
**Informe de
seguimiento de centro**

**Estudios de
Ciencias de la
Información y de la
Comunicación**

Curso 2020-2021

10 de enero de 2022

Índice

| | |
|--|----|
| 1. Datos identificativos básicos | 2 |
| 2. Elaboración del informe | 2 |
| 3. Seguimiento durante el curso 2020-2021 de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa | |
| 4. Valoración de la consecución de los estándares de seguimiento | 4 |
| 4.1. Estándar 1: Calidad del programa formativo | 4 |
| 4.2. Estándar 2: Pertinencia de la información pública | 7 |
| 4.3. Estándar 3: Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación | 10 |
| 4.4. Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo | 12 |
| 4.5. Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje | 18 |
| 4.6. Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos | 21 |
| 5. Valoración de las titulaciones | 26 |
| 5.1. Grado de Comunicación | 26 |
| 5.2. Grado de Diseño y Creación Digitales | 27 |
| 5.3. Grado de Información y Documentación | 27 |
| 5.4. Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | 27 |
| 5.5. Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad | 28 |
| 5.6. Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | 29 |
| 5.7. Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | 30 |
| 6. Acciones de mejora | 31 |
| 7. Documentos anexos | 31 |

1. Datos identificativos básicos

| | |
|---------------------------------------|--|
| Director de los Estudios | Dr. Jordi Sánchez Navarro |
| Responsables de la elaboración | Dr. Jordi Sánchez Navarro (director de los Estudios) Dra. Amalía Creus (subdirectora de docencia) |
| Órgano y fecha de aprobación | Consejo de Dirección de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, 10 de enero de 2022 |

| Nombre de la titulación | Código RUCT | ECTS | Curso de implantación | Verificación | Modificación | Acreditación |
|--|-------------|------|-----------------------|--------------|--------------|--------------|
| Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | 4316278 | 60 | 2017-2018 | 07/07/2017 | 22/06/2020 | - |
| Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | 4316312 | 60 | 2017-2018 | 31/07/2017 | 24/07/2020 | - |
| Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | 4315872 | 60 | 2016-2017 | 09/06/2016 | 21/07/2021 | 20/11/2020 |
| Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad | 4316641 | 60 | 2018-2019 | 06/06/2018 | 21/07/2021 | - |
| Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | 4317162 | 60 | 2020-2021 | 10/03/2020 | - | - |
| Grado de Información y Documentación | 2500598 | 240 | 2009-2010 | 03/03/2009 | 07/07/2015 | 08/05/2017 |
| Grado de Comunicación | 2500596 | 240 | 2009-2010 | 03/03/2009 | 28/10/2019 | 08/05/2017 |
| Grado de Diseño y Creación Digitales | 2503385 | 180 | 2016-2017 | 17/01/2017 | 25/07/2019 | - |

2. Elaboración del informe

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

- **Dr. Jordi Sánchez Navarro**, director de los Estudios
- **Dra. Amalia Creus**, subdirectora de docencia
- **Dr. Daniel Aranda Juárez**, subdirector de investigación
- **Dra. Sandra Sanz**, subdirectora de programas emergentes
- **Sra. Montserrat Atienza Alarcón**, mánager de programas
- **Sra. Núria Busquets Pérez**, administradora de estudios

La información recogida en este ISC se fundamenta en los informes de seguimiento de titulación (IST), cuyo contenido ha sido elaborado por los directores y directoras de cada titulación, con el apoyo de las correspondientes comisiones de titulación. Concretamente:

- **Dra. Elisenda Estanyol**
Directora del máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos
- **Dra. Mireia Montaña Blasco**
Directora del máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad
- **Dra. Sílvia Martínez**
Directora del máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia
- **Dra. Candela Ollé**
Directora del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas
- **Dra. Gemma San Cornelio**
Directora del máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca
- **Dra. Judith Clares**
Directora del grado de Comunicación
- **Dr. Alexandre López Borrull**
Director del grado de Información y Documentación
- **Dr. Javier Melenchón**
Director del grado de Diseño y Creación Digitales

En la elaboración del ISC se han seguido los siguientes pasos:

- Explotación e integración de datos objeto de valoración (Área de Planificación y Calidad).
- Revisión y validación de los informes de seguimiento de titulación (Consejo de Dirección).
- Elaboración de la versión inicial del ISC (dirección y subdirección de los Estudios con el apoyo del Consejo de Dirección).
- Revisión de la primera versión del ISC (Área de Planificación y Calidad).
- Realización de las modificaciones pertinentes a partir del retorno elaborado por el Área de Planificación y Calidad (dirección y subdirección de los Estudios).
- Revisión del informe y presentación en la sesión del Consejo de Dirección permanente de los Estudios, donde ha quedado validado y aprobado con fecha de 10 de enero de 2021.
- Entrega del informe al Área de Planificación y Calidad.

3. Seguimiento durante el curso 2020-2021 de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa

Véase anexo 1: [Recopilación de recomendaciones y requerimientos ECIC](#).

4. Valoración de la consecución de los estándares de seguimiento

4.1. Estándar 1: Calidad del programa formativo

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

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

Análisis y valoración

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

En cuanto a la sostenibilidad de la oferta formativa, en los dos semestres de docencia del curso 2020-2021 todos los programas oficiales han mantenido un crecimiento sostenido en el número total de estudiantes matriculados. En cuanto al número de nuevas matrículas, se detecta un aumento significativo respecto al curso anterior en el conjunto de las titulaciones (+20,5 %), y especialmente destacado en el grado de Comunicación (25 % más que en el curso 2019-2020) y en el máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia* (con un 49,8 % más de nuevas matrículas).

Este crecimiento, notable en algunas titulaciones y muy por encima de la tendencia de semestres anteriores, podría estar relacionado con los efectos de la primera etapa de la pandemia de la COVID-19, cuando se potenció un interés general por modelos de formación en línea. A todos los efectos, y considerando la inestabilidad del contexto actual, habrá que hacer seguimiento de la matrícula en los próximos semestres y llevar a cabo un detallado análisis de esta evolución. Por último, hay que mencionar que, pese al crecimiento, en ningún caso se ha superado el número de plazas estipuladas para cada titulación. Aun así, en el caso concreto del grado de Diseño y Creación Digitales, se valorará la necesidad de ampliar el número de plazas actuales durante el proceso de verificación de la titulación de acuerdo con el Real Decreto 822/202, considerando la elevada demanda que ha tenido esta titulación en los últimos años.

Desde una perspectiva transversal a todas las titulaciones, el perfil del estudiantado de nuevo acceso sigue siendo cada vez más joven. En las titulaciones de grado, el 44 % son menores de 24 años, mientras que en los másteres lo son el 40 %. También es relevante el número de estudiantes que acceden a los grados desde CFGS: un 38,6 % en el 2019-2020 frente a un 35,2 % en el 2020-2021. Este dato puede relacionarse con acciones específicas de difusión dirigidas a este colectivo, llevadas a cabo de manera continuada desde el curso 2018-2019. En cuanto al perfil de género, sigue creciendo el porcentaje de estudiantes mujeres entre el estudiantado de nuevo acceso: un 64 % en grados y un 74,2 % en másteres. Este dato muestra claramente la tendencia ascendente de la participación femenina en las titulaciones.

En relación con los planes de estudios, reafirmamos su coherencia con el perfil de competencias y con los objetivos de cada titulación. En este marco, las acciones más destacadas del curso 2020-2021 han sido:

- Concluir el despliegue del nuevo máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca.
- Concluir el despliegue de las nuevas asignaturas incorporadas al grado de Comunicación a partir del proceso de renovación de su plan de estudios, que se inició en 2020.
- Incorporar la nueva competencia Compromiso ético y global —o equivalente— a todas las titulaciones oficiales.
- Incorporar un nuevo complemento de formación al máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos. Concretamente, la asignatura Conceptos y práctica de la

comunicación corporativa, que amplía las opciones que ofrece el programa para asegurar la adecuación del perfil del estudiantado de nuevo ingreso proveniente de otros ámbitos de conocimiento.

En cuanto al despliegue del nuevo máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca, el nivel y el ritmo de despliegue han sido los previstos en todos los casos, sin ninguna incidencia que deba remarcar, pese a que el diseño e implementación de todas las asignaturas se produjo en el período de confinamiento (segundo y tercer trimestre de 2020). El número de matriculados en el primer curso de la edición de este máster (115) también ha sido el esperado, así como las vías de acceso, que se corresponden de forma mayoritaria con los perfiles previstos en la memoria. Concretamente, el 83,33 % de los estudiantes provienen de las titulaciones recomendadas: el 21,43 % de Bellas Artes; el 17,56 % de Diseño, en las distintas especialidades; el 15,87 % de Publicidad; y el 15,87 % de Comunicación.

Con relación a los mecanismos de coordinación de los programas, en términos generales se valoran muy positivamente. Entre otros, los siguientes: las reuniones quincenales del Consejo de Dirección de los Estudios, las reuniones mensuales de la Comisión de Programas de los Estudios (integrada por el director de estudios, la subdirectora de docencia, la subdirectora de programas emergentes, la mánager de programas, los directores de programa y la administradora de estudios), y las reuniones de programa, coordinadas por el director o directora de cada titulación con la participación de todo el profesorado y equipo de gestión vinculado.

Otro mecanismo de coordinación muy bien valorado son los grupos de trabajo transversales y las comisiones específicas de investigación y transferencia. Estos grupos están formados por equipo docente propio y personal de gestión de los Estudios, y tienen la finalidad de abordar temáticas concretas alineadas con los objetivos institucionales de esta universidad. En el marco de estos grupos, durante el curso 2020-2021 se trabajaron los siguientes temas:

Perspectiva de género y competencia Compromiso ético y global. Aquí destacamos la continuidad del grupo transversal sobre perspectiva de género creado en los Estudios durante el curso 2019-2020. Las acciones más destacadas llevadas a cabo por este grupo durante el curso 2020-2021 han sido: a) Los talleres sobre violencia de género organizados en colaboración con el Consell de l'Audiovisual de Catalunya y el Institut Català de la Dona, dirigidos a estudiantes y personal docente de los Estudios; b) la elaboración del Toolkit de género, una compilación de recursos para la comunicación con perspectiva de género que se incorporó como material de aprendizaje a todas las asignaturas de grado y máster. En cuanto a líneas de actuación futura, se está diseñando una mención específica para reconocer los trabajos finales que abordan temas de género en el marco de los premios a los mejores trabajos finales de grado y máster de los Estudios. También estamos iniciando una reflexión metodológica sobre estrategias de evaluación de la competencia Compromiso ético y global. Así mismo, en el marco de la oferta de titulaciones propias, estamos empezando a diseñar oferta específica sobre género y comunicación.

Transferencia y empleabilidad. En el curso 2020-2021 se creó la Comisión de Transferencia de los Estudios, coordinada por la subdirectora de programas emergentes. Esta comisión tiene como principal finalidad la de potenciar la empleabilidad de nuestro estudiantado y la transferencia del conocimiento generado en los Estudios. Acciones específicas vinculadas a este tema durante el curso 2020-2021 han sido: a) la creación del Toolkit Océano, una compilación de recursos y herramientas para la empleabilidad, disponible como material de aprendizaje en las asignaturas de prácticas de todos los programas; 2) la participación de profesorado de los Estudios en la segunda edición de la Feria Virtual

de Empleo, organizada por el Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, un espacio virtual de encuentro e intercambio entre estudiantes, alumnis de la UOC, profesionales, empresas e instituciones; 3) la participación y propuesta de ponentes en la segunda edición del ciclo Skills sobre competencias digitales, coordinado por UOC Alumni y la Red Territorial.

Evaluación y retorno. En el curso 2020-2021 pusimos especial atención en la calidad de los procesos de evaluación continuada y evaluación final. En este marco se llevaron a cabo diferentes acciones específicas establecidas como objetivo de Estudios en el año 2021: a) la recogida de buenas prácticas de evaluación en todos los programas; b) la definición, en el marco de cada programa, de un conjunto de estrategias para asegurar la autoría y la identidad de los estudiantes en los procesos de evaluación virtual; c) la preparación de un taller con la participación de todo el profesorado y personal de gestión de los Estudios para trabajar conjuntamente en torno a varios retos vinculados a la evaluación (entre otros, nuevos modelos y formatos de retorno, herramientas y estrategias para la evaluación de procesos creativos, estrategias para la evaluación de la competencia transversal Compromiso ético y global).

Pese a los distintos mecanismos de coordinación de los que disponen las titulaciones, hay que señalar que en el curso 2020-2021 los niveles de satisfacción de algunas titulaciones con la **coordinación entre asignaturas** han sido significativamente más bajos en comparación con el curso anterior. Por ejemplo, la satisfacción con este indicador ha pasado del 67,3 % al 57,2 % en el grado de Comunicación; del 77,1 % al 40,7 % en el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad; del 55,2 % al 35,2 % en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital, y del 61,8 % al 45 % en el máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia. Así mismo, en el primer curso de impartición del máster universitario en Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca, este mismo indicador ha quedado muy por encima de lo esperado, en un 24,2 %.

Considerando estos datos, se proponen acciones de mejora específicas en el marco de las titulaciones más afectadas, con el fin de elaborar un diagnóstico detallado de los contenidos y metodologías trabajados en cada asignatura y asegurar la coherencia y complementariedad del plan de estudios.

Puntos fuertes

- El crecimiento sostenido tanto en el número de nuevas matrículas como en el número total de estudiantes matriculados a escala global.
- Creación del Toolkit de género e implementación de buenas prácticas en el ámbito de la perspectiva de género en diferentes asignaturas de todas las titulaciones.
- Incorporación de la nueva competencia Compromiso ético y global en todas las titulaciones.
- Los grupos de trabajo y las comisiones específicas de investigación y transferencia.
- La Feria Virtual de Empleo y el Toolkit Ocúpate.

Ámbitos de mejora

- Los datos de satisfacción de algunas titulaciones con el indicador sobre el grado de coordinación entre asignaturas, especialmente críticos en los másteres universitarios.

4.2. Estándar 2: Pertinencia de la información pública

La institución informa de manera adecuada a todos los grupos de interés sobre las

características del programa y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.

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

Análisis y valoración

La Universitat Oberta de Catalunya y los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación disponen de diferentes mecanismos para garantizar el acceso a información veraz, completa y actualizada sobre las diferentes titulaciones que imparte, su desarrollo operativo y los resultados alcanzados en cada caso. Los datos de satisfacción recogidos del curso 2020-2021 y relacionados con este estándar corroboran esta afirmación y nos indican un nivel de satisfacción global del estudiantado del 79,4 % con los procesos de información, y del 76,5 % con la información sobre las titulaciones disponible en la web oficial de los programas.

Un recurso clave para el logro de este estándar es el portal *Calidad* de la universidad, que pone a disposición de toda la comunidad universitaria información detallada sobre las características del programa y los procesos de gestión que garantizan su calidad.

El portal *Calidad* está organizado en cuatro apartados: [Política de calidad](#), [Calidad de las titulaciones](#), [Indicadores de rendimiento y satisfacción](#) y [Personal académico](#). En el espacio de indicadores de rendimiento y satisfacción se pueden consultar los resultados agregados de la universidad y su evolución. En el espacio "Calidad de las titulaciones" se encuentran los documentos vinculados al ciclo de vida de las titulaciones y los [informes de calidad de las titulaciones](#), incluyendo los informes de seguimiento y los informes que han emitido las agencias de calidad en cada uno de los procesos.

En cuanto a la información específica de asignaturas y programas, destacamos: a) Que los planes docentes de todas las asignaturas son accesibles desde el portal UOC en catalán y castellano, y en inglés cuando la docencia se imparte en esta lengua. B) Los mecanismos y espacios informativos específicos sobre las asignaturas de trabajo final y las prácticas curriculares. Entre otros:

- El espacio informativo sobre el TFG y las prácticas curriculares en el espacio *Trámites* del Campus Virtual. En este espacio, el estudiantado encuentra información detallada sobre las características más destacadas de esta asignatura y sobre el procedimiento para solicitar su matriculación.
- Guías del TFG: recursos de aprendizaje disponibles en el aula. Explican la estructura general del trabajo final de cada titulación y el proceso de trabajo que debe seguir el estudiantado en su realización.
- Toolkit Océate: recopilación de recursos y herramientas útiles para preparar la entrada en el mundo profesional (entre otros, informes sobre tendencias del mercado laboral, recursos para el emprendimiento, herramientas para preparar el currículum profesional, etc.).

Ponemos también de relieve algunas acciones específicas relacionadas con este estándar, llevadas a cabo durante el curso 2020-2021:

- Revisión sistemática de la información pública de cada titulación disponible en la web.
- Revisión sistemática de la información sobre prácticas y TF, publicada en el apartado *Trámites* del Campus Virtual de la UOC.
- Actualización y publicación de un currículum breve del profesorado propio en la web de grados, así como del profesorado propio y profesorado colaborador en la web de los másteres universitarios.
- Sesiones informativas semestrales en formato virtual. Anteriormente, estas sesiones se celebraban en formato presencial o dual. A partir del mes de marzo de 2020, con la situación derivada de la pandemia de la COVID-19, se llevaron a cabo en formato virtual.
- Continuidad de *Parenthesis*, un pódcast dirigido a toda la comunidad UOC en el cual os presentamos las últimas tendencias en información y comunicación en formato entrevista.
- Organización de actos de difusión vinculados a los distintos programas de grado y máster, llevados a cabo en formato virtual o presencial respetando las directrices establecidas por Sanidad en relación con la pandemia de la COVID-19. Entre otros, destacamos los siguientes:
 - [V Jornada de Periodismo Móvil – MoJoMAD UOC-EFE](#)
 - [Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC – Agencia EFE](#)
 - [En la rueda verde: diseño y sostenibilidad](#)
 - [Debate-coloquio sobre el papel de la mujer en la publicidad y la comunicación corporativa](#)
 - [La innovación al servicio de la verificación de contenidos en redes sociales- Proyectos Invid-WeVerify](#)
 - [Entrega del III Premio Brava a la Publicidad Valiente](#)
 - [II Binge Talking UOC](#)
 - [Premios a los Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario](#)
 - [Todo en el cine es fantástico: Nuevas narrativas del cine fantástico y de terror](#)
 - [Todo en el cine es fantástico: No dejes escapar un proyecto de miedo](#)
 - [Todo en el cine es fantástico: El guión: La clave del éxito del cine de terror y fantástico español del siglo XXI](#)

Finalmente, hay que mencionar que toda la actividad de investigación y transferencia de los Estudios, incluidas las publicaciones del curso 2020-2021, está disponible en la [web de los Estudios](#). Además, todo el profesorado propio tiene accesible su perfil en el portal [Mapa del conocimiento](#), desde donde se da visibilidad a los grupos de investigación en los que participa, los proyectos de investigación y la producción científica.

Puntos fuertes

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

- El portal *Calidad*, donde se integra de manera estructurada y clara la información relativa a los resultados académicos y la satisfacción de todas las titulaciones.
- El espacio web de las titulaciones oficiales disponible en el web de la 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.
- El pódcast *Parenthesis*, dirigido a toda la comunidad UOC y en el que os presentamos las últimas tendencias en información y comunicación en formato entrevista.
- Facebook y Twitter de los ECIC, donde se hace difusión de contenidos vinculados a los Estudios (blogs, noticias, etc.), eventos e investigación.
- Los distintos mecanismos de difusión de la actividad de los Estudios.

Ámbitos de mejora

- Hay que llevar a cabo una revisión sistemática de la información pública de las titulaciones para asegurar que, en todos los casos, se utiliza un lenguaje inclusivo y libre de estereotipos de género.

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

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

| Titulación | En progreso hacia la excelencia | Se alcanza | Se alcanza con condiciones | No se alcanza |
|--|---------------------------------|------------|----------------------------|---------------|
| Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | | X | | |
| Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad | | X | | |
| Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | | X | | |
| Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | | X | | |

| | | | | |
|--|---|----------|--|--|
| Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | | X | | |
| Grado de Información y Documentación | | X | | |
| Grado de Diseño y Creación Digitales | | X | | |
| Grado de Comunicación | X | | | |
| Valoración global de los Estudios | | X | | |

Análisis y valoración

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

Como acción específica, queremos destacar que durante el curso 2020-2021 se pusieron a disposición de todo el profesorado propio nuevos modelos de informes en la herramienta de gestión y visualización de datos Power BI. Entre otros, informes agregados sobre resultados de asignaturas por profesor e informes *just-in-time* sobre la evolución de la matrícula.

También son destacables los informes específicos sobre el seguimiento de la evaluación continuada de estudiantes de primer semestre. Esta información es clave para que el profesorado, los tutores y las direcciones de programa puedan hacer un acompañamiento más próximo y detallado del primer año de formación, período que tiende a concentrar los niveles más altos de abandono.

En el marco de este estándar, destacamos también que en el curso 2020-2021 se llevaron a cabo los procesos de acreditación de dos titulaciones de máster: TFM del máster universitario de *Social Media: Gestión y Estrategia*, y el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas. La acreditación de estos programas se hizo de forma conjunta y 100 % en línea, considerando el contexto excepcional de crisis sanitaria. El proceso funcionó de manera adecuada, y dio como resultado la acreditación positiva de ambas titulaciones.

También durante el curso 2020-2021 se llevaron a cabo dos procesos de modificación: En el máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos, y en el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad. Con este procedimiento, valorado positivamente por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU), se incorporó a los dos programas la competencia Compromiso ético y global y se actualizaron los correspondientes complementos de formación.

Es también importante mencionar que, en el marco del programa AUDIT, impulsado por la AQU, en el curso académico 2020-2021 fue evaluada la implantación del sistema de garantía interna de la calidad de la UOC. El Comité de Evaluación Externa (CEE) hizo dos visitas para evaluar 24 procesos transversales y 11 procesos vinculados a la actividad docente de los Estudios, y emitió un informe con su valoración. A partir de dicho informe, la Comisión Específica de Certificación del SGIC (CEC) de la AQU certificó la implantación del SGIC en la UOC, con un resultado favorable.

La certificación confirma que el sistema está implantado y desplegado, y que es adecuado para el aseguramiento de la calidad de las titulaciones. Este logro pone de manifiesto la adecuación de los mecanismos de actuación que forman parte de los procesos de verificación, seguimiento, modificación y acreditación de títulos y que aseguran su mejora continua.

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

Puntos fuertes

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

- La coherencia y la transversalidad en el planteamiento de objetivos de calidad y la relevancia del Plan estratégico de la UOC como referente principal de las acciones de mejora 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 soporte personalizado que ofrece el Área de Planificación y Calidad (PyC) a los directores de programa y a la dirección de estudios en los procesos de garantía de la calidad de las titulaciones.
- La evaluación positiva hecha por la Comisión Específica de Certificación del SGIC (CEC) de la AQU sobre la implantación del sistema de garantía interna de la calidad de la UOC.

Ámbitos de mejora

Identificamos dos puntos relevantes que ya están recogidos en acciones de mejora del curso anterior:

- La falta de encuestas específicas dirigidas a los usuarios de los laboratorios del grado de Diseño y Creación Digitales, de algunas herramientas docentes específicas de la titulación, como por ejemplo el portafolios.
- La falta de una encuesta específica dirigida a tutores de centros de prácticas.

4.4. Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo

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

| Titulación | En progreso hacia la excelencia | Se alcanza | Se alcanza con condiciones | No se alcanza |
|---|---------------------------------|------------|----------------------------|---------------|
| Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | | X | | |
| Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad | | X | | |

| | | | | |
|--|---|----------|--|--|
| Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | | X | | |
| Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | | X | | |
| Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | | X | | |
| Grado de Información y Documentación | | X | | |
| Grado de Diseño y Creación Digitales | | X | | |
| Grado de Comunicación | X | | | |
| Valoración global de los Estudios | | X | | |

Análisis y valoración

Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación durante el curso académico 2020-2021 han estado formados por 25 profesores y profesoras (10 hombres y 15 mujeres). Todo el equipo de profesorado propio cuenta con amplia experiencia docente en el ámbito universitario, experiencia investigadora acreditada y un profundo conocimiento del sector profesional de la comunicación y la información. Se trata de un equipo propio con un alto nivel de especialización (todos son doctores, 22 están acreditados por una agencia de calidad —21 con acreditación de lector y 18 con acreditación de lector y agregado— y 18 disponen de tramos de investigación/sixenio), que mayoritariamente desarrolla su actividad investigadora en el marco de grupos reconocidos por la Generalitat de Catalunya (SGR).

