las aulas virtuales	Enlace Blogs Aula	S
	Biblioteca Virtual de la UOC.	Enlace Biblioteca Virtual de la UOC.	S
	Ejemplo recursos de aprendizaje Asignatura Comunicación digital y Sociedad	Enlace recursos de aprendizaje 1 Enlace recursos de aprendizaje 2	S
	Ejemplo recursos de aprendizaje Asignatura Análisis y Visualización de datos	Enlace recursos de aprendizaje 3 Enlace recursos de aprendizaje 4	S
	Ejemplo recursos de aprendizaje Asignatura Modelos de Negocio y Emprendimiento en Comunicación Digital	Enlace recursos de aprendizaje 5	S
	Ejemplo recursos de aprendizaje Asignatura Social media strategy: diseño del plan	Enlace recursos de aprendizaje 6	S
	Ejemplo recursos de aprendizaje Asignatura Monitorización y reputación en línea	Enlace recursos de aprendizaje 7	S
	Ejemplo recursos de aprendizaje Asignatura de Periodismo de datos	Enlace Toolkit de Ciencia de datos	S
5.6	Ejemplo recurso transversal Social Media Toolkit	Evidencia 5.6 Social Media Toolkit	N

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Ejemplo Asignatura Ecosistema de Social Media Infografía	Enlace Infografía	S
5.7	Proyecto docente asignatura Metodologías de la comunicación	Evidencia 5.7 PD- Metodologies d'investigació - ECIC	N
	Red territorial de la UOC	Enlace Red Territorial	S
	Web de las actividades dirigidas a los estudiantes	Enlace Symposium	S
5.8	Presentación Reto-Niu	Evidencia 5.8 Presentación diseño Reto-Niu	N
	Préstamo bibliotecario	Enlace Youtube préstamo	S
	Servicio La Biblioteca responde	Enlace La Biblioteca responde,	S
	Red territorial de sedes y puntos UOC	Enlace red territorial	S
	Web de actividades dirigidas a los estudiantes	Enlace web actividades	S

Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
	Modelo educativo UOC	Enlace Modelo educativo	S
	Uso herramienta PECplagio	Enlace Herramienta PECplagio	S
	Recursos Biblioteca Plagio	Enlace recursos plagio	S
	Herramienta para la defensa síncrona TFM	Enlace Blackboard Collaborate	S
	Herramienta de oferta de prácticas UOC Xperience	Enlace Xperience	S
	Portal web de información sobre las prácticas UOC	Enlace portal prácticas UOC	N
	Informe OEEU, 2017	Enlace Informe OEEU, 2017	S
	ToolKit de recursos sobre comunicación y perspectiva de género	Enlace ToolKit de género	S
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas			
	Evidencias de las asignaturas seleccionadas MU Periodismo	Enlace carpetas	N

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
6.1	Ficha asignatura Periodismo de investigación	Evidencia 6.1 M1.552 ficha Periodismo de investigación	N
6.2	Ficha asignatura Periodismo móvil	Evidencia 6.2 M1.554 ficha Periodismo móvil	N
6.3	Ficha Análisis y visualización de datos	Evidencia 6.3 M1.556 ficha Análisis y visualización de datos	N
6.4	Ficha TFM MU Periodismo	Evidencia 6.4 M1.564 ficha TFM	N
6.9	Feedback de evaluación asignatura Análisis y visualización de datos	Evidencia 6.9 Evaluación Continuada	N
6.13	PEC Dirección de proyectos de comunicación digital	Evidencia 6.13 Dirección de Proyectos	N
6.14	PEC Marketing de contenidos	Evidencia 6.14 Marketing de contenidos curación	N
6.15	PEC Asignatura Marketing de contenidos -debate	Evidencia 6.15 Marketing de contenidos - debate	N
6.17	Enunciado PEC1 Periodismo y Social Media	Evidencia 6.17 PEC1 Periodismo y Social Media	N
	Recurso de aprendizaje asignatura Laboratorio de producción audiovisual transmedia sobre desigualdad de género	Enlace Recurso de aprendizaje RTVE	S
	TFM : El tratamiento de la violencia machista en la prensa digital de información general española (El Confidencial, El Español y Eldiario.es)"	Enlace TFM violencia machista en la prensa digital	S
	Enlace TFM El periodismo de datos, la discapacidad y el género en la prensa deportiva	Enlace TFM El periodismo de datos, la discapacidad y el género en la prensa deportiva	S
6.19	Recogida de propuestas iniciales de líneas de TFM MU Periodismo	Evidencia 6.19 TFM Formulario de Google	N
6.20	Guía del TFM MU Periodismo	Evidencia 6.20 Guía del TFM	N
6.21	Propuesta inicial TFM MU Periodismo	Evidencia 6.21 TFM Propuesta 20191	N
6.22	Primer borrador TFM MU Periodismo	Evidencia 6.22 TFM PrimerBorrador 20191	N
6.23	Segundo borrador TFM MU Periodismo	Evidencia 6.23 TFM SegundoBorrador 20191	N
6.24	Entrega final TFM MU Periodismo	Evidencia 6.24 TFM EntregaFinal 20191	N
6.25	Defensa Oral TFM MU Periodismo	Evidencia 6.25 TFM DefensaOral 20191	N

Núm.	Descripción	Evidencia / Enlace	Acceso público
6.26	Rúbrica asignatura TFM MU Periodismo	Evidencia 6.26 Rubrica_Evaluacion TFM_MU Periodismo	N
	Revista digital de publicación de los trabajos de los estudiantes del MU Periodismo	Enlace 4journalism	N
Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia			
	Evidencias de las asignaturas seleccionadas MU Social Media	Enlace carpetas	N
6.5	Ficha Monitorización y reputación online	Evidencia 6.5 M1.651 ficha Monitorización	N
6.6	Ficha Community manager	Evidencia 6.6 M1.652 ficha Community Manager	N
6.7	Ficha Social Media strategy: diseño del plan	Evidencia 6.7 M1.655 ficha Social Media Strategy	N
6.8	Ficha TFM MU Social Media	Evidencia 6.8 M1.663 ficha TFM MU Social Media	N
6.10	Recursos de aprendizaje Community Manager	Evidencia 6.10 Recursos de aprendizaje Community Manager	N
6.11	Recursos de aprendizaje Monitorización y reputación online	Evidencia 6.11 Recursos de aprendizaje Monitorización	N
6.12	Recursos de aprendizaje Social media strategy	Evidencia 6.12 Recursos de aprendizaje Social media Strategy	N
6.16	Enunciado PEC0 Social Media strategy	Evidencia 6.16 EnunciadoPEC0_M1655_20191	N
6.18	Enunciado PEC3 Monitorización y reputación online	Evidencia 6.18 EnunciadoPEC3_M1651_20191	N
6.27	Rúbrica asignatura TFM MU Social Media	Evidencia 6.27 rúbricaTFM	N