Un aspecto destacado en cuanto al profesorado propio de los Estudios en el curso 2020-2021 fue la incorporación de nuevo profesorado. Incorporaciones que no solo fortalecen la capacidad de dar respuesta adecuada a la docencia, sino que también potencian la capacidad de investigación del equipo propio. Concretamente, se han incorporado:

- Una profesora experta en diseño, considerando el reciente despliegue del máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca.
- Un profesor experto en creatividad, ámbito clave transversal a todas las titulaciones.
- Una profesora experta en comunicación digital, para reforzar el equipo del máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia.
- Una profesora experta en comunicación audiovisual, para reforzar el equipo del grado de Comunicación.

Así mismo, en la fecha de creación de este informe, contamos con la incorporación de dos personas más al equipo de profesorado propio:

- Una profesora interina experta en comunicación corporativa, para reforzar el equipo del máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos.

- Un profesor y una profesora expertos en comunicación y sociedad digital, que refuerzan especialmente asignaturas básicas y trabajos finales.

A este equipo de profesorado permanente y a tiempo completo de contrastada experiencia, se une el amplio equipo de 650 profesores colaboradores que imparten la docencia en las aulas, todos con experiencia reconocida en el ámbito profesional, académico o investigador. Así mismo, queremos destacar la adecuación del perfil del profesorado colaborador implicado en las asignaturas de trabajo final de grado y máster, mayoritariamente doctorados, con experiencia en investigación y en el desarrollo de proyectos académicos y profesionales.

La acción docente del profesorado colaborador es, en términos generales, muy bien valorada por los estudiantes (por encima del 70 % en todos los programas). A pesar de ello, se detecta un claro punto de mejora en la satisfacción con la acción docente de las asignaturas de prácticas y TF de algunos programas. Por ejemplo, en el grado de Comunicación, donde la satisfacción con el seguimiento del tutor académico de prácticas ha sido especialmente baja (20 %), mientras que la satisfacción con el seguimiento del tutor de TFG ha sido valorada por los estudiantes con un 64 % (por debajo del 75 % esperado). Con el objetivo de mejorar estos indicadores, se proponen acciones de mejora específicas en el marco de los programas afectados.

Por otro lado, es importante poner de relieve que todas las titulaciones oficiales de los Estudios cumplen los requerimientos de profesorado doctor establecidos por la AQU (70 % en másteres universitarios y 50 % en grados), a excepción del grado de Diseño y Creación Digitales, donde el porcentaje actual de profesorado doctor es del 40,32 %, 3 puntos porcentuales más bajo que en el curso 2019-2020. Esta cifra se relaciona con el carácter profesionalizador del ámbito de conocimiento y la dificultad de detectar e incorporar profesorado de perfil más académico.

Como acciones de mejora específicas en este ámbito, además de seguir trabajando para ampliar el equipo de profesorado colaborador doctor y acreditado, se prevé la incorporación de un nuevo perfil de profesorado que complementa los perfiles docentes actuales: el profesorado asociado, que asumirá tareas de apoyo al profesorado propio en la coordinación y gestión docente, principalmente en asignaturas de mayor volumen o asignaturas de trabajos finales y prácticas.

Queremos también mencionar dos responsabilidades docentes de carácter transversal. Por un lado, la figura del profesor responsable referente de prácticas, que asegura la coordinación transversal e integrada de las asignaturas de prácticas en todas las titulaciones. Esta estructura transversal nos permite potenciar sinergias, aprovechar mejor la red de centros colaboradores y hacer más eficiente los procesos de gestión docente vinculados a las prácticas. Por otro lado, el rol de embajadora de la competencia Compromiso ético y global que asume una profesora propia de los Estudios, con el objetivo de potenciar la aplicación práctica de esta competencia, generar sinergias e impulsar acciones específicas de innovación y mejora docente vinculadas a su implementación.

Todavía en relación con la implementación de la competencia Compromiso ético y global, hacemos mención de la importancia que, a escala institucional, se está dando a la formación en perspectiva de género, en cuanto que una de las principales dimensiones de esta competencia. En esta línea, todo el profesorado propio de los Estudios está realizando una formación específica, orientada a aportar conocimiento y las herramientas necesarias para que incorpore la perspectiva de género en el diseño de asignaturas de manera autónoma y con los estándares de calidad establecidos por la universidad. Algunos de los recursos docentes compartidos a raíz de estas formaciones son los siguientes:

- [Vídeo sobre perspectiva de género](#)
- [Infografía para el uso no sexista de la lengua](#)
- [Infografía sobre recomendaciones para la docencia con perspectiva de género](#)

En cuanto a las acciones de apoyo y oportunidades para mejorar la actividad investigadora del profesorado, en el curso 2020-2021 se han ofrecido a todo el profesorado propio las siguientes formaciones:

- Academic Writing
- Academic Presentations. How to Give an Effective Talk
- Entrepreneurship for researchers
- Introduction to patents and intellectual property protection
- Responsible Research & Innovation (RRI) for Researchers
- Writing for the Biomedical Sciences (UOC, FDAE)

En este ámbito, también se han continuado desarrollando los siguientes planes estratégicos:

- El plan de comunicación interna y externa de la investigación en los estudios. Esta acción nace de la necesidad de dar más visibilidad a todo aquello que se hace en relación con la investigación dentro de los Estudios (grupos de investigación; transferencia del conocimiento; participación en proyectos, actividades, etc.), tanto al público interno (equipo propio) como al público externo (comunidad UOCinfocom).
- El plan de transferencia.
- El plan para el desarrollo del perfil investigador del PDI de los ECIC. Este plan se propone teniendo en cuenta la adscripción de la UOC a la Human Resources Strategy For Researchers (HRS4R), impulsada por la Comisión Europea, así como las demandas del PDI de los Estudios. El objetivo del plan se orienta hacia la capacitación individual para el desarrollo de actividades de investigación, partiendo del estadio de la carrera investigadora en el que se encuentra cada profesor y con vistas a alcanzar metas concretas. El horizonte: de cara a definir el horizonte del plan, se tienen en cuenta tanto los objetivos personales como los objetivos de los Estudios y los objetivos institucionales de la UOC. El plan vela por que ninguno de estos horizontes se desdibuje en detrimento de los demás.

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

Durante el curso 2020-2021 se desarrollaron los siguientes proyectos de investigación, liderados por profesorado de los Estudios o con participación suya:

- Culturas narrativas: *storytelling* digital, acción social y creación de públicos (D-STORIES): RTI2018-098417-B-E00.
- Educación social digital: (ESDIGITAL), aprobado en la convocatoria 2018 de "Proyectos I+D+i de generación del conocimiento" (PGC2018-095123-B-E00).
- School Break tiene como objetivo explorar las posibilidades educativas de los juegos de escape (*escape rooms*) (DE03-KA201-047321). Erasmus +.
- Curriculum Innovation through Research with Communities: Learning Circles of Educators and Technology (CIRCLET).
- European Media Platforms: Assessing Positive and Negative Externalities for European Culture. Challenge 6: Europe in a changing world – Inclusive, innovative and reflective societies. TRANSFORMATIONS. Priority 3: Societal Challenges, H2020.
- Safer Cities for Girls in Belgium & Spain. Convenio de colaboración con plan internacional.

Destacamos también las publicaciones del año 2021 más directamente vinculadas con el ámbito de conocimiento de las titulaciones, lideradas por profesorado de los Estudios o con participación suya:

- Montaña, M. (2021). Breakfast Food Advertisements in Mediterranean Countries: Products' Sugar Content in the Adverts from 2015 to 2019. *Children*, 8(1), 1-8. Doi: 10.3390/children8010014
- Montaña, M. & Jiménez-Morales, M. (2021). Breakfast Food Advertising and Prevention of Obesity: Analysis of the Nutritional Value of the Products and Discursive Strategies Used in the Breakfast Ads from 2015 to 2019. *Nutrients*, 13(1), 1-9. Doi: 10.3390/nu13010231
- Neira, E., Clares Gavilán, J. & Sánchez-Navarro, J. (2021). Nuevas dimensiones de audiencia en las plataformas de streaming: la segunda vida de *La casa de papel* en Netflix como estudio de caso. *El Profesional de la Información*, 30(1), 1-18. doi: 10.3145/epi.2021.ene.13
- Abadal Falgueras, E., Ollé, C. & López-Borrull, A. (2021). Biblioteconomía y Documentación en España: balance de 40 años de estudios universitarios. *El Profesional de la Información*, 30(2), 1-20. doi: 10.3145/epi.2021.mar.15
- Roig, A. & Martorell, S. (2021). A fictional character in a real pandemic: humanization of the Covid-19 virus as a parody account on Twitter. *Information, Communication and Society*, (), 1-17. doi: 10.1080/1369118X.2021.1909094
- Cavaller Reyes, V. (2021). Dimensional taxonomy of data visualization: a proposal facing the emergent complexity of innovation ecosystems. *Frontiers in Research Metrics and Analytics*, (), -. doi: 10.3389/frma.2021.643533
- Roig, A., Clares Gavilán, J. & Sánchez-Navarro, J. (2021). Largometrajes originales de ficción de Netflix: un análisis de las estrategias de estreno. *Communication & Society*, 34(2), 125-139. doi: 10.15581/003.34.2.125-139
- Ardèvol, E., Martorell, S. & San Cornelio, G. (2021). El mito en las narrativas visuales del activismo medioambiental en Instagram. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 29(68), 1-11. doi: 10.3916/C68-2021-05
- Rosales Climent, A. & Blanche-Tarragó, D. (2021). Explicit and Implicit Intergenerational Digital Literacy Dynamics: How Families Contribute to Overcome the Digital Divide of Grandmothers. *Journal of Intergenerational Relationships*, (), 1-19. doi: 10.1080/15350770.2021.1921651
- Theben, A., Aranda Juarez, D., Lupiáñez Villanueva, F., Peña-López, I. & Porcu, F. (2021). Participació i ciutadania activa dels joves a través d'Internet i les xarxes socials. Un estudi internacional. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, (46), -. doi: 10.1344/BiD2020.46.02

- Jiménez-Morales, M. & Montaña, M. (2021). Presence and strategic use of the Mediterranean Diet in food marketing: Analysis and association of nutritional values and advertising claims from 2011 to 2020. *NFS Journal*, 24(), 1-6. doi: 10.1016/j.nfs.2021.04.003
- Piera-Jiménez, J., Etzelmueller, A., Kolovos, S., Folkvord, F. & Lupiáñez Villanueva, F. (2021). Guided internet-based cognitive behavioral therapy for depression: Implementation cost-effectiveness study. *Journal of Medical Internet Research*, 23(5), 1-13. doi: 10.2196/27410
- Barreiro, M. S. & Clares Gavilán, J. (2021). Public policies and strategies to foster access to films in a minority language. *Catalonia and film subtitling 2015-2017*. *International Journal of Cultural Policy*, 27(3), 282-297. doi: 10.1080/10286632.2020.1743698

También citamos investigaciones vinculadas a la perspectiva de género. Por ejemplo, la participación en el proyecto Safer Cities for Girls en España, una iniciativa impulsada por la organización Plan Nacional con el apoyo de la Comisión Europea, que tiene como objetivo construir ciudades seguras, responsables e inclusivas partiendo de las experiencias y propuestas de jóvenes mujeres. En el marco de este proyecto se han llevado a cabo distintas presentaciones, como la charla "Imaginaros de género en los medios de comunicación: cómo potenciar el pensamiento crítico" en la Noche Europea de la Investigación en Cataluña, o la presentación "Proyecto Safer Cities for Girls: modelo y aplicabilidad" en el Congreso Mujeres, Ciencia y Tecnología WSCITECH21. En esta misma línea temática, destacamos la participación de la profesora de los Estudios Leila Mohammadi en la charla "Violencias de género al ciberespacio las dos caras de la moneda" dentro del ciclo #jotambé, organizado por la Sala Beckett y la Universitat Oberta de Catalunya.

Además, durante el curso 2020-2021 se publicaron los siguientes artículos y libros relacionados con temas de género:

- Minguillón, J., Meneses, J., Aibar, E., Ferran-Ferrer, N. & Fàbregues, S. (2021). Exploring the gender gap in the Spanish Wikipedia: Differences in engagement and editing practices. *PLoS ONE*, 16(2), 1-21. doi: 10.1371/journal.pone.0246702
- Bernal Triviño, A. & Sanz-Martos, S. (2020). Las Periodistas Paramos in Spain: Professional, feminist Internet activism. *European Journal of Communication*, 1-14. doi: 10.1177/0267323120903687
- Rosales Climent, A. & Blanche-Tarragó, D. (2021). Explicit and Implicit Intergenerational Digital Literacy Dynamics: How Families Contribute to Overcome the Digital Divide of Grandmothers. *Journal of Intergenerational Relationships*, (), 1-19. doi: 10.1080/15350770.2021.1921651

En cuanto a la formación del profesorado en el ámbito de la innovación y mejora docente, ponemos de relieve el proyecto europeo Erasmus+ Currículum Innovation through Research with Communities: Learning Circles of Educators and Technology (CIRCLET) —impulsado por el Vicerrectorado de Globalización y Cooperación, con participación de la subdirectora de docencia de los Estudios. La finalidad principal de este proyecto es impulsar la innovación curricular mediante iniciativas docentes diseñadas en colaboración con proyectos sociales y organizaciones del tercer sector, a partir de metodologías participativas y cocreativas. En el marco de este proyecto, durante el curso 2020-2021 se organizaron círculos de aprendizaje a escala nacional e internacional, con participación de profesorado propio de los Estudios.

También en el marco de la innovación docente, destacamos que la profesora Sílvia Sivera recibió la distinción Jaume Vicens Vives (2020) por su trayectoria profesional, comprometida con la contribución

al desarrollo de las capacidades creativas del estudiantado, basada en la creación y la implementación de herramientas, metodologías y recursos innovadores en la docencia virtual de la creatividad.

Puntos fuertes

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

- El alto nivel de especialización del profesorado permanente de los Estudios, todos doctores con alto porcentaje de acreditados.
- La experiencia profesional y en docencia en línea del profesorado colaborador.
- El perfil, especializado en investigación, del equipo propio y colaborador que imparte las asignaturas de trabajos finales tanto en los grados como en los másteres.
- La relación entre investigación y docencia y las publicaciones vinculadas al ámbito de conocimiento de las titulaciones.
- La formación y especialización del profesorado propio en relación con la perspectiva de género y la competencia Compromiso ético y global.

Ámbitos de mejora

Identificamos como puntos débiles, que requieren la continuidad de acciones de mejora:

- La captación y la incorporación de más profesores colaboradores y profesorado propio con el título de doctor y con acreditaciones de investigación en el equipo docente del grado de Diseño y Creación Digitales.
- La satisfacción con la acción docente de las asignaturas de TF y Prácticas en algunos programas.

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

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

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

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

| Titulación | En progreso hacia la excelencia | Se alcanza | Se alcanza con condiciones | No se alcanza |
|---|---------------------------------|------------|----------------------------|---------------|
| Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | | X | | |
| Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad | | X | | |

| | | | | |
|--|--|----------|--|--|
| Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | | X | | |
| Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | | X | | |
| Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | | X | | |
| Grado de Información y Documentación | | X | | |
| Grado de Diseño y Creación Digitales | | X | | |
| Grado de Comunicación | | X | | |
| Valoración global de los Estudios | | X | | |

Análisis y valoración

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

En cuanto al **acompañamiento docente**, además de los roles docentes de profesor propio y colaborador mencionados en el estándar 4, destacamos el rol de seguimiento transversal del equipo de tutores, que se inicia en el proceso de incorporación y sigue durante toda la trayectoria formativa del estudiante. Aunque en el conjunto de las titulaciones de los Estudios la acción tutorial ha sido históricamente bien valorada, en el curso 2020-2021 se detecta una bajada en los niveles de satisfacción global (67,8 %, 2 puntos menos con relación al curso anterior). Mención especial al nuevo máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca, donde la satisfacción con la acción tutorial ha sido del 27 %, muy por debajo de la cifra esperada. También el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad presenta una evolución negativa en este indicador: del 82,4 % al 59,3 % en el curso actual. Con la incorporación y la formación de nuevos tutores y tutoras, se espera revertir estos resultados a corto plazo. En contrapartida, se identifica una mejora considerable en los resultados de este indicador en el máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos, que pasa de un 69,7 % a un 77,2 % de satisfacción.

En cuanto a los **recursos de aprendizaje**, los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación han sido pioneros en la puesta en marcha del diseño de actividades y recursos basados en retos profesionales, modelo que ya está implementado en todos los programas oficiales. La satisfacción con los recursos de aprendizaje es, en términos globales, positiva (68,8 %). Aun así, se identifica un claro recorrido de mejora en algunas titulaciones, por ejemplo, en el máster de *Social Media*: Gestión y Estrategia, con una satisfacción del 63,5 % en este indicador. Teniendo en cuenta la inversión llevada a cabo durante los últimos dos años en la transformación y actualización de los recursos de aprendizaje de todos los programas, se plantea la necesidad de realizar una diagnosis y análisis transversal de este indicador, para identificar causas y orientar acciones de mejora en el marco de cada titulación. También con relación a los recursos de aprendizaje, se pone de relieve la puesta en

marcha de la nueva web del servicio de Biblioteca UOC. Se espera que esta implementación ayude a mejorar el nivel de satisfacción con este servicio, recurrentemente bajo en los últimos cursos.

En cuanto a la **comunidad UOC en red**, un aspecto que sigue requiriendo de atención especial son los servicios de orientación profesional, que continúan siendo poco valorados en las encuestas de satisfacción (un 38,8 %, dos puntos porcentuales más que en el curso anterior). En este sentido, en febrero de 2019 se ha creado el 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 el emprendimiento 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. De este modo, se quieren integrar esfuerzos para proporcionar este servicio al conjunto de graduados de esta universidad, reforzando su acompañamiento en el aprovechamiento profesional de los conocimientos y habilidades adquiridos en la formación, así como contribuir a la mejora de su carrera.

Así por ejemplo, desde la nueva Área de Empleabilidad y Servicios de Carrera se han organizado ya la 1.ª y la 2.ª edición de la Feria Virtual de Empleo, que tuvieron lugar los días 16 y 17 de noviembre de 2020 y 2021, respectivamente, y en las que las empresas disponen de un stand virtual para la captación de talento a través de un espacio con posibilidades de entrevistas rápidas a los candidatos, donde publican sus ofertas y acceden a los currículos de los candidatos interesados, y donde los estudiantes y graduados pueden inscribirse en las ofertas de su interés.

Además, en el curso 2020-2021 UOC Alumni ha ofrecido el ciclo Skills: 12 sesiones en línea para todas aquellas personas que quieran trabajar las competencias que les ayudarán a reconducir su trayectoria profesional o a ampliar sus oportunidades laborales. El ciclo está diseñado como un itinerario que va desde el autoconocimiento de la persona hasta el análisis del mercado laboral, y que finaliza con el entrenamiento en varias competencias y herramientas actuales que permiten mejorar profesionalmente.

En cuanto a los mecanismos de funcionamiento y seguimiento de las prácticas y los trabajos finales, no se identifican cambios significativos respecto al informe anterior.

Puntos fuertes

Desde una perspectiva global, consideramos que los puntos fuertes con respecto a los sistemas de apoyo al aprendizaje son:

- La acción de los tutores de nuestras titulaciones en la acogida y el seguimiento del estudiante.
- El plan de digitalización de recursos de aprendizaje y la inversión en recursos audiovisuales por parte de la institución.
- El diseño de actividades y recursos basados en 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 económico e industrial.

Ámbitos de mejora

Un ámbito que sigue requiriendo mejora son los servicios de orientación profesional, que continúan siendo poco valorados por el estudiantado en las encuestas de satisfacción. También hay que hacer

un análisis de la situación de la tutoría en algunos programas en los que se ha experimentado una bajada significativa de los niveles de satisfacción.

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

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

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

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

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

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

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

Análisis y valoración

Los indicadores de calidad de todos programas formativos incluidos en este informe, desde una perspectiva global, son adecuados y cumplen los valores esperados. También valoramos muy positivamente la incorporación de la competencia Compromiso ético y global —o equivalente— en todos los programas formativos, que incluye, entre otras dimensiones, la perspectiva de género. En el apartado de buenas prácticas de los IST se recogen ejemplos de esta implementación, actualmente en proceso de consolidación.

Aun así, pese a que los resultados de los indicadores de calidad de las titulaciones son, en términos generales, positivos, se identifican asignaturas concretas en los distintos programas que requieren de una atención especial. Estas asignaturas son, en todos los casos, objeto de acciones de mejora, especificadas en cada IST.

En cuanto a la concreción de los indicadores de calidad, teniendo en cuenta la diversidad de programas analizados, se incluye a continuación una breve descripción de los principales resultados de cada titulación.

Grado de Comunicación

En el curso 2020-2021, la satisfacción de los graduados y graduadas con la titulación se sitúa en el 79,2 %, y la satisfacción de los estudiantes con las asignaturas, en un 73,7 %. También la coherencia y definición del plan de estudios se evalúa positivamente, con un 70,6 %. Así mismo, las tasas de rendimiento (91,3 %) y de éxito (97,8 %) de esta titulación se mantienen altas y por encima del valor esperado.

En cuanto al diseño docente y la evaluación, hay que indicar que en el curso 2020-2021 se han valorado positivamente la adecuación de las actividades (75 %); la adecuación de la metodología para superar la asignatura (74,6 %), y la metodología empleada por el profesorado para favorecer el aprendizaje de los estudiantes (70,8 %).

Queremos también destacar en positivo la mejora en la satisfacción de todas las asignaturas que marcamos como críticas en el último informe de seguimiento. Concretamente: Organización de actos y protocolo, Periodismo digital, Creatividad publicitaria II, Comunicación política e institucional, Realización y Redacción periodística. No obstante, habrá que hacer un especial seguimiento de las asignaturas Dirección de arte y Animación, al haber presentado niveles más bajos en algunos de sus indicadores. También requiere una especial atención la asignatura Trabajo final de grado, donde la satisfacción está actualmente en el 60 % (por debajo del 75 % esperado). Igualmente, se prestará especial atención al indicador Coordinación entre asignaturas, que ha sido significativamente más bajo en comparación con el curso anterior, pasando del 67,3 % al 57,2 %.

Grado de Diseño y Creación Digitales

Los resultados de esta titulación, desde una perspectiva global, siguen siendo adecuados y cumplen los valores esperados. Por un lado, los resultados de rendimiento (80 %) y éxito global (95 %) de la titulación son muy elevados. Así mismo, el 90 % de los graduados consideran que el trabajo final de grado permite mejorar las competencias adquiridas a lo largo de la titulación. En cuanto a las tasas de abandono y de graduación, se consideran normales comparadas con el resto de las titulaciones de la UOC.

Se detectan puntos mejorables en algunas asignaturas, concretamente en Gestión del diseño, Proyecto II y Programación para el diseño y las artes, así como Tipografía avanzada, con resultados negativos

en las encuestas de satisfacción. También habrá que hacer seguimiento del comportamiento de Recursos y comunidades digitales, una asignatura que presenta buenos resultados pero que tiene una demanda más baja en comparación con otras asignaturas de primer semestre.

Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

Los resultados de esta titulación, desde una perspectiva global, siguen siendo adecuados y cumplen los valores esperados, según lo señalado a continuación:

- Alta satisfacción. El alumnado manifiesta una satisfacción con el programa del 82,8 %, y los graduados y graduadas, del 71,1 %. La tasa de satisfacción con el trabajo final de máster es del 86,2 %. La satisfacción con las prácticas, pese a ser del 60 %, es un ítem que ha mejorado respecto a los cursos anteriores.
- Buena valoración del modelo docente. La adecuación de las actividades recibe un 77,9 % de satisfacción, la metodología se considera adecuada (75,7 %) y la metodología docente ha mejorado respecto al curso pasado, pasando del 60 % al 73,7 %.
- En lo relativo a las asignaturas, los datos de satisfacción se consideran positivos al estar por encima del 75 %. Específicamente, la satisfacción con las asignaturas se sitúa en el 75,9 %; la satisfacción con el modelo de evaluación, en el 77,6 %; la satisfacción con los recursos de aprendizaje, en el 75,9 %, y la satisfacción con la acción docente, en el 75,6 %.
- El profesorado es adecuado, y su experiencia y dominio de los contenidos se valoran con un 87,6 % por parte del alumnado.
- El máster tiene mecanismos propios para supervisar el funcionamiento de las asignaturas y analizar la satisfacción por parte del alumnado y la valoración que hace el profesorado propio. Cada semestre, el profesorado responsable analiza el funcionamiento de sus asignaturas, que se recoge en dos documentos semestrales, donde se especifica por campus (véanse los documentos "[Satisfacció Assignatures 20201](#)" y "[Satisfacció Assignatures 20202](#)"). Estos documentos se comentan y se comparten después con el resto de profesorado en las reuniones de titulación, y permiten, entre todos, detectar aspectos de mejora y recoger los que se pondrán en marcha en el siguiente semestre.
- El trabajo final de máster es una asignatura con buenos datos de satisfacción por parte tanto del alumnado como de los graduados y graduadas (media del 86,2 % según el estándar 6.3, tabla 10). Para este curso 2020-2021, y pese a que no se ha contado con datos cuantitativos del segundo semestre, los datos del primer semestre muestran que la satisfacción del alumnado con la pregunta "El trabajo final me ha permitido poner en práctica y consolidar los conocimientos y habilidades adquiridos en el plan de estudios" es del 89,8 %. También, los graduados y graduadas afirman que "El trabajo final me ha permitido valorar el grado de logro de las competencias de la titulación" con un 81,6 %. Las acciones de coordinación del equipo de tutoría de TFM y las herramientas de innovación incorporadas se mantendrán y se reforzarán con la incorporación de un profesor asociado.
- La asignatura que ha obtenido menores índices de satisfacción en el curso 2020-2021 ha sido *Comunicación de crisis y de riesgo* (satisfacción con la asignatura del 65,7 %, satisfacción con la acción docente del 48,4 % y satisfacción con los recursos de aprendizaje del 45,3 %). Los recursos de aprendizaje en esta asignatura son innovadores (existía una novelette, y en este

2020-2021 se ha incorporado un pódcast), y, tal como se ha comentado anteriormente, puede que los alumnos no estén tan acostumbrados a ellos. Se prevé esperar a un nuevo semestre para ver si mejora la satisfacción antes de adoptar medidas, ya que se considera que el contenido es adecuado y se ha complementado con materiales más tradicionales.

Queremos también destacar que, en el caso del máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos, durante el curso 2020-2021 se ha continuado dando respuesta a los requerimientos del último informe de acreditación, conforme se detalla en el informe de seguimiento de esta titulación.

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

Los resultados de esta titulación, desde una perspectiva global, siguen siendo adecuados y cumplen los valores esperados. Primeramente, con tasas de éxito (98 %) y de rendimiento (85,6 %) muy elevadas. Destacamos también la satisfacción con la acción docente (75,1 %), la satisfacción con las prácticas (100 %) y la satisfacción del estudiantado con el TFM (75 %).

En relación con la tasa de graduación, se sitúa en niveles por encima de los valores indicados en la memoria, con un resultado de T+1 en el curso 2019-2020 del 33,1 % de graduados y graduadas. La tasa de abandono también se sitúa en niveles por debajo del 30 %, tal y como se indica en la memoria verificada. Respecto a la satisfacción de los graduados y graduadas, destacamos que el 80 % manifiesta su satisfacción con que la formación recibida le haya permitido mejorar las capacidades para la actividad profesional. Y, en global, el 70 % está satisfecho con la titulación.

Además, tal y como hemos recogido en el autoinforme de la acreditación y en anteriores IST, hay que seguir trabajando en la mejora de algunas asignaturas. En concreto, hemos iniciado la actualización y cambios en los recursos de aprendizaje de la asignatura Modelos de negocio, y se ha replanteado el rol del software en la asignatura Laboratorio de producción audiovisual y transmedia.

Hay que mencionar también la necesidad de centrar la atención en el indicador Definición y coherencia del plan de estudios, valorado con un 57,4 % en el curso 2020-2021, un porcentaje significativamente más bajo en comparación con el curso anterior.

Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

El diseño metodológico del programa, centrado en las competencias y los resultados de aprendizaje indicados en la memoria de la titulación, y concretado en el planteamiento de retos profesionales que los estudiantes deben superar, sigue dando resultados muy satisfactorios en todos los indicadores y alcanza el 77,4 % en conjunto (era del 76,4 % en el curso 2019-2020, y del 82,1 % en el 2018-2019). El 89,3 % del estudiantado considera que el profesorado domina las materias (el 87,4 % en el curso 2019-2020 y el 87,8 % en el 2018-2019).

El rendimiento y la tasa de éxito del máster superan con creces el umbral del 65 %. Estos indicadores se sitúan en el 91,6 % y el 99,4 %, respectivamente. En los cursos anteriores se situaban en 84,4 % y el 93,8 % (2019-2020), y en el 83,3 % y el 98,6 % (2018-2019), respectivamente.

La tasa de graduación del 2020-2021 se ha situado en el 29,3 %, mientras que en el 2019-2020 fue del 33,3 %. Las previsiones en la memoria verificada fueron del 20 %, por lo que el resultado logrado es muy positivo en relación con las previsiones.

La tasa de abandono ha sido del 20 % en el curso 2020-2021. Esta tasa se ha podido medir en este curso por primera vez, y el resultado es muy positivo teniendo en cuenta que el valor esperado en la memoria verificada era de una tasa inferior al 25 %.

Por último, cabe recordar que la encuesta a los graduados y graduadas del último curso no se considera válida, por muestra insuficiente, ya que solo obtuvo una respuesta. Sin embargo, en los dos cursos anteriores la satisfacción de los graduados y graduadas con relación al máster fue del 100 %

Máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia

Los resultados de rendimiento y éxito del programa son muy positivos: la tasa de rendimiento es del 88,3 % (mejora en las distintas asignaturas) y la tasa de éxito es del 98,7 %. En las asignaturas de prácticas, estos datos son del 100 %, y en el TFM, del 79,8 % y del 97,5 %, respectivamente. La tasa de graduados y graduadas es del 14,2 % para el curso 2020-2021, con un total de 79 graduados y graduadas. El porcentaje de abandono del curso 2020-2021 es del 31,2 %. Mirando la cohorte del primer curso de implantación del máster, la tasa de abandono se sitúa en el 33,8 % para el 2017-2018. Para reducir esta cifra, se trabajarán acciones coordinadas con tutoría.

Las acciones encaminadas a mejorar el TFM se han reflejado en una satisfacción del 80 %, lo cual supera los objetivos fijados. Pese a la buena valoración de la asignatura, se continúan añadiendo mejoras para dirigirla hacia la excelencia, con la incorporación, de cara al curso 2021-2022, de entrevistas sincronas iniciales y finales con los tutores y tutoras del TFM y con la mejora de la guía, tal y como se ha sugerido en el informe de acreditación.

En cuanto a las prácticas, los cambios han permitido mejorar los procesos, pero no así la satisfacción de los estudiantes, aunque los datos de respuesta no son suficientes para generalizar esta valoración. Sin embargo, se proponen nuevas acciones encaminadas a mejorar el seguimiento durante el curso y fomentar el trabajo en grupo, especialmente en las prácticas del entorno virtual UOC.

Durante este curso, los niveles de valoración con el programa se han reducido. Esperemos que los cambios específicos en las asignaturas peor valoradas y que se han identificado en el apartado anterior, además de las prácticas, y la actuación con la acción docente, puedan contribuir a la mejora de esta satisfacción. Además, para mejorar la valoración de aspectos como la visión sobre las competencias profesionales o sobre las capacidades comunicativas, se incorporarán nuevas herramientas en el programa para fomentar estas formas de comunicación y, también, recopilar un portafolio que permita tener la visión de los avances y trabajos desarrollados por los estudiantes a lo largo del programa.

La dinamización de las aulas y la compartición de información clave en cada una de las etapas también ayudan al equipo de PRA con el acompañamiento del equipo de tutoría. Además, en la recta final del TFM hemos introducido que el mismo tutor o tutora del TFM se encarga de recoger la información de la rúbrica para generar el informe final detallado que se sube al REC junto con la nota numérica.

Máster universitario de *Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca*

Los resultados de aprendizaje están perfectamente sintonizados con las competencias. Se diseñaron de acuerdo con el nivel 3 MECES y se evalúan competencialmente a través del Graf. La tasa de rendimiento del máster es muy elevada, del 87,1 %. La satisfacción con las asignaturas es, en términos globales, del 73,3 %, y se llevarán a cabo acciones para mejorar casos concretos de asignaturas con un nivel de satisfacción más bajo.

Al ser una titulación de nueva creación, no se hace valoración de la tasa de abandono según el indicador en la memoria de verificación. Se hará en T+2.

La adecuación de las actividades de formación a las enseñanzas a distancia se valora con un 72,6 %. A pesar de que es una cifra aceptable, se espera llegar al objetivo UOC (75 %).

Como puntos fuertes de esta titulación en relación con este estándar, destacamos la alta tasa de rendimiento y el número de graduados y graduadas de su primera promoción (21). Como ámbitos de mejora, nos proponemos mantener y mejorar el nivel de la satisfacción general (73,3 %) focalizándonos en dos asignaturas: Identidad verbal y *storytelling* (31 %) y Tendencias y enfoques emergentes del diseño (43 %). También se plantean acciones de mejora relacionadas con la calidad del retorno de los profesores colaboradores y su comunicación con el estudiantado, y la posibilidad de sustituir a algún docente colaborador. Así mismo, en general hay que subir un poco la satisfacción con el modelo de evaluación —evitar encabalgamientos de fechas y repeticiones innecesarias de tipologías de actividad— y mejorar y actualizar algún recurso de aprendizaje.

5. Valoración de las titulaciones

5.1. Grado de Comunicación

Desde su despliegue hasta la actualidad, el grado presenta una trayectoria de crecimiento continuado en el número total de estudiantes matriculados. En el curso 2020-2021 se ha observado un notable crecimiento al alza que nos hace pensar en el buen funcionamiento de la titulación y que creemos que refuerza los puntos fuertes destacados en el último IST:

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

Destacamos también el esfuerzo que se ha hecho en este último curso para poner en marcha la perspectiva de género en el diseño de todas las asignaturas. Una muestra de las acciones desarrolladas, junto con la incorporación del Toolkit de género en las asignaturas del grado, queda recogida en el anexo que presentamos en este IST.

Aun así, hay determinados elementos que creemos que hay que seguir reforzando y a los cuales habrá que dedicar especialmente esfuerzos en los próximos cursos académicos:

- Seguir revisando el enfoque del TFG para reforzar las competencias prácticas con trabajos profesionalizadores y creativos en las 4 menciones del grado: Publicidad, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas, así como Iniciativas de Emprendimiento. Y también la investigación.
- Revisión de las prácticas reforzando las plataformas de prácticas virtuales 4Journalism y la Agencia, y establecimiento de acciones para incentivar la matrícula de la asignatura, ahora

optativa, por parte de aquellos estudiantes que más puedan necesitarlo por su perfil competencial.

- Seguir trabajando en la revisión y consolidación de los criterios de flexibilización de la evaluación iniciados en asignaturas ESPRIA.
- Revisión de los mecanismos de revisión y gestión de EEP a raíz del modifica para agilizar su resolución.

5.2. Grado de Diseño y Creación Digitales

La valoración global de esta titulación se considera correcta. El curso se ha desarrollado de manera satisfactoria, y se ha adaptado plenamente en el contexto de pandemia. Los resultados obtenidos son comparables y muy similares a los que se obtuvieron en una situación de normalidad previa a la pandemia. La mayor dificultad sigue siendo llegar al porcentaje requerido de profesores colaboradores doctores, motivo por el cual se continúa trabajando en esta línea. En cuanto a la sostenibilidad de la titulación, la demanda de nuevas matrículas sigue en aumento (a pesar de mantener el número máximo de plazas ofertadas). También hay que destacar que el título deberá presentar una propuesta de verificación a 240 ECTS, para adaptarse a los cambios recogidos en el Real Decreto 822/2021.

5.3. Grado de Información y Documentación

La valoración global de una titulación en el caso de la extinción, por lo que respecta al estudiantado, puede variar en función de si creen o no que tendrán el tiempo y la dedicación suficiente para poderla llevar a cabo. Tanto en el curso 2020-2021 como en el 2021-2022, en la mayor parte de asignaturas se extinguirá el modelo ordinario, y serán con derecho a examen. El hecho de no trabajar con el modelo habitual puede provocar algunas disfunciones que estamos valorando y abordando en el equipo de la titulación, tanto en relación con la ausencia de un profesor colaborador (el estudiante tiene derecho a examen, solamente) como en relación con las dudas sobre los recursos de aprendizaje.

La satisfacción del 80 % que demuestran los graduados y graduadas es un buen indicador para nosotros del hecho de que la finalización de los estudios ha tenido un adecuado acompañamiento.

Tal y como mencionamos ya en el pasado curso, en aquellos casos en los que se ve difícil que los estudiantes puedan terminar el grado, se les ha recomendado que puedan cambiar de titulación. Los estudiantes saben y perciben que el nivel de exigencia de la titulación no bajará, y eso garantiza que el título les sigue siendo de interés, tal y como muestran las encuestas.

Mantener los estándares de calidad en un proceso de extinción, según nuestro punto de vista, muestra el nivel de compromiso y profesionalidad de unos estudiantes a los que les urge terminar y de unos profesores colaboradores que, en algunos casos, dada la escasa matrícula, lo compaginan con otras asignaturas de otras titulaciones, o bien dejan de colaborar con un grado en el que estaban consolidados.

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

La calidad del programa formativo está satisfactoriamente trabajada y el diseño de la titulación está actualizado según los requisitos de la disciplina, y responde al nivel formativo requerido en el MECES. El estudiantado admitido responde a los perfiles de ingreso y a las plazas ofrecidas, lo que consolida la estabilidad de las cifras de nuevo alumnado. A la vez, los mecanismos de coordinación son adecuados y eficientes. Se ha hecho un gran esfuerzo para implementar la CT3 de compromiso ético

y perspectiva de género en todos los ámbitos de la docencia, así como para formar al equipo docente. Pese a los buenos resultados obtenidos, es una acción que se continuará trabajando.

La pertinencia de la información pública tiene pequeños márgenes de mejora, que se recogen como acciones de mejora (en la tabla del punto 2) y se implementarán en función del encaje con el modelo de la universidad. Los planes docentes están actualizados, con los objetivos, competencias y resultados de aprendizaje verificados según la memoria de la titulación. El plan docente tiene distintas visualizaciones (portal, plan de estudios y aula). En el portal no se visualiza la información que varía cada semestre, como las actividades y las fechas de entrega, que está disponible en el plan docente del aula de cada semestre. Estos planes docentes también han sido revisados en el ámbito del lenguaje inclusivo. En cuanto a las prácticas y TFM, también se ofrece información detallada, y el equipo tutorial refuerza y acompaña al alumnado en estas etapas. Los currículums del profesorado, tanto el responsable de asignatura como el docente colaborador, son públicos en la web y se actualizan semestralmente.

La eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación queda corroborada tanto por la certificación del SGIC en fecha 15 de abril de 2021 como por la acreditación favorable de la titulación.

La adecuación del profesorado al programa formativo tiene los indicadores favorables (por encima del 75 % de satisfacción del estudiantado con la acción docente), y también por parte del Comité de Evaluación Externo, que identifica 3 fortalezas en el máster, todas ellas vinculadas con la adecuación del equipo docente. Las asignaturas de prácticas (satisfacción del 100 % en la encuesta) y TFM (la satisfacción es de un 81,8 % en la encuesta de graduados y graduadas) en este IST tienen datos parciales, ya que por una incidencia en la recogida no disponemos de las del segundo semestre, a pesar de que hemos incorporado los comentarios abiertos vinculados. Por lo tanto, podemos expresar que el profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del centro y tiene una suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y profesional.

En relación con la calidad de los resultados de los programas formativos, tenemos una tasa de éxito del 98 %, una tasa de rendimiento del 85,6 % y una tasa de satisfacción con la acción docente del 75,1 %. Además, los resultados de prácticas y TFM también presentan buenos resultados, como acabamos de mencionar recientemente.

Queremos indicar que se mantiene la baja participación y nivel de respuesta en las encuestas de satisfacción, con un cociente de respuesta/estudiantado de 0,256. Tenemos en marcha acciones complementarias para intentar incrementar las respuestas vía tutoría, PRA y PDC.

La competencia Compromiso ético y perspectiva de género ya ha puesto unas sólidas bases para seguir trabajando, desde los recursos de aprendizaje, el lenguaje inclusivo en las herramientas de comunicación de la titulación, y también teniendo presente la importancia de la formación, tanto para alumnado como para docentes. En cuanto a la tasa de graduados y graduadas, es de un 6,1 % (hay 58 más, y con un 70 % de satisfacción) y un 0 % de abandono.

Además de todo lo anterior, queremos recordar que el proceso de acreditación de la titulación fue favorable y concluyó con una compilación de puntos fuertes y buenas prácticas (3), así como aspectos que hay que mejorar obligatoriamente, que han sido recogidos como acciones de mejora.

5.5. Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

En el caso concreto de esta titulación, el informe de seguimiento se basa en una valoración general y transversal que incluye los tres primeros años de despliegue del programa. Desde esta perspectiva, valoramos que el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad haya ido obteniendo unos resultados muy satisfactorios desde su primer año de despliegue. Pese al incremento del número de estudiantes, el último curso, el 2020-2021, ha superado el umbral del 70 % de valoración en todos los indicadores de calidad de los resultados formativos: la tasa de rendimiento (91,6 %) y la de éxito (99,4 %), la satisfacción con la acción docente (78,9 %), las asignaturas (77,4 %), los recursos de aprendizaje (70,6 %) y el modelo de evaluación (78,5 %).

El primer año del máster, el curso 2018-2019, superó el 75 % de satisfacción en todos los umbrales, y en el segundo, el curso 2019-2020, la satisfacción de los estudiantes con la titulación llegó al 74,3 %.

A partir de este informe de seguimiento se han identificado las acciones de mejora que se implementarán a corto plazo con el fin de revertir la bajada de algunos indicadores en determinadas asignaturas. En paralelo, se irán actualizando los recursos de aprendizaje para adaptarse a las novedades de la disciplina, que son el indicador con una satisfacción más baja (70,6 %).

Por el contexto derivado de la pandemia no se ha podido avanzar como estaba previsto en las investigaciones aplicadas de la mano de asociaciones sectoriales que colaboran con el programa, tarea que se asumirá enseguida que las circunstancias sanitarias lo permitan. No obstante, el ritmo de publicaciones del equipo de profesorado ha avanzado al ritmo habitual.

La actividad fuera de las aulas vinculada al máster ha sido virtual, pero ha contado con el interés de los estudiantes y se ha podido consolidar uno de los eventos que más conecta el programa con el mundo profesional, como son los premios Brava a la Publicidad Valiente. Durante este último curso también se han llevado a cabo charlas virtuales como "La medición de audiencias digitales, a debate" (03/03/21), con los profesionales María Rodríguez, Head of Analytics & Insights de Mediabrand; Ferran Clavell, jefe de Audiencias Digitales de la CCMA; y Eduardo Bayo, jefe de Negociación de Medios de Mediabrand. También se organizó el seminario Creatividad y *storytelling* transmedia en narrativas de marca, de la mano de los profesores responsables de asignaturas del máster Dr. Toni Roig y Dra. Sílvia Sivera.

5.6. Máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia

Los datos de nuevo acceso de estudiantes del curso 2020-2021 muestran la consolidación del programa de máster y de la respuesta que da a una necesidad real y creciente de formación especializada en *social media* en el sector profesional y de investigación.

El incremento del número de estudiantes ha implicado un esfuerzo para dar respuesta a la demanda creciente de formación. Dicho esfuerzo ha supuesto, como se prevé en la memoria verificada, la ampliación del equipo docente, especialmente del profesorado colaborador, manteniendo en todo caso el perfil que había sido tan bien valorado en el informe de acreditación de máster: un equipo adecuado, con experiencia profesional y docente y con competencia digital demostrada. Además, se ha seguido dando respuesta a los requisitos de titulación formativa en cuanto al porcentaje de profesorado doctor necesario para una titulación de máster.

Además, el curso muestra resultados muy positivos de datos de rendimiento y éxito, que superan los resultados logrados en cursos previos. Especialmente destacable es la evolución del TFM, en el que los resultados de satisfacción se sitúan muy por encima de los objetivos esperados y llegan al 80 %.

No pasa lo mismo con la satisfacción de otros indicadores y asignaturas, lo que muestra el reto que supone, en términos de coordinación y atención y disponibilidad de recursos, un incremento tan acentuado de estudiantes como el experimentado este curso. Ello supone poner en marcha acciones de mejora a distintos niveles y dimensiones para recuperar y mejorar dicha satisfacción. La experiencia previa muestra que las acciones incorporadas en informes de seguimiento previsto son adecuadas para aumentar la valoración obtenida. Se presenta, para ello, un amplio programa de mejoras con acciones a corto y medio plazo, y que incorpora, además, requerimientos y recomendaciones hechas en el informe de acreditación del programa.

5.7. Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca

La titulación se encuentra al inicio de su recorrido, y valoramos positivamente este primer año a pesar de su despliegue en el contexto de las restricciones de la pandemia. Algunos elementos destacables han sido el perfil joven y femenino del estudiantado y un ajuste muy claro en los ámbitos de entrada preferentes del máster. Ello demuestra acierto en el foco y la definición del plan de estudios, que lo hace atractivo para el estudiantado. La valoración de la especialización del personal colaborador, así como el alto rendimiento del estudiantado, también es un elemento destacable en positivo.

Por el contrario, el reto más importante en el primer año ha sido la coordinación de asignaturas y de actividades para un elevado volumen de estudiantes con una alta carga de créditos, lo que ha marcado algunos puntos de insatisfacción en las encuestas. En este sentido, las dos líneas prioritarias de actuación para el próximo curso son, por un lado, mejorar la satisfacción con la tutoría, tanto en relación con una recomendación precisa de matrícula, como en relación con el seguimiento del estudiantado a lo largo del semestre; y, por otro lado, mejorar la satisfacción con la acción docente y de los materiales docentes.

También destacamos que se está dando respuesta de forma adecuada a las recomendaciones incluidas en el informe de verificación. Concretamente:

Necesidad de hacer un seguimiento sistemático de los perfiles de acceso. Los perfiles de acceso al máster corresponden, de manera mayoritaria, a los perfiles previstos en la memoria. El 82,54 % de los estudiantes provienen de las titulaciones recomendadas, y predomina el origen de las titulaciones de Bellas Artes y Diseño. Un 17,46 % ha accedido por la vía de otras titulaciones, y todos han cursado complementos de formación.

No ha habido ninguna petición de acreditación de experiencia profesional por estos 11 ECTS, de manera que no se ha producido la ocasión de comprobar el extremo indicado, en caso de que se diese la ocasión a esta tercera vía de acceso. Estaremos pendientes de este asunto en próximos cursos. Prevemos, por la experiencia de este curso, que será una vía de acceso extremadamente residual.

Explicitar los sistemas de evaluación adecuados para certificar el éxito de los resultados de aprendizaje. El sistema de evaluación global en los másteres universitarios es la evaluación continuada. Esta se articula en las asignaturas de una forma más concreta a partir de un número de actividades obligatorias que oscila entre 3 y 5 en el semestre en que se proponen retos profesionales —diseño y aplicaciones de marcas, mayoritariamente— por resolver por parte del estudiantado mediante el uso de unos recursos docentes de formato diverso proporcionados por la UOC. Los entregables de cada actividad incluyen la resolución del arte final o la parte de diseño requerida, más un documento de memoria de proceso en el que se relatan y justifican las decisiones y se plasma el proceso creativo. Además, en todas las asignaturas se requiere, en algún momento, una presentación

en vídeo del trabajo. Estos tres elementos permiten valorar los resultados de aprendizaje que están plenamente articulados con las competencias y que se evalúan mediante un retorno personalizado. Además, usamos una herramienta de evaluación competencial, el Graf, a partir de unas rúbricas. Este tipo de evaluación específica lo presentaremos en el congreso 9.º Encuentro BID Enseñanza y Diseño (Madrid).

6. Acciones de mejora

Véase anexo 2 [Plan de mejora de centro. Seguimiento 2020-2021](#)

7. Documentos anexos

-**Anexo 1:** [Recopilación de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa](#)

-**Anexo 2:** [Plan de mejora de centro. Seguimiento 2020-2021](#)

Anexo 1. Recopilación de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa

| Código | Titulación | Descripción original informe final evaluación externo | Respuesta | Estado actual |
|---------------|------------|--|--|---------------|
| PM-AC-2016_04 | Centro | Analizar de forma detallada la información previa a la matrícula que necesitan el alumnado, con el fin de adaptar la información sobre las asignaturas publicada en la web a las necesidades de los alumnos y alumnas (los planes docentes publicados en la web no contienen datos que el alumnado puede precisar, como el nombre de los profesores o los criterios detallados de evaluación). | En proceso: actualización del documento del plan docente y mejora de la integración de este documento en distintos espacios de difusión. Agentes implicados: Oficina del Vicerrectorado, equipo de Tecnología y Estudios. Calendario: 2018-2020. | Resuelto |
| MO-AC-2020_01 | Centro | Asegurar que la web [de las titulaciones...] está disponible en la versión en inglés. | La información sobre la titulación se ofrece en los idiomas de docencia. En cuanto a las dos asignaturas en inglés del MU Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos, los planes docentes están disponibles en esta lengua. | Resuelto |
| MO-AC-2020_02 | Centro | Mejorar la usabilidad del entorno virtual. Le falta agilidad y ser más intuitiva. | La satisfacción con el Campus de los alumnos del MU Comunicación Corporativa en el curso 2020-2021 es del 68,3 %. | Resuelto |
| MO-AC-2020_03 | Centro | Realizar estudios de inserción laboral desde la propia universidad/facultad. | La UOC participa trienalmente en un estudio de inserción laboral del SUC y AQU que permite disponer de datos de manera sistemática y comparar resultados entre las diferentes universidades que ofrecen la misma titulación, y en el que, además, se dispone de una web pública que permite ofrecer los resultados a todos los grupos de interés: https://estudis.aqu.cat/dades/web/inici# | Resuelto |
| MO-AC-2020_04 | Centro | Facilitar la conexión entre empresarios y el equipo directivo del programa. De la reunión con empleadores se desprende que la universidad no propone canales (o no los comunica adecuadamente) a los empleadores para que hagan sus sugerencias y expresen sus opiniones. | Se ha incorporado la dirección electrónica mastercom@uoc.edu al web del máster. A ella se pueden dirigir las empresas interesadas en acoger estudiantes en prácticas de la titulación, así como empleadores. En cuanto a los centros de prácticas, cuentan también con el departamento de Prácticas y con el contacto de la PRA de la asignatura. Además de ello, durante el curso 2020-2021 se ha constituido el Consejo Externo de Expertos, un órgano asesor formado por reconocidos profesionales y representantes de las asociaciones profesionales del sector. | Resuelto |
| MO-AC-2020_05 | Centro | Se invita al centro a hacer una previsión del volumen de alumnado para los próximos años, pues, de seguir en la | Ratio de 3 aulas por asignatura estable desde hace 3 semestres. Cada año se hace la previsión de nuevos estudiantes y de rematrícula, lo que permite | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--------|---|--|----------|
| | | <p>dinámica (número de alumnos y alumnas admitidos, alumnos y alumnas en curso y graduados y graduadas), será necesario aumentar mucho el volumen de profesorado colaborador para poder dar respuesta a esta demanda.</p> | <p>dimensionar el equipo docente y las aulas. La ratio de estudiantes aula no supera lo establecido en el apartado 7 de la memoria verificada (75 estudiantes / aula estándar; 50 estudiantes / aula con especial dedicación; entre 10 y 15 estudiantes / TFM). Así, para las asignaturas obligatorias ha habido, durante los cursos 2019-2020 y 2020-2021, una media de entre 3 y 4 aulas. En cuanto al TFM, los tutores y tutoras de TFM tienen una media de 4,87 alumnos asignados. El equipo docente se refuerza cada semestre gracias a la convocatoria de nuevas plazas para profesorado colaborador (con dos convocatorias ordinarias y una extraordinaria) y se ajusta al volumen de matrícula, con lo que se garantiza que no se supera la ratio y se impide la sobrecarga docente. Este equipo docente colaborador, por otro lado, está también satisfecho con la UOC: la satisfacción del personal docente colaborador (PDC) con el curso 2020-2021 es del 93,4 %; opina que "los Estudios me facilitan criterios, herramientas y recursos para desarrollar mi tarea adecuadamente" (86,3 %).</p> | |
| MO-AC-2020_06 | Centro | <p>Se aprecia que la contratación del profesorado colaborador responde a las necesidades inmediatas del curso lectivo. Se propone la realización de un plan de evolución de la titulación en que se establezca qué nuevas materias quieren definirse en los cursos venideros y que este plan permita delimitar el rango de conocimientos que deberá tener el profesorado colaborador. De esta forma, la contratación del profesorado colaborador podría responder a un posicionamiento estratégico de la titulación, más allá de las necesidades lectivas inmediatas.</p> | <p>El equipo docente se refuerza cada semestre gracias a la convocatoria de nuevas plazas para profesorado colaborador (con dos convocatorias ordinarias y una extraordinaria) y se ajusta al volumen de matrícula, con lo que se garantiza que no se supera la ratio y se impide la sobrecarga docente. Este equipo docente colaborador, por otro lado, está también satisfecho con la UOC: la satisfacción del personal docente colaborador (PDC) con el curso es del 93,4 %; opina que "los Estudios me facilitan criterios, herramientas y recursos para desarrollar mi tarea adecuadamente" (86,3 %).</p> | Resuelto |
| MO-AC-2020_07 | Centro | <p>Se evidencia la falta de una persona de referencia para la gestión de prácticas (convenio, etc.).</p> | <p>El SGIC recoge el proceso PS01 de gestión de prácticas, que identifica claramente los responsables de las actividades del proceso.</p> | Resuelto |
| MO-AC-2020_08 | Centro | <p>Los alumnos y alumnas no conocen la bolsa de trabajo. Los que sí la conocen, opinan que las ofertas que allí se publican no son atractivas para un nivel de máster.</p> | <p>La universidad ha creado durante el último año un área nueva de Servicios de Orientación y Carrera Profesional, que refuerza las actividades relacionadas con la orientación profesional.</p> | Resuelto |
| MO-AC-2020_09 | Centro | <p>Una parte de las audiencias entrevistadas han afirmado que la adaptación al modelo asincrónico y en línea de la UOC puede resultar un reto en primera instancia. Se propone el desarrollo de recursos que permitan reducir el tiempo de adaptación.</p> | <p>Cuando los estudiantes formalizan la primera matrícula, los tutores y tutoras los animan a seguir el Training Camp para que puedan familiarizarse con la metodología de la UOC, antes de iniciar la docencia. El Training Camp también contiene, por ejemplo, un módulo de gestión y planificación del tiempo de estudio. Training Camp es un recurso para que los nuevos estudiantes conozcan mejor la universidad.</p> <p>https://cv.uoc.edu/estudiant/acollida/es/institucional/pindoles/training_camp.h</p> | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--------|--|--|-------------|
| | | | <p>tml</p> <p>Este es un recurso abierto a todo el mundo, y especialmente recomendado desde tutoría para los alumnos de nueva incorporación a la UOC. El espacio está planteado en cuatro capítulos, que profundizan sobre los siguientes temas:</p> <p>Capítulo 1. "Alba conoce el equipo docente", para conocer a las figuras docentes</p> <p>Capítulo 2. "Una nueva ciudad por descubrir y un aula por conocer", para saber cómo funcionan las aulas.</p> <p>Capítulo 3. "Tu formación, una carrera de fondo", con recomendaciones para planificar el tiempo de estudio.</p> <p>Capítulo 4. "Las reglas del juego y los Retos-PEC", para profundizar en el funcionamiento de la evaluación.</p> | |
| PM-AC-2020_10 | Centro | <p>Para aquellos perfiles de interés que no estén habituados a acceder al conjunto de canales de información (como por ejemplo empleadores, posibles futuros estudiantes, público general...), puede haber algunas dificultades para llegar a información concreta como el método de evaluación, ya que en muchas ocasiones se opta por mostrar en la guía EC (evaluación continuada) sin explicar en qué consiste.</p> <p>Los empleadores comentan durante la visita que la información proporcionada en la web no es completa ni práctica para responder a sus necesidades.</p> | <p>En el curso 2020-2021 se ha implantado una mejora de la información visible desde el portal del plan docente, incluyendo también el detalle de la metodología docente, donde se especifican el número de ejercicios (retos) que tendrá que elaborar el estudiante y el sistema de evaluación.</p> | Resuelto |
| PM-AC-2020_11 | Centro | <p>La institución publica en la web, a través del <i>Portal de transparencia</i>, los resultados académicos por titulación, excepto la tasa de abandono, que aparece agregada en el conjunto de los másteres, así como la tasa de graduación, que aparece con datos absolutos. La UOC publica, también, por titulación, no el grado de satisfacción, sino el porcentaje de estudiantes satisfechos con diferentes estándares.</p> <p>Si bien se comenta que la institución se rige por criterios de transparencia en la publicación y comunicación de la información, se desconoce si los grupos de interés conocen dónde encontrar dicha información.</p> | <p>La UOC, desde el proceso PS10, valorará si en otras comunicaciones y a través de los mecanismos de participación se puede dar más difusión a la existencia de estos resultados.</p> | En análisis |

| | | | | |
|---------------|--------|--|---|----------|
| PM-AC-2020_12 | Centro | A pesar de la difusión del propio documento SGIC, se debe tener en consideración que, sin la creación de elementos contextuales que permitan su correcta validación, pueden existir algunas dificultades para que el documento cuente con la participación de todos los grupos de interés. Se insta a la universidad a la creación de talleres que ayuden a promover la funcionalidad y características básicas del documento, así como la transmisión de la importancia de la cultura de la calidad, con la finalidad de aumentar el conocimiento y la participación de todos los grupos de interés en la modificación de este documento. | La UOC cuenta con un comité de calidad integrado por diferentes GI. Así mismo, en 2021 se han llevado a cabo acciones para el diseño e impartición de formación inicial y continuada para el profesorado y personal de gestión implicado en la implantación del SGIC, y estas acciones se continuarán llevando a cabo, si procede, para otras GI. | Resuelto |
| PM-AC-2020_13 | Centro | El SGIC cumple con sus funciones básicas y muestra el correcto seguimiento y acreditación de las titulaciones. No obstante, no se ha podido comprobar al detalle los procesos y responsabilidades en algunos como: implantación de nuevas asignaturas, modificación de asignaturas, eliminación de asignaturas, asignación de profesorado al TFM, etc. | La UOC revisa y mejora su SGIC anualmente, de acuerdo con el proceso PE03. Durante el 2021, la universidad llevó a cabo el proceso de certificación del SGIC, con un resultado favorable. Con relación al estándar 3, Enseñanza y aprendizaje y apoyo a los estudiantes, recibió una valoración de "Implantación avanzada" y se hicieron constar las siguientes valoraciones para cada subestándar: 3.1. La cadena de responsabilidades para garantizar el correcto funcionamiento de los procesos de enseñanza-aprendizaje y los relacionados con el apoyo al alumnado, así como para el análisis y la mejora de dichos procesos, es la adecuada para asumir estas funciones. La toma de decisiones es adecuada y, en general, se lleva a cabo siguiendo la cadena de responsabilidades establecida en los procesos. 3.2. Todas las acciones vinculadas con la enseñanza-aprendizaje siempre se llevan a cabo según lo que se establece en los procesos relacionados. Se garantiza el adecuado desarrollo de los programas formativos. | Resuelto |
| PM-AC-2020_14 | Centro | En este sentido, el SGIC dispone de procesos implementados que facilitan de forma óptima el diseño y la aprobación de las titulaciones, así como su seguimiento y acreditación. No obstante, sería recomendable hacer más hincapié en la implicación de todos los grupos de interés. | El manual de calidad identifica los grupos de interés del SGIC, así como cada proceso. En la revisión de proceso se analiza cómo se tiene en cuenta a los GI, y sus necesidades y expectativas. | Resuelto |
| PM-AC-2020_15 | Centro | Se detecta, sin embargo, la ausencia de información sobre la satisfacción de los empleadores y del personal de administración y servicios. En este sentido, se recomienda diseñar mecanismos que aseguren una alta participación de los distintos grupos de interés (alumnos, PDI y PAS) en las encuestas. | Desde el Área de Prácticas y Movilidad se establece la recogida de la percepción de los tutores y tutoras de los centros de prácticas, que permite obtener información sobre la satisfacción de nuestros empleadores. La encuesta de clima institucional que se recoge cada dos años también reúne información de satisfacción entre el personal de administración y servicios, así como el personal docente e investigador. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--------|---|--|----------|
| PM-AC-2020_16 | Centro | Cabe destacar la necesidad de contar con indicadores de carácter cualitativo que, junto con los cuantitativos, ayuden a tener un conocimiento tanto de las ventajas que hay que fortalecer como de los puntos que hay que mejorar. | Se dispone de campos abiertos en las encuestas, y deben considerarse también los mecanismos de información y coordinación de espacios de reflexión donde los GI pueden opinar en relación con los aspectos de mejora que han identificado. | Resuelto |
| PM-AC-2020_17 | Centro | No se ha podido visualizar el cuadro de mando, de forma que la información de la que se dispone es reducida. Se puede observar que hay un seguimiento general bueno y que se genera un plan de mejora que se aplica correctamente. Resta valorar la automatización de la captación de datos y de generación de indicadores que alerten sobre posibles necesidades de mejora. | La universidad dispone de indicadores de titulación y cuadros de mando para los estudios a través de Power BI. La identificación, definición y mantenimiento de los indicadores se lleva a cabo a través del proceso PE05 del SGIC. | Resuelto |
| PM-AC-2020_18 | Centro | Sobre la recogida de la opinión del profesorado colaborador, sorprende que casi el 40 % del profesorado considere que la universidad no proporciona información apropiada de su actividad docente. Se insta al centro a profundizar en los motivos de este desajuste. | Este 2020-2021 es el tercer curso en que estará en marcha la web de los informes de resultados de las encuestas, que permite tener acceso de manera autónoma a los resultados por parte de los PC, lo que les permite disponer de manera autónoma de la información sobre su actividad docente. Los resultados del curso 2020-2021 muestran una satisfacción del 72,6 %, frente a la del 60 % del período anterior. | Resuelto |
| PM-AC-2020_19 | Centro | En el autoinforme se menciona la política de contratación y se opta por el reconocimiento externo como elemento para la selección de personal profesional. Se sugiere la inclusión de unos criterios que permitan la definición de "reconocimiento externo" en cuanto a selección del personal docente-profesional. | Los procesos de selección de la UOC se basan en los principios OTM-R, para asegurar que se selecciona a la mejor persona para el puesto de trabajo. El OTM-R es conocido por sus siglas en inglés (Open, Transparent and Merit-based Recruitment) y pretende implementar prácticas de reclutamiento abiertas, transparentes y basadas en el mérito. Es uno de los pilares de la Carta Europea de los Investigadores y, en particular, del Código de Conducta para la Contratación de Investigadores, publicado por la Comisión Europea en 2005. | Resuelto |
| PM-AC-2020_20 | Centro | Se considera altamente recomendable la incorporación de un indicador (por ejemplo, de horas de impartición de docencia) que permita evidenciar que el profesorado dispone de la dedicación suficiente, y que este indicador sea capaz de aportar información sobre qué períodos requieren más recursos para poder actuar en un mismo curso, en caso de que la dedicación no fuera suficiente. | Durante el curso 2020-2021 se han incorporado nuevos profesores propios a los ECIC. En cuanto a la titulación, se ha pasado de 8 PRA a 10. | Resuelto |
| PM-AC-2020_21 | Centro | Durante la visita, los docentes colaboradores manifiestan dificultades para compaginar su actividad docente y profesional, debido a las puntas de trabajo que se producen en una y otra de sus facetas laborales y al elevado número de estudiantes por | La ratio de estudiantes-aula no supera el establecido en el apartado 7 de la memoria verificada (75 estudiantes / aula estándar; 50 estudiantes / aula con especial dedicación; entre 10 y 15 estudiantes / TFM). Así, para las asignaturas obligatorias ha habido, durante los cursos 2019-2020 y 2020- | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--------|---|--|----------|
| | | grupo que deben atender en algunas asignaturas. En este sentido, debería mejorarse el ratio del número de alumnos por profesor. | 2021, una media de entre 3 y 4 aulas. En cuanto al TFM, los tutores y tutoras de TFM tienen una media de 4,87 alumnos asignados. El equipo docente se refuerza cada semestre gracias a la convocatoria de nuevas plazas para profesorado colaborador y se ajusta al volumen de matrícula, con lo que se garantiza que no se supera la ratio y se impide la sobrecarga docente. Este equipo docente colaborador, por otro lado, está también satisfecho con la UOC: la satisfacción del personal docente colaborador (PDC) con el curso 2020-2021 es del 93,4 %; opina que "los Estudios me facilitan criterios, herramientas y recursos para desarrollar mi tarea adecuadamente" (86,3 %). | |
| PM-AC-2020_22 | Centro | La institución cuenta con un plan estratégico que incluye una sección dedicada a la investigación para orientar al profesorado y un presupuesto específico. También hay formación específica de apoyo a la calidad docente, con muchos recursos disponibles. Quizás el problema es la diversidad y la falta de un apoyo o seguimiento más personalizado del profesor por la figura, por ejemplo, de un orientador, si bien es cierto que existe un plan de acogida por parte de la universidad. Así mismo, se valoran de forma positiva el "kit del profesor" y el "kit for new researchers". | 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. Este plan estratégico de investigación de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación 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 apoya en la innovación y la transferencia de conocimiento socialmente relevante (véase el documento "Texto Memorias/IST Recerca"). Además, existe un plan estratégico de investigación que está en la web de los Estudios, desde donde pueden consultarse las memorias de investigación que se elaboran bianualmente (véase https://www.uoc.edu/portal/es/estudis_arees/ciencias_informacio_comunicacio/reerca/index.html). | Resuelto |
| PM-AC-2020_23 | Centro | Del análisis de los datos proporcionados preocupan los bajos niveles de satisfacción con los servicios centrales de apoyo tecnológico, comercial, de marketing y alumni. | La universidad revisa anualmente los resultados de las encuestas. De la valoración siempre se derivan acciones de mejora. En conjunto, los resultados del curso 2020-2021 han mejorado ligeramente. | Resuelto |
| PM-AC-2020_24 | Centro | Para la acreditación del subestándar, es necesaria la realización de un estudio detallado en que, además de mostrar si los estudiantes están ocupados en un puesto con relación a la comunicación corporativa, el protocolo o la organización de eventos, se consideren las condiciones laborales del puesto de trabajo. Si bien el centro recurre a los estudios de inserción laboral de AQU, se anima al centro a realizar un seguimiento detallado de sus egresados y egresadas y poder así determinar si su situación laboral ha mejorado gracias a los estudios del máster. Convendría elaborar un estudio comparativo de los datos de | Esta información es objeto de valoración en la encuesta de inserción laboral. Además, por iniciativa de la titulación, durante el curso 2020-2021 se ha creado la Comisión de Graduados y Graduas del Máster Universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos, además de una encuesta propia de la titulación a través de Google Form dirigida a todos sus graduados y graduas (véase el documento "Formulario COMISIÓN GRADUADOS MU ComCorporativa (respuestas).Gsheet"). | Resuelto |

| | | | | |
|------------------|---|--|--|--------------|
| | | inserción laboral de los egresados y egresadas de este máster y los valores medios de inserción laboral en el sector. Y convendría contar con un informe de inserción laboral que resumiera la situación y que sirviera de apoyo a las medidas del proceso de mejora en relación con los contenidos y competencias del título. | | |
| PM-AC-2020_25 | Centro | Se debería determinar también si las prácticas externas están resultando eficaces como promotoras de la inserción laboral. | Esta información es objeto de valoración en la encuesta de inserción laboral. | Resuelto |
| PM-AC-2020_26 | Centro | Sería conveniente, además, conocer el número de egresados y egresadas que realizan el máster como vía de acceso a un programa de doctorado. | Esta información es objeto de valoración en la encuesta de inserción laboral. En el supuesto de que un graduado o graduada del máster realice posteriormente el doctorado de Humanidades y Comunicación, esta información es reportada a través de la Comisión de Investigación de los Estudios CIC y de la subdirección de Investigación. | Resuelto |
| MO-MO-2019_01 | Grado de Comunicación | La Comisión considera que sería preferible que las prácticas externas se mantuvieran como materia obligatoria, y, en todo caso, recomienda a la institución utilizar la información sobre el perfil profesional del estudiantado para orientarle a la hora de matricularse o no de la materia optativa Prácticas. Este aspecto deberá ser objeto de especial seguimiento antes de la acreditación del grado. | Estamos estudiando qué mecanismos podemos establecer para seguir la recomendación formulada sobre hacer seguimiento del perfil del estudiante para orientarlo de manera adecuada para matricularse en las prácticas optativas según su perfil. Primera propuesta: seguimiento a través de tutoría. | En ejecución |
| PM-VIENE-2016_08 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Especificar en la memoria que los criterios que se exponen para la selección de los estudiantes son de aplicación para aquellas ocasiones en las que el número de solicitudes exceda al de las plazas ofertadas. | En el modifica presentado en marzo de 2021 y aprobado por AQU con fecha 21/07/2021, se adaptaron los criterios de selección a la misión de la universidad y se indicó en la memoria el siguiente texto: "En caso de que el número de solicitudes exceda al de las plazas ofertadas, la admisión se realizará mieda orden para preservar la misión de la universidad, que se facilitar el acceso a todas las personas que cumplan con los requisitos de acceso y admisión sin privilegiar a unas sobre otras." | Resuelto |
| PM-VE-2016_09 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Incrementar el potencial de la plantilla de profesorado para la impartición del máster, desarrollando proyectos de investigación que proporcionarán más publicaciones y contribuciones a congresos. | Parte del equipo de profesorado responsable de asignatura (PRA) del máster es especialista en el ámbito de la comunicación corporativa y las relaciones públicas, y está dirigiendo tesis doctorales específicas sobre la materia, de las cuales pueden derivarse artículos y comunicaciones en congresos. Estos mismos profesores y profesoras también están elaborando trabajos de investigación centrados en la comunicación persuasiva, de los cuales también se derivan resultados publicados y participación en congresos. Todos los detalles están recogidos en el modifica presentado en marzo de 2021 y aprobado por AQU con fecha 21/07/2021, y se recogen en la | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|--|---|----------|
| | | | memoria de investigación anual. | |
| PM-MO-2018_01 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Se recuerda que en las titulaciones que se impartan en modalidad no presencial, el porcentaje de profesorado que tenga el título de doctor entre el profesorado colaborador/consultor o equivalente que imparta dichas enseñanzas, debe ser de un tercio (33 %) con respecto al profesorado propio a tiempo completo. Asimismo, el profesorado colaborador/consultor deberá estar, al menos, en posesión del título de licenciado, arquitecto, ingeniero, graduado o equivalente, o de diplomado, de acuerdo con la normativa aplicable. | En relación con el porcentaje de profesorado doctor, la universidad cumple el Real Decreto 640/2021. Teniendo en cuenta a todo el equipo docente, en el máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos la ratio de profesorado doctor y acreditado es del 77,08 %, lo cual supera los porcentajes recomendados en másteres oficiales. Así mismo, el 100 % del profesorado responsable de asignatura (PRA) está acreditado. | Resuelto |
| MO-AC-2020_27 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Se recomienda especificar en la memoria que los criterios que se exponen para la selección de los estudiantes son de aplicación para aquellas ocasiones en las que el número de solicitudes exceda al de las plazas ofertadas. Tanto el autoinforme como las audiencias evidencian que no se produce un proceso de selección entre el alumnado solicitante, siendo necesario implementar un proceso de selección con un mayor nivel de concreción en los criterios del proceso. | En el modifica presentado en marzo de 2021 y aprobado por AQU con fecha 21/07/2021, se adaptaron los criterios de selección a la misión de la universidad y se indicó en la memoria el siguiente texto: "En caso de que el número de solicitudes exceda al de las plazas ofertadas, la admisión se realizará por orden para preservar la misión de la universidad, que es facilitar el acceso a todas las personas que cumplan con los requisitos de acceso y admisión sin privilegiar a unas sobre otras". | Resuelto |
| MO-AC-2020_28 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Exigir los complementos de formación antes de empezar el máster, para asegurar el nivel mínimo de conocimientos para la gente que accede al programa procedente de otras titulaciones. | En el modifica presentado en marzo de 2021 y aprobado por AQU con fecha 21/07/2021, se detalla la creación de una asignatura de complemento de formación obligatoria para los alumnos que no provengan de las titulaciones recomendadas en la titulación: <i>Conceptos y práctica de la comunicación corporativa</i> . Esta asignatura entrará en funcionamiento en el segundo semestre del curso 2021-2022. | Resuelto |
| MO-AC-2020_29 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Dotar al máster de mayor especialización. Los conocimientos son adecuados, pero demasiado genéricos. Para los estudiantes que proceden del ámbito de la comunicación, el contenido es prácticamente el mismo que el del grado, si bien complementado con la parte práctica. En este sentido, el CAE recomienda una revisión del contenido del máster para alinearlos mejor con el nivel superior de especialización y profundización que se espera de una titulación de máster. Así mismo, en la evaluación de alguno de los trabajos, los alumnos consideran que las notas son más elevadas de lo que deberían ser (atendiendo a la calidad del trabajo entregado). | <ul style="list-style-type: none"> - Estudio de <i>benchmarking</i>, con la participación de todo el equipo de PRA. - Incorporación de la nueva competencia Compromiso ético y global, y revisión de los resultados de aprendizaje de la titulación (fruto de sesiones de trabajo con todo el equipo de PRA y el eLearning Innovation Center, eLinC). - Incorporación de nuevas competencias y contenido especializado en asignaturas (detallado en el modifica de marzo de 2021 aprobado por AQU con fecha 21/07/2021). - Incorporación de nuevos recursos de aprendizaje y transformación a modelo Niu. - Creación del Consejo Externo de Expertos del máster, que aconseja también sobre nuevo contenido. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|----------|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Creación de la Comisión de Graduados y Graduas del máster, que aconseja también sobre nuevo contenido. - La satisfacción del alumnado con el modelo de evaluación en el curso 2020-2021 es positiva, concretamente del 77,6 %. - La satisfacción de los graduados y graduadas del curso 2020-2 es del 73,7 % en la afirmación "Los sistemas de evaluación han permitido reflejar adecuadamente mi aprendizaje", y del 84,2 % en la afirmación "La estructura del plan de estudios ha permitido una progresión adecuada de mi aprendizaje". | |
| MO-AC-2020_30 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <ul style="list-style-type: none"> - Establecer los mecanismos de coordinación necesarios para evitar duplicidades entre asignaturas que conforman el plan de estudios (p. ej., Comunicación corporativa y relaciones institucionales, y Comunicación estratégica y creativa en las organizaciones). - Se detecta un desequilibrio en cuanto a contenido en el que se aprecia que Comunicación tiene una mayor importancia que Protocolo y Gestión de eventos. - La asignatura Protocolo debería ir más allá del protocolo oficial (visita del rey, ministros, banderas, etc.). Falta el "protocolo" empresarial. - Se comenta que hay sinergias entre las distintas asignaturas. El problema aparece cuando se cursan en otra secuencia a la establecida originalmente. Valorar la necesidad de requerir un orden para cursar las asignaturas. | <ul style="list-style-type: none"> - Mecanismos establecidos para la coordinación, a través de reuniones con los equipos docentes. - Modificación del contenido de la asignatura Comunicación corporativa y relaciones institucionales, para diferenciarlo más de Comunicación estratégica y creativa en las organizaciones (rediseño de la asignatura, con especial énfasis en nuevas tendencias, RSC y ética profesional). - Existe un equilibrio entre ámbitos, puesto que muchas asignaturas son transversales. El plan de estudios se ajusta a la memoria verificada. El abanico de optatividad es muy amplio. - Existen dos asignaturas del ámbito del protocolo: Protocolo empresarial (obligatoria, y precisamente especializada en el ámbito empresarial y el ceremonial corporativo), y Protocolo oficial. - El orden para cursar las asignaturas se recomienda desde las aulas de tutoría y se indica en el portal (página web del máster), y se valora como no necesario requerir un orden obligatorio, menos en el caso de los complementos de formación, el trabajo final de máster y las prácticas, que requieren haberse matriculado de las asignaturas obligatorias. | Resuelto |
| MO-AC-2020_31 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>Especificar claramente las actividades formativas, metodologías docentes y sistema de evaluación. Actualmente, las guías docentes son incompletas en este sentido y no permiten validar este subestándar.</p> <p>Es preciso insistir en que en el apartado de evaluación de las guías docentes de la mayoría de las asignaturas se señala la opción de la evaluación continua, pero no se detalla el modo en el que se lleva a cabo.</p> <p>Incluir en la guía docente la posibilidad de evaluar las asignaturas por medio de los "retos globales" y concretar en qué consiste la evaluación continua.</p> | <p>Información sobre actividades formativas, metodologías docentes y sistema de evaluación de cada asignatura visible en el plan docente del aula y desde el Campus. Se ha ampliado también la información visible desde el portal web (se ha incorporado en el apartado "Descripción" de la ficha de la asignatura y se ha añadido también la visualización de los vídeos de presentación de cada asignatura).</p> | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--|--|---|----------|
| MO-AC-2020_32 | MU de Comunicaci on Corporativa, Protocolo y Eventos | Diseñar e implementar los mecanismos necesarios que ayuden a reducir el tiempo de realización del máster para evitar que el aumento de plazas ofertadas, junto con el muy alto porcentaje de los estudiantes que no se gradúan en los primeros años, acabe convirtiéndose en una carga docente que pueda perjudicar la calidad en el aprendizaje. Una parte significativa de los estudiantes, próxima al 40 %, termina la titulación (de 60 ECTS) en 2 años, y casi la cuarta parte, en 3 años. | El alumnado del máster lo es mayoritariamente a tiempo parcial, como en la mayoría de las titulaciones de la UOC, lo que implica que su distribución en las diversas asignaturas es variable, ya que, de acuerdo con las normas de permanencia y matrícula establecidas, cada estudiante puede seguir su propio ritmo de estudio y no todos cursan las mismas asignaturas cada semestre. Esto no supone, en ningún caso, una carga docente que perjudica la calidad del aprendizaje. La ratio de estudiantes aula no supera lo establecido en el apartado 7 de la memoria verificada (75 estudiantes / aula estándar; 50 estudiantes / aula con especial dedicación; entre 10 y 15 estudiantes / TFM). Así, para las asignaturas obligatorias ha habido, durante los cursos 2019-2020 y 2020-2021, una media de entre 3 y 4 aulas. En cuanto al TFM, los tutores y tutoras de TFM tienen una media de 4,87 alumnos asignados. El equipo docente se refuerza cada semestre gracias a la convocatoria de nuevas plazas para profesorado colaborador y se ajusta al volumen de matrícula, con lo que se garantiza que no se supera la ratio y se impide la sobrecarga docente. Este equipo, por otro lado, está también satisfecho con la UOC: la satisfacción del personal docente colaborador (PDC) con el curso es del 93,4 %; opina que "los Estudios me facilitan criterios, herramientas y recursos para desarrollar mi tarea adecuadamente" (86,3 %). | Resuelto |
| MO-AC-2020_33 | MU de Comunicaci on Corporativa, Protocolo y Eventos | Para alguien que ya está trabajando, la oferta de prácticas parece ser poco atractiva. En este sentido, se han detectado algunos casos en que los responsables en las empresas consideraron que los alumnos estaban sobrecualificados para el trabajo de prácticas ofrecido. | Los alumnos que ya trabajan no se matriculan de prácticas, al ser, desde hace unos semestres, asignatura optativa. | Resuelto |
| MO-AC-2020_34 | MU de Comunicaci on Corporativa, Protocolo y Eventos | Asegurar que los egresados y egresadas perciben valor en la formación recibida y que el máster les ayuda a mejorar su competencia laboral y perspectivas de empleabilidad. | - El incremento de satisfacción por parte de los graduados y graduadas del curso 2019-2020 ya se produjo, y llegó a un 77,3 %, lo cual representaba un incremento de 11 puntos respecto al año anterior, el 2018-2019 (y son los datos que evaluó el comité externo durante la acreditación). En el curso académico 2020-2021, la satisfacción de los graduados y graduadas (respuestas de satisfechos o muy satisfechos) ha sido del 71,1 %. - Se ha creado la Comisión de Graduados y Graduadas del máster, que nos ayuda también a mantener el vínculo con los graduados y graduadas que quieren formar parte del máster, y a organizar acciones conjuntas, así como a identificar contenido de formación. - Se ha creado la Feria de Empleo, con su primera edición en el curso 2019-2020 y la segunda en el 2020-2021. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--|---|--|----------|
| MO-AC-2020_35 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | Asegurar que los contenidos de las asignaturas están siempre actualizados y son acordes con las últimas tendencias del sector. | <ul style="list-style-type: none"> - Creación del Consejo Externo de Expertos, formado por las principales asociaciones profesionales, que ayudan a identificar las tendencias del sector. - El equipo docente de las asignaturas actualiza periódicamente los recursos de aprendizaje (Plan transformación Niu). - El equipo docente participa en congresos académicos en los que también se debaten las tendencias. | Resuelto |
| MO-AC-2020_36 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | Si bien la mayoría de los docentes devuelven las entregas en 48 horas, hay algunos que no tienen suficiente disponibilidad y tardan más. Debería asegurarse que todo el profesorado (y, en especial, el colaborador) dispone del tiempo suficiente para hacerlo y es una labor que puede asumir. Se aconseja establecer un ratio de alumnos por profesor colaborador asequible de acuerdo con sus posibilidades. | <ul style="list-style-type: none"> - La obligatoriedad del profesorado colaborador de responder en un máximo de 48 horas es recordada antes de cada semestre y supervisada por del profesorado responsable de asignatura, con quienes el alumno también puede contactar. En cualquier caso, se trata de casos muy puntuales. Los datos de satisfacción de los estudiantes con el profesorado han sido del 75,6 % en el curso 2020-2021. También la satisfacción con el modelo de evaluación, concretamente del 77,6 %. - No existe una carga docente que perjudique la calidad del aprendizaje. La ratio de estudiantes aula no supera lo establecido en el apartado 7 de la memoria verificada (75 estudiantes / aula estándar; 50 estudiantes / aula con especial dedicación; entre 10 y 15 estudiantes / TFM). Así, para las asignaturas obligatorias ha habido, durante los cursos 2019-2020 y 2020-2021, una media de entre 3 y 4 aulas. En cuanto al TFM, los tutores y tutoras de TFM tienen una media de 4,87 alumnos asignados. El equipo docente se refuerza cada semestre gracias a la convocatoria de nuevas plazas para profesorado colaborador y se ajusta al volumen de matrícula, con lo que se garantiza que no se supera la ratio y se impide la sobrecarga docente. | Resuelto |
| PM-AC-2020_37 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>(E1) Se recomienda incluir temas relacionados con la cronografía y temporización de la gestión de eventos. Asimismo, también se considera necesaria una mayor profundización en el entorno digital.</p> <p>Se debe realizar un proceso de selección del alumnado a fin de garantizar que los contenidos del título respondan al nivel de especialización que exige un máster y evitar coincidencias de contenido con los títulos de grado.</p> <p>A fin de paliar las posibles carencias académicas de los estudiantes procedentes de otras titulaciones ajenas al ámbito de la comunicación, estos estudiantes deberían cursar los complementos formativos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Se ha incorporado nuevo material sobre cronografía y temporización en la asignatura Organización estratégica de eventos. En la asignatura Producción especializada de eventos ya existía. - Se ha incorporado nuevo material sobre organización de eventos virtuales en la asignatura Organización estratégica de eventos. - Estudio de <i>benchmarking</i>, con la participación de todo el equipo de PRA. - Incorporación de nuevas competencias y contenido especializado en asignaturas (detallado en el modifica de marzo de 2021). - Incorporación de nuevos recursos de aprendizaje y transformación a modelo Niu. - Creación del Consejo Externo de Expertos del máster, que aconseja también sobre nuevo contenido. - Creación de la Comisión de Graduados y Graduas del Máster, quien aconseja también sobre nuevo contenido. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|---|----------|
| | | | - Incorporado al modifica de marzo de 2021: Creación de nueva asignatura de complemento de formación (Conceptos y práctica de la comunicación corporativa), obligatoria para todos los accesos no provenientes de las titulaciones recomendadas. | |
| PM-AC-2020_38 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | De acuerdo con las evidencias, se prevé que en las propias asignaturas se muestren ejemplos prácticos, el plan docente no incluye asignaturas en las que se mencionen de forma explícita contenidos específicos de investigación, por lo que surge la duda de cómo el centro prevé cumplir con las competencias relacionadas con el desarrollo de nuevo conocimiento científico y la identificación de necesidades formativas en relación con la investigación. | Según la memoria, en el máster se trabaja la competencia CB6 (Poseer y comprender conocimientos que aportan una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación) en las asignaturas: Comunicación corporativa y RRH, Comunicación estratégica y creativa en las organizaciones, Protocolo empresarial, Comunicación de crisis y de riesgo, Business & Entrepreneurship, Producción de eventos y TFM. Algunas de las actividades que tienen que realizar los alumnos para superar estas asignaturas implican la investigación. A parte, la metodología de investigación se trabaja especialmente en la asignatura del TFM, en la que los alumnos pueden optar por elaborar un trabajo de modalidad B (investigación empírica). En el aula del TFM, los alumnos disponen de una guía específica con todas las indicaciones: Estanyol, Elisenda, <i>Guía para elaborar el TFM</i> , (actualizada en 2021); y se han incorporado recursos de aprendizaje, como, por ejemplo: Hernández Sampieri, Roberto <i>et al.</i> (2021). <i>Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta</i> ; Berganza, María Rosa & Ruiz, José A. (2005). <i>Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación</i> ; Gordóvil, Amalia & Boixadós, Mercè (s. f.). <i>Las aproximaciones cuantitativa y cualitativa</i> , UOC. A banda, todos los tutores y tutoras de TFM son doctores y tienen conocimientos sobre metodología de investigación. Así mismo, se informa a los alumnos, a través de la propia aula del TFM, de las líneas de doctorado. | Resuelto |
| PM-AC-2020_39 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Eliminación de la asignatura de prácticas como asignatura obligatoria, dada la posible incompatibilidad con el perfil de estudiante, la mayoría de los cuales están desarrollando ya alguna actividad profesional. Si bien esta modificación queda justificada, es importante no perder esta vertiente práctica de los aprendizajes. Se recomienda seguir dando valor y más peso a aquellas actividades que permitan corroborar que los contenidos incluyen "retos" o "casos" reales, y que se trata la actualidad del sector en las distintas asignaturas, siendo este uno de los aspectos mejor valorados del máster, tanto por los estudiantes como por los egresados y egresadas. | El máster tiene una metodología docente basada en retos y casos reales, que se ha seguido reforzando durante el curso 2020-2021 y que garantiza la realización continuada, por parte del estudiantado, de actividades prácticas que permiten aplicar los conocimientos teóricos, ya que es uno de los aspectos mejor valorados tanto por el alumnado como por los graduados y graduadas y por el CEE en su informe. Estudios de caso: el máster cuenta con un recurso de aprendizaje transversal formado por una recopilación de estudios de caso, que destacan por su riqueza de detalles y por haber sido redactados por reconocidos profesionales del sector. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|----------|
| PM-AC-2020_40 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | Por otro lado, no hay constancia de la comprobación de que los estudiantes posean el nivel de inglés recomendado (B2). Que en la memoria verificada no se previera una posible prueba de comprobación del nivel de inglés recomendado no significa que no se solicite la acreditación, de algún modo, de estar en posesión de dicho nivel de idioma, aunque se trate de un requisito recomendado. | Al no tratarse de un requisito obligatorio, son los tutores y tutoras quienes se encargan de asesorar al alumnado durante el proceso de matriculación cada semestre. Las asignaturas que se imparten en inglés son optativas. Se recomienda a los alumnos que no tienen nivel B2 que no cursen estas optativas y que escojan otras (el abanico de optativas del máster es amplio). | Resuelto |
| PM-AC-2020_41 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | Se podría mejorar la información relativa a la admisión de los estudiantes en relación con la experiencia laboral de los candidatos y candidatas. | Ya respondido en un requerimiento anterior e incluido en el modifica de marzo de 2021, que fue aprobado por AQU con fecha 21/07/2021. | Resuelto |
| PM-AC-2020_42 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | En las audiencias se detectan dos puntos de mejora en la coordinación. Por un lado, la comunicación entre los varios consultores y consultoras que se ocupan de la docencia en una misma asignatura. Y, por otro, la mayor implicación del alumnado, como colectivo, en la toma de decisiones para el avance de la coordinación. | Los datos de satisfacción no indican una baja satisfacción en cuanto a la coordinación. Los estudiantes valoran la satisfacción con la acción docente con un 75,6 %, y el dominio del profesorado con un 87,6 %. La coordinación entre el equipo de profesorado colaborador se lleva a cabo en cada asignatura (bajo la coordinación del PRA o profesor responsable de asignatura). Las encuestas del profesorado asociado muestran, de hecho, que el ítem mejor valorado es la coordinación con el PRA. Concretamente, hay una satisfacción del 92,8 % en cuanto a la coordinación con el PRA para el desarrollo correcto del semestre. En lo que respecta a la implicación del alumnado, esta tiene como órgano de representación la Comisión de Estudios (véase el informe de centro). Se hará un seguimiento especial de estos indicadores. | Resuelto |
| PM-AC-2020_43 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | Se plantea como una posible propuesta de mejora la inclusión de un contenido obligatorio de buenas prácticas para los profesionales en relación con la igualdad de género y otros principios deontológicos y éticos. Es decir, mostrar de forma aplicada algunos protocolos, acciones, actitudes y comunicaciones machistas, y algunos de los posibles planteamientos acertados con perspectiva de género. Se propone que los estudiantes no solo convivan en un entorno igualitario y plural, sino que también sean capaces de identificar, planificar, ejecutar y medir acciones que sean igualitarias y que actúen como motor transformador de las empresas en las que trabajarán. | La competencia transversal Compromiso ético y global, que incluye en su conceptualización la perspectiva de género, se ha incorporado en el plan docente de 5 asignaturas del máster (Comunicación corporativa y relaciones institucionales; Organización estratégica de eventos; Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces; TFM; y en la optativa Lobbyism and public affairs) (se aprobó en el modifica de marzo de 2021 aprobado por AQU con fecha 21/07/2021). Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación cuentan con el grupo de trabajo sobre perspectiva de género. Este grupo, que está en contacto directo con la Unidad de Igualdad de la UOC, realiza análisis y organiza actividades, y elaboró un Toolkit de género que está disponible para el alumnado en las aulas del máster desde el segundo semestre del curso 2020-2021. También hay que indicar que casi | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|--|--|----------|
| | | | <p>la totalidad del profesorado responsable de asignatura del máster (PRA) ha cursado, durante el período 2019-2020 o al inicio del 2020-2021, el programa de formación interna de la UOC sobre Compromiso ético y global, y que se han compartido con todo el equipo de profesorado colaborador los siguientes materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vídeo sobre perspectiva de género: https://www.youtube.com/watch?v=qbw7rlh-2ke&feature=youtu.be - Infografía para el uso no sexista de la lengua: http://materials.cv.uoc.edu/cdocent/PID_00276992/ - Infografía sobre recomendaciones para la docencia con perspectiva de género: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/129686/2/PID_00276993.pdf <p>Además de ello, para la asignatura Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces se elaboró un recurso sobre liderazgo en femenino.</p> | |
| PM-AC-2020_44 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | (E2) Mejorar la información pública sobre el profesorado y presentarla de forma uniforme para todos. Incluir el correo electrónico del profesorado responsable en las guías docentes de las asignaturas. Adecuar la información del máster a las necesidades de los empleadores. | <p>La universidad está trabajando en un nuevo portal para unificar el formato del contenido y adaptarse para dar la información pública. El correo electrónico de los equipos docentes ya está disponible en el aula, tanto del profesorado responsable como colaborador, siguiendo las directrices de la universidad. Puede dirigir a sus tutores y tutoras cualquier duda que surja entre los estudiantes previa a la matrícula, ya que esta es su función. Directorio de personas: https://www.uoc.edu/opencms_portal2/opencms/ES/universitat/contacte-seus/directori-persones/list.html</p> | Resuelto |
| PM-AC-2020_45 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>La web ofrece información actualizada; sin embargo, la página web en inglés no está disponible. Así mismo, aunque aparecen los nombres de los tutores y tutoras, no se ofrece más información sobre ellos. En cuanto al perfil investigador del profesorado, se deriva a LinkedIn o ResearchGate, pero no en todos aparece el enlace y no todos tienen la información actualizada. En el caso del profesorado propio, sería recomendable vincular sus currículums con el enlace a los grupos de investigación a los que pertenecen; y, asimismo, se insta a la titulación a la publicación de la dirección del correo electrónico del profesorado</p> | <p>La información sobre la titulación se ofrece en los idiomas de docencia. En cuanto a las dos asignaturas en inglés, los planes docentes están disponibles en esta lengua. El correo electrónico de los equipos docentes ya está disponible en el aula, tanto del profesorado responsable como del colaborador, siguiendo las directrices de la universidad. Consultar ISC: durante el curso 2020-2021 se ha revisado y actualizado la información sobre programas publicada en el portal de la UOC y en la página web de los Estudios. Agentes implicados: directores de programa, equipo de gestión de programas y técnica de dirección. Directorio de personas: https://www.uoc.edu/opencms_portal2/opencms/ES/universitat/contacte-</p> | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|----------|
| | | en las respectivas guías docentes. | seus/directori-persones/list.html | |
| PM-AC-2020_46 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | (E3) Asegurar una mayor implicación de todos los grupos de interés en el diseño y aprobación de las titulaciones, en especial de los empleadores. Implementar los mecanismos pertinentes para recoger información sobre la satisfacción de los empleadores y del personal de administración y servicios, y asegurar un elevado grado de participación. Mejorar la información que se proporciona al profesorado y la utilidad de dicha información para apoyar su actividad docente. | La titulación cuenta con un Consejo Externo de Expertos, creado en el curso 2020-2021. Se mantiene contacto directo con las empresas que acogen a estudiantes de prácticas (formulario, PRA de prácticas que está en contacto con el tutor o tutora de prácticas del centro de acogida). La universidad participa con AQU en la percepción de los empleadores y lleva a cabo cada 2 años una encuesta sobre ambiente dirigida al personal. | Resuelto |
| PM-AC-2020_47 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | La evidencia que se presenta en relación con el seguimiento de la calidad se refiere al acta de una reunión de la Comisión de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, en cuyo contenido no se alude en ningún momento al máster de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos. | De la Comisión de Estudios han formado parte representantes de la titulación. Pero está también integrada por representantes de otras titulaciones. La temática de las reuniones es variada y cambia en función de cada reunión, y no siempre todas las titulaciones son objeto de revisión o valoración. Se recoge y se recomendará compartir los ISC. | Resuelto |
| PM-AC-2020_48 | MU de Comunicaci ón Corporativa, Protocolo y Eventos | (E4) Se insta al desarrollo de mecanismos que permitan calcular el número de horas impartidas por la docencia y los momentos en que se imparten, ya que se ha mencionado que una parte significativa avanza los estudios durante el fin de semana, pudiendo llegar a presionar al profesorado para que responda los correos en el período de descanso del fin de semana. El conjunto de criterios establecidos para la selección del profesorado colaborador presenta margen de concreción para limitar sus funciones y, en caso de que procediera, establecer cambiar su tipo de contratación. El profesorado colaborador tiene limitaciones que son objeto de consideración para acceder a los mecanismos de apoyo a la investigación, a pesar de que la experiencia investigadora del profesional colaborador es valorada en el proceso de selección del profesorado colaborador. Se propone el desarrollo de una reflexión sobre el conjunto de herramientas que se pueden proveer para ayudar a estos profesores y profesoras en el desarrollo de su carrera investigadora. Corroborar el cumplimiento de lo indicado en el Real Decreto 420/2015: "Las universidades garantizarán que, al menos el | La universidad cuenta con un SGIC certificado recientemente por AQU y que recoge el proceso PO11_Gestionar el acceso del profesorado docente colaborador, el cual reúne de manera clara el establecimiento, la difusión y el cumplimiento de los criterios de selección y la información de las funciones correspondientes. En relación con el porcentaje de profesorado doctor, la universidad cumple el Real Decreto 640/2021. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|---|-------------|
| | | sesenta por ciento del total de su profesorado, ejerza sus funciones en régimen de dedicación a tiempo completo". | | |
| PM-AC-2020_49 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Los docentes colaboradores, según consta en la web, son 58. El 46 % son doctores y doctoras. No se informa, sin embargo, de la actividad investigadora de este grupo numeroso de profesores y profesoras. | Teniendo en cuenta todo el equipo docente, la ratio de profesorado doctor y acreditado (77,08 %) supera los porcentajes recomendados en másteres oficiales. Así mismo, el 100 % del profesorado responsable de asignatura (PRA) está acreditado. La universidad recoge de manera sistemática la información académica y profesional del PDC, pero no el detalle de la actividad investigadora. Se valora la propuesta de mejora para trasladar al ISC. | En análisis |
| PM-AC-2020_50 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Al no tratarse de un requisito obligatorio, los tutores y tutoras son quienes se encargan de asesorar al alumnado durante el proceso de matriculación cada semestre. Las asignaturas que se imparten en inglés son optativas. Se recomienda al alumnado que no tiene el nivel B2 que no curse estas optativas y que elija otras (el abanico de optativas del máster es amplio). | En relación con el porcentaje de profesorado doctor, la universidad cumple el Real Decreto 640/2021. Teniendo en cuenta todo el equipo docente, la ratio de profesorado doctor y acreditado (77,08 %) supera los porcentajes recomendados en másteres oficiales. Así mismo, el 100 % del profesorado responsable de asignatura (PRA) está acreditado. | Resuelto |
| PM-AC-2020_51 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Del análisis del currículum de los profesores y profesoras propios, se observa que tienen un buen perfil, pero se les anima a difundir sus investigaciones en revistas internacionales y a ampliar su participación en proyectos competitivos europeos. Se indica de forma clara la participación de estos profesores y profesoras en proyectos de investigación. | Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación cuentan con una Comisión de Investigación y una subdirección de Investigación, que se encarga de promover la investigación del profesorado. Este equipo de profesorado ha publicado en revistas internacionales, como se puede comprobar en la memoria de investigación que se elabora bianualmente y que está disponible de manera pública en la web de los Estudios: https://www.uoc.edu/portal/es/estudis_arees/ciencies_informacio_comunicacio/recerca/index.html | Resuelto |
| PM-AC-2020_52 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Se considera altamente recomendable la incorporación de un indicador (por ejemplo, de horas de impartición de docencia) que permita evidenciar que el profesorado dispone de la dedicación suficiente, y que este indicador sea capaz de aportar información sobre qué períodos requieren más recursos para poder actuar en un mismo curso, en caso de que la dedicación no fuera suficiente. En este sentido, entre el profesorado UOC con responsabilidades docentes, el 33,3 % expresa su preocupación por la dificultad a la hora de compaginar la docencia con la actividad investigadora. Y el 44,4 % se siente preocupado por la poca utilidad percibida de los indicadores que proporciona la universidad sobre los resultados académicos y de satisfacción. | En el proceso de seguimiento del curso 2020-2021 se han analizado los resultados de la encuesta del último período. Con una mayor participación, presenta resultados más positivos. El 75 % del profesorado valora positivamente los indicadores para la toma de decisiones, y el 90,9 % se muestra satisfecho con el curso. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|----------|
| | | El hecho de que los alumnos valoren especialmente la atención del profesorado, siendo este ítem uno de los mejor valorados de la titulación, acredita que desde la perspectiva de los estudiantes el profesorado es suficiente. | | |
| PM-AC-2020_53 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Las encuestas de satisfacción de los graduados y graduadas indican bajos niveles de complacencia con algunas cuestiones en el curso 2018-2019. Así, solo el 58,8 % se muestra satisfecho con el profesorado. Solo la mitad, el 50 %, está satisfecho con la tutorización. Y solo el 50 % expresa estar satisfecho con la metodología del profesorado. Se aconseja al centro averiguar los motivos que causan estos altos niveles de insatisfacción y diseñar un plan de mejora. Estos resultados pueden tener relación con la falta de tiempo mencionada por el profesorado colaborador. | La universidad lleva a cabo anualmente las encuestas de graduados y graduadas. Las ediciones posteriores presentan mejores resultados. El incremento de satisfacción por parte de los graduados y graduadas del curso 2019-2020 ya se produjo y llegó a un 77,3 %, lo cual representaba un incremento de 11 puntos respecto al año anterior, el 2018-2019 (son los datos que evaluó el comité externo durante la acreditación). En el curso académico 2020-2021, la satisfacción de los graduados y graduadas (respuestas de satisfechos o muy satisfechos) ha sido del 71,1 %. | Resuelto |
| PM-AC-2020_54 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | De forma detallada y por asignaturas, los coordinadores y coordinadoras de la titulación, como indican en el autoinforme, son conscientes de que algunas requieren especial atención por los muy bajos niveles de satisfacción: un 12,5 % de satisfacción con la asignatura <i>Lobbyism and public affairs</i> y un 48,65 % de satisfacción con el consultor de la asignatura Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces. Será preciso el seguimiento de las medidas de mejora para estas asignaturas en los próximos cursos. | En los IST del curso 2019-2020 y del 2020-2021 ya se hace mención del seguimiento de estas asignaturas, cuyos datos de satisfacción han mejorado. El máster tiene mecanismos propios para supervisar el funcionamiento de las asignaturas y analizar la satisfacción por parte del alumnado y la valoración que hace el profesorado propio. Cada semestre, el profesorado responsable analiza el funcionamiento de sus asignaturas, que se recoge en dos documentos semestrales, donde se especifica por campus (véanse los documentos "Satisfacció_Assignatures_20201" y "Satisfacció_Assignatures_20202"). Estos documentos, después, se comentan y se comparten con el resto de profesorado en las reuniones de titulación, y permiten detectar entre todos aspectos de mejora y recoger las propuestas de acciones que habrá que implementar en el siguiente semestre. | Resuelto |
| PM-AC-2020_55 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | (E5) Los alumnos y alumnas indican que, tal y como están diseñados [los debates ¿?], actualmente es muy difícil poder opinar y hacer nuevas aportaciones en aulas con 40-50 alumnos. Fueron varios los participantes en las audiencias que comentaron que "si no entras al principio en el foro, te encuentras con más de cien mensajes y no los lees todos, por lo que es mejor ir al foro al principio y cumplir con la presencia en esta herramienta". En este sentido, se anima a la dirección de la titulación a valorar la posibilidad de realizar sesiones de debate en retransmisión en directo (o <i>conference calls</i>) con un grupo | El modelo de la UOC es asíncrono, por lo que no puede obligarse al alumnado a participar sincrónamente en debates u otras actividades evaluables. Aun así, desde la titulación y desde los Estudios se organizan actividades de difusión no obligatorias que sí que son sincrónicas (debates coloquio, ciclo Skills, etc.). Los retos cambian cada semestre, y se ha tenido en cuenta la recomendación, incluyendo casos más próximos. Los solucionarios son a veces más extensos, porque detallan distintas opciones de respuesta y ponen más de un ejemplo de cómo se hubiera podido resolver el reto. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|--|--|-----------|
| | | <p>reducido de alumnos y alumnas y el profesor o profesora. Incluir pequeñas escapadas digitales o encuentros virtuales en línea. Se insta a la institución a reflexionar sobre las virtudes que estos mecanismos pueden aportar y sobre cómo compaginarlos con el modelo de aprendizaje de la UOC.</p> <p>La realización de casos de estudio para explicar de forma aplicada la teoría ha sido una herramienta valorada positivamente por los estudiantes. No obstante, se ha mencionado que una parte importante de estos casos provenían de grandes empresas en el mundo anglosajón y que, en alguna ocasión, ha habido repetición de casos (p. ej., caso Volkswagen). Sin dejar de dar la merecida importancia a estos casos, se propone la inclusión de otros casos adecuados a la casuística española y catalana en distintos tipos de empresa en los que, por sus características, tienen un alto grado de aplicabilidad en los puestos de trabajo que ocuparán los estudiantes, avanzando transversalmente entre teoría y práctica. Se recomienda también tratar casos vinculados con instituciones públicas.</p> <p>Las entregas (PEC) tiene longitud limitada; sin embargo, las soluciones "modelo" muchas veces superan esta extensión, por lo que resulta difícil ver cómo debería haberse resuelto.</p> | | |
| PM-AC-2020_56 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | Falta información relativa al calendario de tutorizaciones, las tutorías anuales que se llevan a cabo y la ratio alumno/tutor. | La titulación cuenta con un plan de tutoría que incluye todas las acciones y su planificación. Esta planificación se lleva a cabo desde la responsabilidad de la función tutorial del Área de Servicios de Orientación y Carrera Profesional. | Pendiente |
| PM-AC-2020_57 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | En cuanto a los servicios de apoyo a la orientación profesional en relación con la incorporación al mercado laboral, se desconoce su eficacia y se desconoce el índice de inserción laboral de los egresados y egresadas del máster. Se añade aquí una alta tasa de abandono, especialmente a los tres años de haber empezado los estudios. | La UOC se adscribe a los estudios de inserción laboral que realiza AQU Catalunya para conocer y hacer el seguimiento de la inserción laboral de sus egresados y egresadas, así como su promoción dentro del puesto de trabajo. Este mecanismo es efectivo y permite hacer un buen seguimiento de la inserción, así como compararnos con otras titulaciones del sistema universitario, por lo que se considera adecuado y suficiente. Para los másteres universitarios, en la primera renovación no se dispone todavía de estos datos, ya que la encuesta todavía no se ha llevado a cabo. En la visita se identifica una mala interpretación de los datos de abandono, que son mejores que la media de la UOC, por lo que la propuesta de mejora | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|--|---|-----------|
| | | | no se ajusta en estos términos. | |
| PM-AC-2020_58 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>A modo de propuesta de mejora, se menciona por parte de los egresados y egresadas la realización de una conferencia web en que un profesional del mundo de la comunicación corporativa y gestión de eventos explique el desarrollo de su carrera profesional, con un turno de preguntas para que los estudiantes puedan plantear cuestiones y, de esta forma, resolver en grupo dudas comunes.</p> <p>Es positivo que este seminario web se realice anualmente. Si con las conclusiones de este seminario web se desarrolla un breve documento de inserción laboral y este documento se contrasta con el del año siguiente, se podrían establecer algunas recomendaciones propias del sector que supondrían claramente un valor añadido para el estudiantado.</p> | <p>Anualmente, desde la titulación se han organizado debates coloquio en directo sobre temas de actualidad profesional, con la participación de expertos del sector y en modalidad gratuita y abierta a estudiantes y profesionales. A la vez, quedan disponibles en YouTube (los últimos han sido: "El impacto de la COVID-19 en la comunicación corporativa, el protocolo y la organización de eventos", el 1/12/2020; y "Mujer y comunicación", el 16/12/2021). En el pasado, se habían llevado a cabo visitas con alumnado al CaixaForum y a la Feria Alimentaria. Durante los cursos 2019-2020 y 2020-2021, en el contexto de la COVID-19, se ha promovido la participación del alumnado en la feria especializada del sector de los eventos EIBTM (participación en línea), con lo que se ha facilitado también la participación de todo aquel alumnado que no es de Barcelona. Así, por ejemplo, desde la nueva Área de Empleabilidad y Servicios de Carrera se ha organizado la 1.ª edición de la Feria Virtual de Empleo, los días 16 y 17 de noviembre de 2020. En ella, las empresas disponen de un estand virtual para la captación de talento a través de un espacio con posibilidades de entrevistas rápidas a los candidatos, donde publican sus ofertas y acceden a los currículos de los candidatos interesados, y donde los estudiantes y graduados pueden inscribirse en las ofertas de su interés. El programa se completa con una serie de actividades en las que la UOC, empresas y ponentes compartirán 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.</p> <p>Como acción de mejora, para el curso 2021-2022 se quiere organizar la primera jornada sobre salidas profesionales del máster, con la colaboración de profesionales graduados del propio máster.</p> | Resuelto |
| PM-AC-2020_59 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>Se propone la realización de un taller que explique las particularidades de los estudios de doctorado, a fin de que los estudiantes conozcan sus características básicas y lo consideren como una opción válida que pueda conducirles a cursar un determinado programa de doctorado.</p> | <p>La información sobre el doctorado de Humanidades y Comunicación de la UOC se facilita al alumnado en la asignatura obligatoria Trabajo final de máster. Aparte de ello, este programa de doctorado tiene información pública y detallada en la web. Los tutores y tutoras también informan sobre salidas profesionales y doctorado.</p> | Resuelto |
| PM-AC-2020_60 | MU de Comunicación | <p>Se conoce el grado de satisfacción de los graduados y graduadas en relación con los recursos de la Biblioteca y de apoyo a la docencia. Este índice ha mejorado en el último año, al</p> | <p>La Biblioteca ha estrenado en el curso 2020-2021 una nueva web, con la que espera conseguir una mejora de satisfacción de los estudiantes.</p> <p>La universidad también mide los resultados en relación con otros servicios.</p> | Pendiente |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|--------------|
| | Corporativa, Protocolo y Eventos | pasar del 44,4 % al 56,2 %. Se desconoce, sin embargo, el grado de satisfacción en relación con otros posibles recursos. | Se presentan segmentados por titulación: prácticas, orientación profesional, trámites académicos... En el curso 2020-2021, los datos de satisfacción son: recursos contribuyen al éxito (76,1 %), Biblioteca responde necesidades (50 %), satisfacción Campus (68,3 %), satisfacción servicios universitarios (71,9 %), trámites académicos (75,7 %). | |
| PM-AC-2020_61 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | (E6) Potenciar la conexión con el mundo profesional a través de actividades fuera del aula (virtual académica). Barcelona es una ciudad con mucha actividad y eventos. Debería aprovecharse mejor este potencial. De la reunión con los empleadores se comenta que a lo largo de los estudios se debería poner más énfasis en las siguientes competencias: versatilidad, flexibilidad, compromiso. Fortalecer los vínculos con las empresas empleadoras e intentar un contacto más directo durante todo el proceso de prácticas de los estudiantes, desde la idea de prácticas hasta la evaluación final. | En el pasado, se habían llevado a cabo visitas con alumnado al CaixaForum y a la Feria Alimentaria. Durante los cursos 2019-2020 y 2020-2021, en el contexto de la COVID-19, se ha promovido la participación del alumnado en la feria especializada del sector de los eventos EIBTM (participación en línea), con lo que se ha facilitado también la participación de todo aquel alumnado que no es de Barcelona. Durante el curso 2020-2021 también se organizó el acto virtual "El impacto de la COVID-19 en la comunicación corporativa, el protocolo y la organización de eventos", con la participación de profesionales del sector y la asistencia de los estudiantes. En el futuro, se seguirán organizando actos y actividades. Por ejemplo, se prevé organizar, el 16 de diciembre de 2021, la jornada Mujer y comunicación, y, también durante el curso 2021-2022, se tiene previsto organizar la Primera Jornada sobre Salidas Profesionales del Máster, con la participación de graduados y graduadas y profesionales del sector. - Las competencias de versatilidad, flexibilidad y compromiso se trabajan en asignaturas obligatorias como <i>Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces</i> , y en todas aquellas en las que trabajan en equipo (véase la memoria). - Se ha reforzado la comunicación con los centros de prácticas, a través de la figura del PRA de prácticas, y también la facilitación de un correo electrónico de contacto. | En ejecución |
| PM-AC-2020_62 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | El índice de satisfacción global de los graduados y graduadas con el título ha ido disminuyendo en las tres últimas ediciones del máster (100 % en 2016-2017; 88,9 % en 2017-2018; y 66,7 % en 2018-2019), y se observa un significativo grado de no satisfacción de los graduados y graduadas en relación con varios estándares, así como un reducido grado de satisfacción de los estudiantes en relación con alguna materia. En este sentido, en el curso 2018-2019 una tercera parte de los graduados y graduadas (33,3 %) no se manifiesta satisfecha con la titulación. El 38,9 % no se expresa satisfecho con la mejora de sus competencias personales, y el 27,8 % no se manifiesta satisfecho con el título en relación con la mejora de las | Los datos de satisfacción de los graduados del curso 2018-2019, a los que se hace referencia, no fueron bien interpretados. Ya se especificó en las alegaciones que no pueden considerarse insatisfechos los alumnos que valoraron con un 3 sobre 5 su satisfacción. Los datos de satisfacción recogen a los que valoran con un 4 o 5 sobre 5. Además, el incremento de satisfacción ya se produjo por parte de los graduados y graduadas del curso 2019-2020. Llegó a un 77,3 %, lo cual representaba un incremento de 11 puntos respecto al año anterior (2018-2019). En el curso académico 2020-2021, la satisfacción de los graduados y graduadas (respuestas de satisfechos o muy satisfechos) ha sido del 71,1 %. Específicamente, la satisfacción de los graduados y graduadas ha sido del 84,2 % a la pregunta "La estructura del plan de estudios ha permitido una progresión adecuada de | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|---|----------|
| | | <p>capacidades profesionales. En las audiencias se confirma que tanto los egresados y egresadas como los estudiantes con estudios de grado o licenciatura en Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas y otras titulaciones afines, señalan que los contenidos de las materias del máster son muy similares a los del grado o licenciatura.</p> <p>A escala general, se puede concluir que el resultado es acorde a los objetivos formativos, si bien con diferente eficacia dependiendo de la titulación de grado de la que proceden los estudiantes.</p> | <p>mi aprendizaje". Y de un 77,3 % en "La formación recibida me ha permitido mejorar las capacidades para la actividad profesional". El dato de menor satisfacción es la mejora de las competencias personales, que recibe una satisfacción del 67,6 %.</p> <p>- Se ha creado la Comisión de Graduados y Graduadas del máster, que nos ayuda también a mantener el vínculo con los graduados y graduadas que quieren formar parte del máster, y a organizar acciones conjuntas, así como a identificar contenido de formación.</p> | |
| PM-AC-2020_63 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>En referencia a la tasa de abandono, los datos aportados como evidencias revelan que en el tercer año es del 23,6 %. Se recuerda que en la memoria de verificación se establece un valor máximo del 30 %, por lo que se anima al centro a diseñar las estrategias pertinentes para evitar que aumente y se acerque a valores cercanos a esta cifra.</p> | <p>Se ha interpretado mal la tasa de abandono. La tasa de abandono del máster es inferior a la media de los otros másteres de la universidad, y está por debajo de la tasa recogida en la memoria de verificación (T+2 años inferior al 30 %), por lo que se considera adecuada. Anualmente se hace un seguimiento de este dato. En los datos obtenidos hasta el momento, la tasa de abandono de la 1.ª cohorte fue del 23,6 %; la de la 2.ª cohorte, del 15,6 %; y la de la 3.ª cohorte, del 14,9 %.</p> | Resuelto |
| PM-AC-2020_64 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>En términos generales, se puede afirmar que el programa garantiza el logro de los resultados de aprendizaje, con una metodología práctica y actividades formativas variadas que permiten la aplicación de la teoría y el progresivo conocimiento de contenidos mediante ejercicios continuados. Se utilizan las ventajas de las nuevas tecnologías para facilitar el proceso de aprendizaje. Hay, no obstante, margen de mejora en la aplicación práctica de los conceptos aprendidos a lo largo de la titulación. Se recomienda revisar la parte práctica del programa.</p> | <p>En cuanto a las metodologías docentes, en las asignaturas del máster están las siguientes actividades formativas: (1) Estudios de caso: el máster cuenta con un recurso de aprendizaje transversal formado por una recopilación de estudios de casos, que destacan por su riqueza de detalles y el hecho de haber sido redactados por reconocidos profesionales del sector. Aparte, se abren debates en las aulas para analizar tendencias en el sector de la comunicación corporativa, eventos actuales y cambios o reflexiones sobre la normativa protocolaria vigente. (2) Problemas reales: en todas las asignaturas, la metodología se basa en la resolución de retos profesionalizadores. El alumnado debe resolver los retos poniéndose en el rol de responsable de comunicación de una organización, o de responsable de organización de eventos protocolo. Este tipo de ejercicio promueve "la transferencia de los conocimientos académicos y favorece habilidades directivas de alto orden" (AQU, 2009, p. 24). En estos ejercicios, los alumnos deben demostrar habilidades y capacidades para un desarrollo constante, en buena parte de manera autodirigida o autónoma. (3) Ejercicios profesionales: por ejemplo, se desarrolla la competencia del trabajo en equipo con iguales en asignaturas como Comunicación corporativa y relaciones institucionales, Organización estratégica de eventos y Comunicación interna. (4) Autoevaluación: por ejemplo, con el test de habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces, los ejercicios interactivos de Protocolo oficial, y el</p> | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|----------|
| | | | <p>ejercicio de autoevaluación de la participación en el trabajo en equipo de Organización estratégica y creativa en las organizaciones. (5) Evaluación de compañeros: por ejemplo, en el ejercicio de evaluación del trabajo en equipo realizado en la asignatura Organización estratégica y creativa en las organizaciones. (6) Pruebas orales: en todas las asignaturas obligatorias (7 en total) los alumnos deben hacer una defensa audiovisual para complementar la propuesta realizada para resolver uno de los retos profesionales planteados. Esta prueba permite evaluar las competencias comunicativas del alumnado y su habilidad persuasiva. Hay que tener en cuenta, además, que en el Trabajo final de máster el alumnado debe responder de manera síncrona a través de la herramienta Blackboard Collaborate las preguntas que le formula la Comisión Evaluadora del TFM. (7) Prácticas profesionalizadoras: en la asignatura de prácticas. (8) Proyectos de investigación: en la asignatura Trabajo final de máster. Aun así, para dar respuesta al requerimiento, durante el curso 2020-2021 el eLearning Innovation Center (eLinC) ha ayudado a supervisar la relación entre los resultados de aprendizaje y las metodologías y actividades docentes del programa formativo (véanse Revisión competencias y RA MU Com. Corporativa y anexo Acciones de mejora).</p> | |
| PM-AC-2020_65 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>De acuerdo con los resultados de las encuestas de satisfacción de estudiantes y egresados y egresadas en relación con los distintos estándares de calidad del título, puede afirmarse que, en términos generales, en torno al 75 % de los estudiantes está satisfecho con el logro de los resultados de aprendizaje. Más preocupantes son los resultados de las encuestas de satisfacción de los graduados y graduadas: Coordinación de las asignaturas: 66,7 %. Coherencia del volumen de trabajo en relación con el número de créditos: 66,7 %. Satisfacción con el profesorado: 58,8 %, lo que significa que 4 de cada 10 no manifiesta estar satisfecho. La satisfacción con la metodología del profesorado ha pasado del 81,8 % en el curso 2017-2018 al 50 % en el curso 2018-2019. La mitad de los graduados y graduadas no manifiesta estar satisfecha con la metodología del profesorado. Tutorización: la mitad de los graduados y graduadas no manifiesta estar satisfecha con la tutoría. Sistema de evaluación ha pasado del 72,7 % en el curso 2017-2018 al 61,1 % en el curso 2018-2019. 4 de cada 10 graduados</p> | <p>La universidad y los responsables de las titulaciones revisan y analizan los resultados de las encuestas de satisfacción cada curso para identificar ámbitos de mejora (véase Power BI). En el curso 2020-2021, la satisfacción de los estudiantes se ha situado por encima del 75 %. Concretamente: satisfacción con las asignaturas (75,9 %), satisfacción con la acción docente (75,6 %), satisfacción con los recursos de aprendizaje (75,9 %), satisfacción con el modelo de evaluación (77,6 %). La coordinación entre las asignaturas es el ítem menos valorado (61 % de satisfacción de estudiantes, 60,5 % de graduados), a pesar de que se sitúa por encima de la media de los másteres de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. En cuanto a los graduados y graduadas, los datos de satisfacción del curso 2018-2019, a los que hace referencia el Comité Externo de Acreditación, no fueron bien interpretados. Ya se especificó en las alegaciones que no se pueden considerar como insatisfechos los alumnos que valoraron con un 3 sobre 5 su satisfacción. En todo caso, los datos del curso 2020-2021 son mejores: "Estoy satisfecho/a con el profesorado" (81,6 %, y puntuación de 4 sobre 5); "La metodología docente empleada por el profesorado ha favorecido mi aprendizaje" (73,7 %, y puntuación de 4 sobre 5); "La tutorización ha sido útil y ha contribuido a mejorar mi aprendizaje" (72,2 % y</p> | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|-------------|
| | | <p>y graduadas no manifiestan estar satisfechos con el sistema de evaluación.</p> <p>Prácticas externas. Al haber transformado esta asignatura y convertirla en optativa, el índice de satisfacción ha subido, pasando del 27,3 % al 64,3 %. No obstante, sigue habiendo un 35 % de graduados y graduadas que no manifiesta estar satisfecho con las prácticas. Este hecho puede estar relacionado con la percepción (expresada tanto por alumnos como por egresados) de que la oferta de prácticas es limitada.</p> <p>Y aunque ha aumentado el grado de satisfacción con los recursos de la Biblioteca y el apoyo del profesorado, casi la mitad de los graduados y graduadas (43,8 %) sigue sin manifestarse satisfecha con esta cuestión.</p> | <p>puntuación de 4,03 sobre 5); "Los sistemas de evaluación han permitido reflejar adecuadamente mi aprendizaje" (73,7 % y 4,05 sobre 5). En cuanto a las prácticas externas, la encuesta de graduados y graduadas del curso 2020-2021 muestra una satisfacción del 64,7 % (4 sobre 5) a la pregunta "las prácticas me han permitido aplicar y consolidar conocimientos y habilidades adquiridos durante la titulación". A la pregunta "Los recursos facilitados por los servicios de biblioteca y de apoyo a la docencia han respondido a mis necesidades" la satisfacción es del 69,4 % (3,75 sobre 5). A banda, el 2020-2021 la Biblioteca ha estrenado una nueva web que espera conseguir una mejora de satisfacción de los estudiantes.</p> | |
| PM-AC-2020_66 | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | <p>En este punto, es preciso insistir en lo expresado por los estudiantes y egresados durante la visita, y que ya se han expuesto en un punto anterior:</p> <p>El máster se está planteando más bien como una titulación generalista y no de especialización... Así, los estudiantes que provienen de estudios relacionados con la comunicación indican que hay poco valor diferencial con el grado. Sin embargo, los que provienen de otras titulaciones, y que, por lo tanto, no tienen conocimientos básicos específicos en el área del máster, le encuentran utilidad a este.</p> <p>Y, como se ha precisado, en el curso 2018-2019 tres de cada 10 graduados y graduadas no se manifiestan satisfechos con la titulación. Casi 4 de cada 10 no expresan que haya supuesto una mejora de sus competencias personales, y casi 3 de cada 10 no expresan que haya supuesto una mejora de sus capacidades profesionales. De la información proporcionada por los estudiantes y egresados durante las audiencias, podría deducirse que este nivel de insatisfacción se debe a la coincidencia de contenidos de las materias del máster con los de algunas asignaturas de los grados de comunicación, publicidad y relaciones públicas, y periodismo.</p> | <p>-La satisfacción de los graduados en las encuestas del 2019-2020 y 2020-2021 muestra resultados de satisfacción con la titulación del 77 y el 71 % respectivamente. Los datos de satisfacción de los graduados del curso 2018-2019, a los que se hace referencia, no fueron bien interpretados. Ya se especificó en las alegaciones que no se pueden considerar como insatisfechos los alumnos que valoraron con un 3 sobre 5 su satisfacción. Los datos de satisfacción recogen a los que valoran con un 4 o 5 sobre 5. Durante el curso académico 2020-2021 la satisfacción de los graduados y graduadas ha sido del 84,2 % a la pregunta "La estructura del plan de estudios ha permitido una progresión adecuada de mi aprendizaje". Y de un 77,3 % en "La formación recibida me ha permitido mejorar las capacidades para la actividad profesional". El dato de menor satisfacción es la mejora de las competencias personales, que recibe una satisfacción del 67,6 %.</p> <p>- Se ha creado la Comisión de Graduados y Graduadas del máster, que nos ayuda también a mantener el vínculo con los graduados y graduadas que quieren formar parte del máster, y a organizar acciones conjuntas, así como a identificar contenido de formación.</p> | Resuelto |
| PM-MO-2021_01 | MU de Estrategia y Creatividad en | <p>Con relación a la doble vertiente profesionalizadora y de investigación del programa, garantizada a través de la optatividad de asignaturas, se actualiza que los estudiantes que deseen seguir el camino de la investigación pueden cursar una</p> | <p>Incorporación de la nueva asignatura optativa "Metodologías de investigación en la comunicación" (2.º semestre Curso 2020-2021).</p> <p>Actualmente se está estudiando un posible cambio de nombre de "Métodos"</p> | En análisis |

| | | | | |
|---------------|---|---|--|--------------|
| | Publicidad | <p>asignatura metodológica específica en lugar de dos.</p> <p>La Comisión evalúa favorablemente la propuesta. Sin embargo, aconseja que la denominación de la nueva asignatura sea "Métodos de investigación en comunicación", en cuanto que esta terminología responde de manera más adecuada a los contenidos que se imparten.</p> | <p>por "Metodologías". Esta asignatura también forma parte del máster universitario de <i>Social Media: Gestión y Estrategia</i>, por lo que debería ser un cambio de nomenclatura conjunto.</p> | |
| PM-MO-2020_68 | MU de <i>Social Media: Gestión y Estrategia</i> | <p>Nueva CT4 "ética": Tras el análisis de esta competencia, se considera que la universidad deberá reflexionar sobre los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La relación de la competencia con los resultados de aprendizaje. Dada la complejidad y amplio alcance de la competencia, los resultados de aprendizaje propuestos no llegan a abarcar la totalidad de los elementos que la competencia incluye. - Los contenidos, actividades de aprendizaje y sistemas de evaluación se deben plantear de manera que permitan trabajar y evaluar el nivel de logro de estos resultados. -Se debe asegurar la formulación de los resultados de aprendizaje en cada una de las materias que tienen asignada la competencia, ya que algunas de ellas se han formulado sin ningún resultado de aprendizaje concreto para dicha competencia. | <p>Al tratarse de una recomendación, y teniendo en cuenta que posteriormente se ha llevado a cabo un nuevo proceso de evaluación externa (acreditación), podemos superar esta recomendación.</p> | Descartado |
| PM-AC-2021_01 | Centro | Formalizar las actas de coordinación. | | Resuelto |
| PM-AC-2021_02 | Centro | Visibilizar las empresas con las que se tiene convenio para llevar a cabo las prácticas externas en cada uno de los dos títulos. | | En ejecución |
| PM-AC-2021_03 | Centro | Detallar mejor cómo se lleva a cabo el reconocimiento de las prácticas externas. | | Pendiente |
| PM-AC-2021_04 | Centro | Mejorar la accesibilidad de la información, especialmente la relacionada con la satisfacción del alumnado, que se debería ofrecer de un modo desagregado por título. | | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--------|--|--|--------------|
| PM-AC-2021_05 | Centro | Visibilizar mejor la composición de las y los miembros de la Comisión de la Titulación de cada uno de los dos másteres. | | Resuelto |
| PM-AC-2021_06 | Centro | Revisar varios errores ortotipográficos en las páginas web de ambos títulos. | | En ejecución |
| PM-AC-2021_07 | Centro | Continuar explorando medidas para incrementar las tasas de participación en las encuestas por parte de todos los colectivos. | | En ejecución |
| PM-AC-2021_08 | Centro | Hacer un mayor esfuerzo para que los resultados de las encuestas lleguen a los distintos colectivos. | Este 2020-2021 es el tercer curso en que estará en marcha la web de los informes de resultados de las encuestas, que permite tener acceso de manera autónoma a los resultados por parte de los PC, lo que les permite disponer de manera autónoma de la información sobre su actividad docente. | Resuelto |
| PM-AC-2021_09 | Centro | Fomentar acciones orientadas a potenciar la actividad investigadora del profesorado (publicaciones, sexenios y participación en proyectos competitivos). | 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. Este plan estratégico de investigación de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación 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 apoya en la innovación y la transferencia de conocimiento socialmente relevante (ver el documento "Texto Memorias/IST Recerca"). Además, existe un plan estratégico de investigación que está en la web de los Estudios, desde donde pueden consultarse las memorias de investigación que se elaboran bianualmente (ver https://www.uoc.edu/portal/es/estudis_arees/ciencies_informacio_comunicacio/reerca/index.html). Además, el profesorado incluye objetivos específicos de investigación en la planificación de sus objetivos personales anuales. En este sentido, la dirección de los Estudios fomenta la actividad de investigación de manera personalizada teniendo en cuenta la etapa profesional de cada persona del equipo de docentes investigadores. | Resuelto |
| PM-AC-2021_10 | Centro | Incrementar el contenido audiovisual en algunos de los recursos de aprendizaje. | | Resuelto |
| PM-AC-2021_11 | Centro | Procurar habilitar algún espacio para actividades formativas en línea síncronas, para resolver dudas o comentar los mejores trabajos. | | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|---|--|---|-------------|
| PM-AC-2021_12 | Centro | Habilitar herramientas complementarias al foro para fomentar la comunicación. | | Resuelto |
| PM-AC-2021_13 | Centro | Elaborar una guía de TFM que resulte más sencilla y amigable (por ejemplo, formato de pregunta y respuesta). | | En análisis |
| PM-AC-2021_14 | Centro | Reforzar los servicios de orientación profesional e inserción laboral tratando de establecer sinergias con el Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, recientemente creado. | | Resuelto |
| PM-AC-2021_15 | Centro | Reforzar los contenidos relacionados con el emprendimiento para desarrollar proyectos e iniciativas propias. | | En análisis |
| PM-AC-2021_16 | Centro | Reforzar los contenidos relacionados con todo el apartado relativo al SEO y a la construcción de noticias orientadas al posicionamiento en Google. | | En análisis |
| PM-AC-2021_17 | Centro | En el caso del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas, convendría seguir actualizando el plan de estudios para acoger contenidos emergentes como los relacionados con técnicas avanzadas de verificación digital e inteligencia artificial en su aplicación al periodismo. | | En análisis |
| PM-AC-2021_18 | Centro | Ofrecer algún tipo de vídeo de retorno para evaluar las pruebas, de modo que el alumnado tenga un trato más directo y cercano con sus docentes. | | Resuelto |
| PM-AC-2021_19 | Centro | Explorar la posibilidad de cambiar la valoración "A, B, C" por una de tipo numérica. | | En análisis |
| PM-AC-2021_20 | Centro | Acompañar siempre las valoraciones de las tareas con un comentario cualitativo sobre las fortalezas y debilidades de lo presentado. | | Resuelto |
| MO-AC-2021_21 | MU de Periodismo y Comunicación Digital | Concretar de forma clara y específica los complementos de formación y qué perfiles de alumnado debe cursarlos. | Esta petición se materializará con la revisión del texto explicativo al web del programa y con información específica facilitada por los tutores. | Pendiente |
| MO-AC-2021_22 | MU de Periodismo y | Incluir los nombres de todo el profesorado. | Esta información se revisa y actualiza semestralmente, y se seguirá aplicando la misma frecuencia. | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--|---|---|--------------|
| | Comunicación Digital | | | |
| MO-AC-2021_23 | MU de Periodismo y Comunicación Digital | Incluir el currículum de todo el profesorado y adoptar un formato homogéneo. | Se hará una revisión de la información de los currículums publicada en la web. | Pendiente |
| MO-AC-2021_24 | MU de Periodismo y Comunicación Digital | Completar las guías docentes y actualizar la bibliografía básica y la complementaria. | La información de los planes docentes se actualiza cada semestre por parte del profesorado. En estos momentos, la visión del plan docente desde el portal es completa y extensa, y únicamente no contempla información del calendario y de las actividades/retos específicos, ya que es información que se actualiza cada semestre. La bibliografía básica y complementaria de las asignaturas se revisa cada semestre por parte del profesorado responsable de asignatura. | Resuelto |
| MO-AC-2021_25 | MU de Periodismo y Comunicación Digital | Visibilizar en la página web el número de plazas que ofrece cada uno de los dos títulos. | Desde el curso 2020-2021, la universidad publica en el <i>Portal de transparencia</i> las plazas que ofrece cada titulación. Véase el espacio https://www.uoc.edu/portal/es/transparencia/docencia/index.html . | Resuelto |
| MO-AC-2021_26 | MU de Periodismo y Comunicación Digital | Especificar mejor cómo se realiza el reconocimiento de las prácticas externas. | Esta petición se materializará con un texto explicativo en la web del programa y en la información específica facilitada por los tutores y tutoras. | Pendiente |
| MO-AC-2021_27 | MU de Periodismo y Comunicación Digital | Revisar que todos los contenidos estén publicados en español en los grupos en los que dichos contenidos se imparten en este idioma. | Se hará una revisión sistemática de los recursos de aprendizaje de las asignaturas, que estén traducidos o subtítulados, según sea el caso. | Pendiente |
| MO-AC-2021_28 | MU de Social Media: Gestión y Estrategia | Concretar de forma clara y específica los complementos de formación y qué perfiles de alumnado debe cursarlos. | Para dar respuesta a este requerimiento, se revisa la información pública actual y se trabaja la redacción de un texto explicativo para ampliar la información en la web del programa, y también a través de los canales internos. Poniendo especial énfasis en la información que facilitan los tutores y tutoras del programa al estudiantado interesado y a los nuevos matriculados y matriculadas. | En ejecución |

| | | | | |
|---------------|--|---|--|--------------|
| MO-AC-2021_29 | MU de Social Media: Gestión y Estrategia | Incluir el currículum de todo el profesorado y adoptar un formato homogéneo. | Cada semestre se actualiza la información sobre el currículum del profesorado para hacerla pública. Se procura trabajar un formato homogéneo, pero la visualización final de esta no depende del criterio del programa. Se eleva petición para poder dar respuesta a este requerimiento y unificar el estilo de publicación final. | En ejecución |
| MO-AC-2021_30 | MU de Social Media: Gestión y Estrategia | Completar las guías docentes y actualizar la bibliografía básica y la complementaria. | La información pública de los planes docentes ofrece una versión reducida de los planes que se publican en el aula, siguiendo el esquema de la web UOC. En cada aula, aunque los planes ofrecen información muy completa, crearemos un grupo de trabajo para revisar toda la información publicada, homogeneizar el estilo y los apartados informados, con especial atención a los apartados de bibliografía y lecturas recomendadas para incrementar y mantener actualizados dichos apartados. | En ejecución |
| MO-AC-2021_31 | MU de Social Media: Gestión y Estrategia | Visibilizar en la página web el número de plazas que ofrece cada uno de los dos títulos. | Desde el curso 2020-2021, la universidad publica en el <i>Portal de transparencia</i> las plazas que ofrece: https://www.uoc.edu/portal/es/transparencia/docencia/index.html | Resuelto |
| MO-AC-2021_32 | MU de Social Media: Gestión y Estrategia | Especificar mejor cómo se realiza el reconocimiento de las prácticas externas. | Se ampliará la información relacionada con las prácticas curriculares, así como sobre el proceso del reconocimiento de la experiencia profesional, tanto en la página web como en los espacios internos del Campus. Del mismo modo, se trabajará vía tutoría la información que se facilita a los estudiantes y personas interesadas en el programa. | En ejecución |
| MO-AC-2021_33 | MU de Social Media: Gestión y Estrategia | Revisar que todos los contenidos estén publicados en español en los grupos en los que dichos contenidos se imparten en este idioma. | Al tener el programa aulas multilingües, se hará una revisión sistemática para garantizar que todos los recursos estén en los idiomas de impartición comunicados. La universidad cuenta, desde el curso 2021-2022, con un protocolo al respecto. | Resuelto |
| MO-VE-2019_02 | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | Hacer un seguimiento sistemático y atento de aquel estudiantado que ha accedido al máster mediante la acreditación de 2 años ejerciendo algunas de las funciones relacionadas o la realización de los 11 ECTS de complementos formativos. | Los perfiles de acceso al máster se corresponden de manera mayoritaria con los perfiles previstos en la memoria. El 82,54 % de los estudiantes provienen de las titulaciones recomendadas, y predomina el origen de las titulaciones de Bellas Artes y Diseño. Un 17,46 % han accedido por la vía de otras titulaciones, y todos ellos han cursado complementos de formación. No ha habido ninguna petición de acreditación de experiencia profesional por estos 11 ECTS, de manera que no se ha producido la ocasión de comprobar el extremo indicado, en caso de que se diese la ocasión a esta tercera vía de acceso. Estaremos pendientes de este asunto en próximos cursos, | Resuelto |

| | | | | |
|---------------|--|--|---|----------|
| | | | previando, por la experiencia de este curso, que será una vía de acceso extremadamente residual. | |
| MO-VE-2019_03 | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | Explicitar los sistemas de evaluación adecuados para certificar el logro de los resultados de aprendizaje. | El sistema de evaluación global en los másteres universitarios es la evaluación continua. Esta se articula en las asignaturas de un modo más concreto a partir de un número de actividades obligatorias que oscila entre 3 y 5 al semestre, y en las que se proponen retos profesionales —diseño y aplicaciones de marcas, mayoritariamente— que debe resolver el estudiantado mediante el uso de unos recursos docentes de formato diverso proporcionados por la UOC. Los entregables de cada actividad incluyen la resolución del arte final o la parte de diseño requerida, más un documento de memoria de proceso donde se relatan y justifican las decisiones y se plasma el proceso creativo. Además, en todas las asignaturas se requiere en algún momento una presentación en vídeo del trabajo. Estos tres elementos permiten valorar los resultados de aprendizaje que están plenamente articulados con las competencias, y que se evalúan mediante un retorno personalizado. Además, hacemos uso de una herramienta de evaluación competencial, el GRAF, a partir de unas rúbricas. Este tipo de evaluación específica lo presentaremos en el congreso 9º Encuentro BID Enseñanza y Diseño (Madrid). | Resuelto |
| PM-VE-2019_04 | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | La Comisión insiste en que se deben explicitar los sistemas de evaluación adecuados para certificar el logro de los resultados de aprendizaje, más allá de la descripción general de la evaluación continua. Se deberá realizar un seguimiento de la aplicación de los sistemas de evaluación y su eficacia para la certificación de estos logros. | Véase la respuesta MO-VE-2019_03. | Resuelto |
| MO-VE-2019_05 | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | La Comisión considera que existe la posibilidad de que este perfil no esté al mismo nivel que los candidatos que aporten una titulación de las requeridas —que contienen 60, 120 o más ECTS enfocados al diseño, la creatividad, la comunicación o el marketing—. Esto podría implicar la necesidad de bajar el nivel o, incluso, cuestionarse si se ofrecen contenidos de nivel de máster. Por tal motivo, este aspecto será objeto de seguimiento y especial atención durante la acreditación. | Véase la respuesta MO-VE-2019_02. | Resuelto |

Anexo 2 Pla de mejora de centro. Seguimiento 2020-2021

Seguimiento de las acciones de mejora de centro del curso 2019-2020

| Reg AM | Nivel | Titulación | Estándar | Punto débil detectado | Descripción de la causa | Acción propuesta | Estado |
|--------|---------------|---|----------|--|--|--|----------|
| 1 | AM centro | | E3. | Igualdad de género. Finalización del Plan de igualdad UOC 2015-2019. | Necesidad de cumplimiento de la legislación vigente en materia de igualdad efectiva de mujeres y hombres y por razón de orientación sexual en todos los niveles de la universidad. | Implantar el Plan de igualdad 2020-2025. Impulsar la política de lucha contra la desigualdad entre mujeres y hombres en el ámbito universitario. | Resuelto |
| 1 | AM_titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E5 | Recursos tradicionalmente textuales. | Recursos de aprendizaje con un elevado porcentaje de formato textual. | Ampliar el catálogo de recursos de aprendizaje con formatos más audiovisuales e innovadores. Implantar el plan de transformación digital de los recursos de aprendizaje (formato Niu). | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Satisfacción con la tarea del tutor o tutora. Funciones del tutor o tutora más centradas en informar sobre el proceso de matrícula y los trámites, y no tanto en motivar proactivamente el estudio del alumnado. | Los estudiantes no perciben que el tutor los motive proactivamente a mantener un ritmo de estudio. | Compartir con los tutores el calendario de actividades al inicio de cada semestre para que puedan ayudar en la planificación del estudio de los estudiantes. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|---------------|---|----|---|--|---|--------------|
| 1 | AM titulación | GR de Comunicación | E6 | Al haber pasado la materia Prácticas de obligatoria a optativa, se recomienda a la institución utilizar la información sobre el perfil profesional de los estudiantes para orientarlos a la hora de matricularse o no de ella. | La materia Prácticas pasa de obligatoria a optativa. Con el modifica, la asignatura se convierte en optativa y ampliamos el creditaje de 6 a 12 créditos. | Estamos estudiando qué mecanismos podemos establecer para seguir la recomendación formulada sobre hacer seguimiento del perfil del estudiante para orientarlo de manera adecuada para matricularse en las prácticas optativas según su perfil. Primera propuesta: seguimiento a través de tutoría. | En ejecución |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E1 | Exigencia de los complementos de formación antes de comenzar el máster para asegurar el nivel mínimo de conocimientos para los que acceden al programa provenientes de otras titulaciones. | Hay alumnos que provienen de titulaciones ajenas a las ciencias sociales y no cursan complementos de formación (puede ser que tengan experiencia profesional en el ámbito, formación no reglada o puede ser porque se especifica que los complementos de formación son recomendados, pero no se indica que sean obligatorios). | En análisis. Se valorará incorporarlo al modifica que se solicitará en marzo de 2021. Hacer un seguimiento personalizado de los alumnos que no se matriculan de complementos de formación (refuerzo del seguimiento tutorial o formulario donde deban especificar formación previa en el ámbito, o experiencia profesional), lo que permitirá estar atentos a su rendimiento académico con especial foco en su primer semestre. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E1 | - Establecer los mecanismos de coordinación necesarios para evitar duplicidades entre asignaturas que conforman el plan de estudios (p. ej., Comunicación corporativa y relaciones institucionales, y Comunicación estratégica y creativa en las organizaciones). - Se detecta un desequilibrio en cuanto a contenido en el que se aprecia que | Coordinación entre asignaturas. | En ejecución. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|------------------|---|----|---|--|---|----------|
| | | | | <p>Comunicación tiene una mayor importancia que Protocolo y Gestión de eventos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La asignatura Protocolo debería ir más allá del protocolo oficial (visita del rey, ministros, banderas, etc.). Falta el "protocolo" empresarial. - Se comenta que hay sinergias entre las distintas asignaturas. El problema aparece cuando se cursan en otra secuencia a la establecida originalmente. Valorar la necesidad de requerir un orden para cursar las asignaturas. | | | |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E1 | Oferta de prácticas. | Según el informe de acreditación: para alguien que ya está trabajando, la oferta de prácticas parece ser poco atractiva. En este sentido, se han detectado algunos casos en que los responsables en las empresas consideraron que los alumnos estaban sobrecualificados para el trabajo de prácticas ofrecido. | En análisis. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, | E2 | Incluir en la guía docente la posibilidad de evaluar las asignaturas por medio de los retos globales, y concretar en | La información es visible en el plan docente y el Campus Virtual. | Incluirla también en el apartado de presentación del plan docente para que sea visible también desde el portal web. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|---------------|---|----|---|--|---|----------|
| | | Protocolo y Eventos | | qué consiste la evaluación continua. | | | |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Dotar el máster de mayor especialización. Los conocimientos son adecuados, pero demasiado genéricos. | En el informe de acreditación (punto 6.1) se indica que "Las evidencias documentadas de los logros de los estudiantes ponen de manifiesto un desigual nivel de formación de los estudiantes y existen dudas sobre si se satisfacen los requisitos del nivel especificado en el MECES para la titulación", y en el punto 6.2, que "No existe una relación clara entre los resultados de aprendizaje y las metodologías y actividades docentes del programa formativo de la titulación. Los sistemas y criterios de evaluación son adecuados para certificar y discriminar los resultados de aprendizaje". | (1) Hacer un estudio de <i>benchmarking</i> . (2) Incorporar nuevo contenido (recursos de aprendizaje, resultados de aprendizaje y metodologías docentes). Quedan excluidos el TFM y las prácticas, que se consideran adecuados al nivel MECES. (3) Revisar conjuntamente con el eLearning Innovation Center los resultados de aprendizaje. (4) Revisar la nomenclatura de asignaturas optativas para subrayar el grado de especialización. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E2 | Especificación clara de las actividades formativas, las metodologías docentes y el sistema de evaluación en las guías docentes. Actualmente, las guías docentes son incompletas en este sentido y no permiten validar este subestándar. | La información de las asignaturas del portal web no toma del plan docente el apartado de metodología (que sí es visible dentro del aula y del Campus). Esto ocurre con todas las asignaturas de las titulaciones de la UOC. | Copiar la información sobre metodología docente, actividades formativas y sistema de evaluación en el apartado "Presentación" del plan docente, para que pueda ser visible desde el portal web. Se aprovechará para incrustar también los vídeos de presentación de las asignaturas, disponibles en abierto en YouTube. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|----------------------|---|----|---|--|---|----------|
| 1 | AM titulació n | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E1 | Diseño e implementación de los mecanismos necesarios que ayuden a reducir el tiempo de realización del máster para evitar que el aumento de las plazas ofertadas, junto con el alto porcentaje de estudiantes que no se gradúan en los primeros años, acabe resultando una carga docente que pueda perjudicar la calidad del aprendizaje. Una parte significativa de los estudiantes, cercana al 40 %, termina la titulación (de 60 créditos ECTS) en 2 años y casi la cuarta parte, en 3 años. | El alumnado del máster lo es mayoritariamente a tiempo parcial, como en la mayoría de las titulaciones de la UOC, lo que implica que su distribución en las diversas asignaturas es variable ya que, de acuerdo con las normas de permanencia y matrícula establecidas, cada estudiante puede seguir su propio ritmo de estudio y no todos cursan las mismas asignaturas cada semestre. Esto no supone, en ningún caso, una carga docente que perjudica la calidad del aprendizaje. La ratio de estudiantes aula no supera lo establecido en el apartado 7 de la memoria verificada (75 estudiantes / aula estándar; 50 estudiantes / aula con especial dedicación; entre 10 y 15 estudiantes / TFM). Así, para las asignaturas obligatorias ha habido durante el curso 2019-2020 una media de entre 3 y 4 aulas. En cuanto al TFM, los tutores de TFM tienen un máximo de 5 alumnos asignados. El equipo docente se refuerza cada semestre gracias a la convocatoria de nuevas plazas para profesorado colaborador y se ajusta al volumen de matrícula, con lo que se garantiza que no se supera la | Continuar abriendo convocatoria para la incorporación de nuevo profesorado colaborador para poder mantener ratios inferiores a 70 alumnos / aula. | Resuelto |
|---|----------------------|---|----|---|--|---|----------|

| | | | | | | | |
|---|---------------|---|----|---|--|--|----------|
| | | | | | ratio y se impide la sobrecarga docente. | | |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Realización de estudios de inserción laboral desde la propia universidad/facultad. | No se dispone de datos de inserción laboral específicos de la titulación. | (1) La UOC participa desde la segunda edición en el estudio de inserción laboral coordinado por AQU Catalunya con el objetivo de obtener información y referentes sobre calidad de la inserción de los graduados de las universidades catalanas. La próxima edición se llevará a cabo en 2023, en este caso con titulados de los cursos 2017-2018 y 2018-2019, por lo que el máster ya podrá participar en ella. (2) Se continuará invitando a graduados a compartir su experiencia en el blog del máster y se valorará desde los Estudios la elaboración de una encuesta en formato Google Form que pueda contribuir a la mejora del programa y que se enviará conjuntamente con un buzono. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Asegurar que los graduados perciben valor en la formación recibida y que el máster les ayuda a mejorar su competencia laboral y las perspectivas de empleabilidad. | La satisfacción de los graduados del curso 2018-2019 fue del 66,7 % (baja tasa de respuesta en la encuesta). | (1) Incentivar la respuesta a la encuesta. (2) Crear el Consejo de Graduados de mensajería unificada ComCorporativa. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Facilitar la conexión entre empresarios y equipo directivo del programa. De la reunión con los empleadores se desprende que la universidad no propone canales (o no se los comunica adecuadamente) a los empleadores para que | Los empleadores no tienen establecido un canal para hacer llegar sugerencias y opiniones. | (1) Mantener los convenios de colaboración con las asociaciones profesionales. (2) Seguir organizando actividades con expertos profesionales. (3) Crear el Consejo Asesor del máster. (4) Incorporar una dirección de contacto en la web del máster para empleadores y mantener un vínculo por correo electrónico con los empleadores potenciales (buzono semestral). | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|---------------|---|----|--|---|--|--------------|
| | | | | hagan llegar las sugerencias y puedan expresar sus opiniones. | | | |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E1 | Ausencia de la competencia de compromiso ético y global, y la perspectiva de género. | La competencia de compromiso ético y global no está vinculada a ninguna asignatura de la titulación. | Incorporar la competencia de compromiso ético y global y la perspectiva de género en asignaturas del máster. Modifica de marzo de 2021. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | GR de Comunicación | E1 | Actualidad del plan de estudios. Inicio de la implementación de la propuesta de modificación del grado de Comunicación. | 1) Desarrollo del programa de transformación del grado de Comunicación en marcha. 2) Llegada a estándares de excelencia en la calidad del programa formativo. | Actualizar los contenidos, los recursos y las metodologías docentes, de forma que se consolide un programa de transformación de asignaturas a través del diseño de sistemas de aprendizaje basados en la actividad y las competencias. Inicio de transformación de asignaturas en el marco del modifica. | En ejecución |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E1 | No existencia de una herramienta para realizar la evaluación colaborativa del TFM de los tres miembros que conforman la Comisión Evaluadora. | Tarea de coordinación individualizada para que cada miembro de la Comisión Evaluadora rellene la rúbrica, que no está integrada en el aula (Google Sheet compartido). | Elaborar una herramienta piloto junto con Tecnología Educativa. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E1 | Caducidad de los complementos de formación. | El grado de Comunicación presentó un modifica y las tres asignaturas han cambiado de denominación (y una, de creditaje). | Ofrecer 3 asignaturas para que los estudiantes matriculen, como máximo, 2: Creatividad publicitaria, Dirección de cuentas y planificación estratégica, y Planificación de medios publicitarios. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|----------------|--|----|--|---|--|----------|
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E1 | Falta de visibilización del trabajo sobre perspectiva de género. | No contemplación en la memoria de una competencia específica. | Hacer diagnóstico sobre la perspectiva de género en todas las asignaturas e incluir actividades o recursos relacionados con los que trabajan las competencias CB8 y CG5. | Resuelto |
| 1 | AM_ titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E1 | Falta de visibilización del trabajo sobre perspectiva de género. | No contemplación en la memoria de una competencia específica. | Incorporar el Toolkit de género en todas las asignaturas que trabajan las competencias CB8 o CGC5 o la nueva competencia CT3, ética y global. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E1 | Baja matrícula en las asignaturas Metodología de investigación (cualitativa y cuantitativa). | Asignaturas provenientes del MU de Gestión Estratégica de la Información y Conocimiento de las Organizaciones. | Unificar las asignaturas de investigación cuantitativa y cualitativa en una sola y adecuarla al sector. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E2 | No actualización del currículo del profesorado implicado. | Cambios continuos del equipo, que hay que ir actualizando sistemáticamente. | Actualizar PDC y PRA. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E3 | Falta de información cualitativa sobre valores añadidos de la titulación. | Detección de la evolución cualitativa de las mejoras, la incorporación de la perspectiva de género e incorporación de pregunta sobre la empleabilidad de los estudiantes. | Enviar encuesta interna #tuOPINIÓNosimportaMUCHO a final del curso académico (julio) e incorporar pregunta sobre empleabilidad. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E5 | Baja valoración del servicio de orientación profesional. | Ausencia de un plan específico para titulaciones. | Hacer una guía de empleabilidad. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y | E5 | Baja satisfacción de la Biblioteca + visibilización del género de autores y autoras. | Los estudiantes opinan que las búsquedas no son fáciles. | Actualizar la recopilación de recursos de Biblioteca con nombres de pila de autores y autoras. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|---------------|--|----|--|---|---|--------------|
| | | Creatividad en Publicidad | | | | | |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción de Publicidad alternativa, <i>mobile</i> y <i>cross-device</i> . | El primer semestre la valoración de los recursos fue del 44 %, aunque el segundo subió al 71 %. | Implementar nuevos recursos encargados en el aula. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E4 | Bajo nivel global de doctores. | Bajo nivel de doctores entre el PDC. | Crear una bolsa de PDC doctores para compartir entre el claustro. | En ejecución |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción con Creación y gestión de la empresa publicitaria. | Consolidación de la tendencia a la mejora en recursos de aprendizaje y acción docente. | Diagnosticar la satisfacción después de revertir baja satisfacción en el último semestre del curso pasado. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Baja satisfacción del Taller de narrativa publicitaria transmedia. | Reversión de la bajada de satisfacción con la asignatura. | Hacer un diagnóstico ante el nuevo cambio de PRA y la evaluación del software que se utiliza y los recursos de aprendizaje. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E3 | Falta de información sobre la opinión de los estudiantes de las herramientas del Campus Virtual. | Falta de encuesta específica sobre las herramientas del Campus Virtual. | Llevar a cabo una encuesta (o revisar la actual) sobre la satisfacción de las herramientas del Campus Virtual. | Descartado |
| 1 | AM titulación | GR de Comunicación | E1 | Falta de la perspectiva de género en algunas asignaturas. | Diseño de las asignaturas sin haber contemplado la perspectiva de género. | Incorporar la perspectiva de género en el rediseño de todas las asignaturas que se actualizan a raíz del modifica (nuevo recurso de Toolkit de género). | Resuelto |
| 1 | AM titulación | GR de Comunicación | E6 | Baja satisfacción recurrente con la asignatura Realización audiovisual. | Mejora de la satisfacción con la asignatura. | Transformación de la asignatura. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|---------------|---|----|--|---|--|--------------|
| 1 | AM titulación | GR de Comunicación | E6 | Baja satisfacción recurrente con la asignatura. Organización de actos y protocolo. | Mejora de la satisfacción con la asignatura. | Transformación de la asignatura. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | GR de Comunicación | E6 | Baja satisfacción recurrente con la asignatura. Comunicación política e institucional. | Mejora de la satisfacción con la asignatura. | Transformación de la asignatura. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E6 | Satisfacción de recursos de aprendizaje en Programación por el diseño y las artes. | Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje. | Reorganizar las actividades evaluables e incluir el recurso codeLab. | En ejecución |
| 1 | AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E6 | Satisfacción global con la asignatura de Gestión del diseño. | Baja satisfacción general en la asignatura. | Reorganizar las PEC. Revisar de nuevo los retos y los recursos de aprendizaje de la asignatura para el semestre 2021-1. | En ejecución |
| 1 | AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E1 | Falta de detalle del trabajo sobre la perspectiva de género. | Inicio del trabajo para incorporar la perspectiva de género en diferentes asignaturas del programa. | Incorporar la perspectiva de género, especialmente en las asignaturas que trabajan la CG6, mediante la creación de un recurso específico y un análisis de las asignaturas que trabajan el CG6. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Asignaturas Lobbyism and public affairs y Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces. | Bajos niveles de satisfacción. | Incorporar nuevo profesorado colaborador y mejorar los recursos de aprendizaje. | En ejecución |
| 1 | AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E6 | Satisfacción con el TF. | Satisfacción justa con el trabajo final. | Analizar las áreas del TF y el funcionamiento de cada una mediante el envío de una encuesta para extraer información específica. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|---------------|---|----|---|--|--|--------------|
| 1 | AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E5 | Baja satisfacción de la asignatura de prácticas. | La satisfacción con la asignatura de prácticas es muy baja, a pesar de que el cambio a modalidad optativa (implantado en el segundo semestre del curso 2019-2020) ha permitido mejorarla. | Hacer un diagnóstico con la PRA. Incorporación de nuevos recursos de aprendizaje. La gestión de contacto con los centros se hará desde los Servicios de Prácticas y Movilidad. | En ejecución |
| 1 | AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E6 | Satisfacción de los recursos de aprendizaje en Proyecto IV. | Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje. | Nuevos recursos en vídeo y reorganización de los Niu existentes. | Resuelto |
| 1 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción de Marketing de contenidos y <i>branded content</i> . | Mejorar recursos y consolidar tarea del PDC. | Diagnosticar los recursos, valorar hacer otros nuevos y la acción del PDC. | En análisis |
| 1 | AM centro | | E2 | Información pública de las asignaturas. | Los planes docentes publicados en la web no contienen datos que los alumnos pueden necesitar, como el nombre de los profesores o los criterios detallados de evaluación. | Actualizar el documento del plan docente y mejorar su integración en diferentes espacios de difusión. | En ejecución |
| 1 | AM centro | | E2 | Información agregada sobre el profesorado propio y el personal docente colaborador. | Falta información agregada y fácilmente accesible a los equipos docentes de gestión, sobre el perfil del profesorado propio y el personal docente colaborador. | Se está analizando un proyecto tecnológico de información pública mediante la herramienta Power BI que podrá mostrar el perfil agregado del profesorado propio y el personal docente colaborador en la titulación. | En análisis |
| 1 | AM centro | | E3 | Se identifican procedimientos que no quedan recogidos en las encuestas de satisfacción. | Se está trabajando en la creación de nuevos cuestionarios para tutores y tutoras internos y externos de prácticas, y en incorporar la recogida de información sobre los laboratorios en la encuesta de fin de curso. | Se está trabajando en la creación de nuevos cuestionarios para tutores y tutoras internos y externos de prácticas, y en incorporar la recogida de información sobre los laboratorios en la encuesta de fin de curso. | En ejecución |

| | | | | | | | |
|---|---------------|--|----|---|--|---|-----------|
| 1 | AM centro | | E5 | Satisfacción con los servicios de orientación profesional. | Necesidad de mejorar y visibilizar (o difundir) los servicios de orientación profesional. | Dentro de los Estudios se está trabajando en la creación de un Toolkit de empleabilidad, que estará a disposición de todos los estudiantes. | Resuelto |
| 1 | AM centro | | E6 | Herramientas docentes de carácter visual que den respuesta a las necesidades específicas de las titulaciones de los ámbitos del diseño y la comunicación. | Falta de una herramienta docente de Portfolio consolidada y disponible para todo el profesorado. | Implementar una herramienta de portafolios orientada a titulaciones de diseño y comunicación, que estará disponible para todo el profesorado como herramienta docente en el aula virtual. | Resuelto |
| 2 | AM centro | | E5 | Satisfacción con los servicios de orientación profesional. | Necesidad de mejorar y visibilizar (o difundir) los servicios de orientación profesional. | Coordinar acciones conjuntas con el Servicio de Orientación y Carrera Profesional. Generar sinergias con el nuevo Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad. Familiarizar al alumnado con los servicios de Alumni antes de su graduación. Ampliar recursos para informar de las opciones de emprendimiento que hay en el sector (Toolkit de empleabilidad). | Resuelto |
| 2 | AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E1 | Concretar de manera clara los CF y qué perfiles deben cursarlos. | Hay que revisar la información pública y reforzar la tarea de los tutores y tutoras. | Revisar la información pública actual. Y se trabaja la redacción de un texto explicativo para ampliar la información en la web del programa y, también, a través de los canales internos. Poniendo especial énfasis en la información que facilitan los tutores y tutoras del programa a las personas interesadas y a los nuevos matriculados y matriculadas. | Pendiente |

| | | | | | | | |
|---|----------------------|---|----|---|--|---|--------------|
| 2 | AM titulació n | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E5 | Niveles de satisfacción con la acción docente y tutorial bajos. | Descenso en la valoración de la acción tutorial y necesidad de mejorar el acompañamiento que lleva a cabo el equipo docente. | Profundizar en el conocimiento de las necesidades y expectativas del alumnado del programa con respecto a la acción tutorial. 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 el conocimiento de sus tareas. Contribuir a la mejora y enriquecimiento de la guía de actuación tutorial del máster. Consolidar las acciones de mejora previas y las buenas prácticas desarrolladas, como la realización de una reunión anual con el conjunto de colaboradores docentes. 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. Fomentar buenas prácticas en el retorno y seguimiento de la actividad realizada en la evaluación continua. | En ejecución |
| 2 | AM titulació n | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Baja participación y nivel de respuesta a las encuestas de satisfacción. | Necesidad de mejorar la motivación/compromiso de los estudiantes con el programa. | Desde la dirección del programa, subrayar la importancia de que el alumnado participe en las encuestas y concienciar sobre ello. Implementación de una acción transversal (concurso). | En ejecución |
| 2 | AM titulació n | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E5 | Niveles bajos de satisfacción con respecto a la respuesta ofrecida por Biblioteca a las necesidades de los alumnos. | Mala valoración del alumnado sobre búsquedas y respuesta recibida a consultas en Biblioteca. | Actualizar la información sobre las dificultades que encuentran los estudiantes del programa. Ampliar la información del servicio de Biblioteca que se da a estudiantes mediante videotutorial. | En ejecución |

| | | | | | | | |
|---|---------------|--|----|--|--|---|--------------|
| 2 | AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura <i>Big data y social media</i> . | Necesidad de revisar actividades y recursos en el aula. | Reformular las actividades evaluables. Actualizar los recursos de aprendizaje. Incorporar nuevas herramientas acordes con las empleadas en el ámbito profesional. | Resuelto |
| 2 | AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura Publicidad en <i>social media</i> . | Necesidad de revisar y mejorar los recursos en el aula. | Actualizar y ampliar los recursos de aprendizaje. Incorporar nuevo software especializado acorde con el empleado en el ámbito profesional. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura <i>Social media strategy</i> : ejecución y gestión. | Necesidad de revisar actividades y recursos en el aula, y renovar PDC. | Reforzar el equipo docente con nuevas incorporaciones. Reformular las actividades evaluables. Actualizar los recursos de aprendizaje. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje de la asignatura Métrica y evaluación de <i>social media</i> . | 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 <i>social media</i> . | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Baja satisfacción con las prácticas. | 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. Incorporar entrevistas sincrónicas con los estudiantes. | En ejecución |

| | | | | | | | |
|---|---------------|--|----|--|--|---|--------------|
| 2 | AM titulación | MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | E1 | Consolidación de la perspectiva de género en el 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. Llevar a cabo una sesión formativa para el claustro de profesorado. Preparar nuevos materiales de perspectiva de género. Trabajar el nuevo Toolkit de género en cada programa y para los PDC. Potenciar la temática de género en los TFM. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | E6 | Baja participación y nivel de respuesta en las encuestas de satisfacción. | Necesidad de mejorar la motivación y el 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. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | E6 | Recuperación insuficiente de la satisfacción global con la acción docente de: Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital. Laboratorio de producción audiovisual y transmedia. | La recuperación de los datos de satisfacción registrada es aún mejorable. | Incorporación de nuevo profesorado. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | E6 | Recuperación insuficiente de la satisfacción global con los recursos de aprendizaje en Dirección de proyectos; Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital; | La recuperación de los datos de satisfacción registrada es aún mejorable. | Preparación de nuevas autorías. | Resuelto |

| | | | | | | | |
|---|---------------|--|----|---|--|--|--------------|
| | | | | Comunicación digital y sociedad. | | | |
| 2 | AM titulación | MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | E5 | Baja satisfacción con Biblioteca. | Mala valoración de alumnado sobre búsquedas y respuesta recibida a consultas en Biblioteca. | Actualizar la 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. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | E4 | A partir del proceso reflexivo del autoinforme, alcanzar la excelencia en la adecuación del profesorado al programa formativo en la siguiente acreditación. | 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. | En análisis |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E1 | Hay que mejorar la coordinación entre los contenidos de las asignaturas para evitar posibles solapamientos. | En las respuestas abiertas se detecta que este solapamiento viene dado por las asignaturas Marketing de contenidos y <i>branded content</i> y Taller de narrativa publicitaria transmedia. | Coordinación y revisión de los contenidos de estas asignaturas. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción de Marketing de contenidos y <i>branded content</i> | Baja satisfacción docente, global de la asignatura y de recursos. | Se hará una nueva diagnosis y se propondrán acciones de mejora. Se incorporan nuevos recursos. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción con Creación y gestión de la empresa publicitaria | Baja satisfacción con la acción docente y con los recursos de aprendizaje. | Se hace una nueva diagnosis y se proponen acciones de mejora, como incorporar un PDC nuevo, modificar los tipos de enunciados y dar criterios más claros, con ejemplos, y mejorar los recursos de aprendizaje. | En ejecución |

| | | | | | | | |
|---|---------------|--|----|--|--|--|--------------|
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción con Publicidad programática. | Todos los indicadores de satisfacción al 100 %, menos el de satisfacción global con la asignatura, que baja hasta el 50 %. | Se hace una nueva diagnosis y se proponen acciones de mejora, como invitar a un profesional experto al aula para que muestre un caso práctico. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción con Publicidad en <i>social media</i> . | Baja satisfacción global, satisfacción docente, con los recursos y con el modelo de evaluación. | Se hará una nueva diagnosis y se propondrán acciones de mejora, como el uso de un nuevo software. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Satisfacción de Publicidad alternativa, <i>mobile</i> y <i>cross-device</i> | Baja satisfacción con la tarea docente. | Se hará una nueva diagnosis y se propondrán acciones de mejora. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E6 | Bajo número de TFM que trabajen la perspectiva de género y los TFM participativos. | Decremento del número de TFM participativos o de perspectiva de género. | Se hará una comunicación específica antes de que propongan la temática. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E3 | Mejora de las respuestas a las encuestas. | Bajo índice de respuesta en las encuestas de graduados y #latevaOPINIÓensimportaMOLT. | Se hará más énfasis en la importancia de responder a las encuestas, desde los tablonos de las aulas y tutoría. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E5 | Niveles de satisfacción con la acción tutorial bajos. | Descenso de la satisfacción tutorial en las encuestas. | Reunión con las tutoras para hacer diagnosis. Mejorar la coordinación entre ellas. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E5 | Baja valoración del servicio de orientación profesional. | Faltaban herramientas. | Potenciar el uso del recurso Toolkit Ocúpate, disponible desde octubre de 2021. | En ejecución |
| 2 | AM titulación | MU de Estrategia y Creatividad en Publicidad | E5 | Baja satisfacción en lo referente a los servicios de Biblioteca. | Descenso de la valoración en las encuestas. | Seguir actualizando la compilación bibliográfica del máster, y ofrecer mensajes con información práctica desde las aulas de las asignaturas. Incorporar el taller de Biblioteca al inicio del TFM. | En ejecución |

Registro AM: (1) Acción de mejora identificada en el seguimiento 2019-2020; (2) Acción de mejora propuesta en el proceso de acreditación 2021.

Plan de mejora: Seguimiento del curso 2020-2021

| Nivel | Titulación | Estándar | Punto débil detectado | Descripción de la causa | Acción propuesta |
|---------------|---|----------|--|---|--|
| AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Baja satisfacción con la asignatura Comunicación de crisis y de riesgo. | Bajos niveles de satisfacción. | Incorporar nuevo profesorado colaborador y mejorar los recursos de aprendizaje. |
| AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Mejorar la información que ofrecemos al alumnado sobre las salidas profesionales de la titulación. | Falta de una mayor difusión sobre las salidas profesionales de la titulación. | Organizar una jornada sobre salidas profesionales, con la participación de graduados y graduadas. |
| AM titulación | MU de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos | E6 | Proyecto piloto GALA de ludificación con el eLearning Innovation Center (eLinC), en la asignatura Organización estratégica de eventos. | Innovación para motivar al alumnado. | Incorporar unas actividades ludificadas dentro de uno de los retos de la asignatura Organización estratégica de eventos. |
| AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E5 | Satisfacción con la Biblioteca. | Baja satisfacción con el servicio de Biblioteca. | Continuación de las acciones propuestas por la Biblioteca en el informe anterior. |

| | | | | | |
|---------------|--|----|--|---|---|
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E1 | Consolidación de la perspectiva de género en el programa. | Necesidad de adaptarse a los requerimientos sociales y de calidad académica | Establecer resultados de aprendizaje que desarrollen la competencia CT4 en todas las asignaturas que la tienen vinculada. 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. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E5 | Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje en periodismo y <i>social media</i> . | Necesidad de actualización y diversificación de los recursos de aprendizaje. | Revisar el material con el objetivo de actualizarlo e incorporar fenómenos emergentes. Completar con tipos de materiales diferentes, incluyendo piezas audiovisuales. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E1 | Baja satisfacción con recursos y modelo de evaluación en Contenidos audiovisuales para <i>social media</i> . | Necesidad de actualización y diversificación de los recursos de aprendizaje. Necesidad de revisar el modelo de evaluación para adaptarlo y que dé respuesta a las competencias y resultados de aprendizaje esperados. | Revisar material para actualizarlo. Incorporar fenómenos y tendencias emergentes. Diversificar el tipo de recurso. Revisar y ajustar las actividades evaluables y los mecanismos de evaluación. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E1 | Baja satisfacción con recursos y modelo de evaluación en Analítica avanzada en redes sociales. | Necesidad de mejorar la explicación de los recursos disponibles en el aula. Necesidad de completar el material. Al ser una asignatura nueva, es necesario hacer seguimiento de la valoración del modelo de evaluación e incorporar ajustes para favorecer el proceso de aprendizaje. | Mejorar la descripción en el aula de los materiales disponibles (contextualizar). Incluir nuevos casos de estudio o datos de análisis. Revisar y ajustar las actividades evaluables y los mecanismos de evaluación. |

| | | | | | |
|---------------|--|----|---|---|--|
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E1 | Baja satisfacción con <i>content curation</i> . | Necesidad de actualización y diversificación de los recursos de aprendizaje. | Revisar el material con el objetivo de actualizarlo e incorporar fenómenos emergentes. Completar con tipos de materiales diferentes, incluyendo piezas audiovisuales. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Baja satisfacción con el programa y las competencias adquiridas. | Descenso de la satisfacción con respecto a las competencias adquiridas. | Visibilizar el trabajo realizado por los estudiantes y el proceso formativo realizado en las asignaturas mediante la creación de portafolios. Fomentar procesos de trabajo más colaborativo y comunicativo, y procesos de metacognición. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E1 | Baja valoración de la coordinación. | Satisfacción baja de los estudiantes. | Consolidar acciones de coordinación ya implementadas. Favorecer el seguimiento de resultados con sesiones individuales entre la dirección del programa y el responsable de la asignatura y, si es posible, con los colaboradores docentes. Sistematizar actas de reuniones. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E4 | No se visibiliza la excelencia del profesorado del programa en términos de investigación. | Mejorar las posibilidades de actividad investigadora y la visibilidad de la investigación desarrollada. | Recopilar las líneas de investigación en <i>social media</i> que se desarrollan en diferentes proyectos de investigación, dada la transversalidad del ámbito. Descubrir y favorecer la colaboración entre proyectos e investigadores. Sistematizar procesos para visibilizar y poner en valor los estudios y publicaciones realizados. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E5 | Necesidad de reforzar la acción tutorial. | El incremento del número de estudiantes e interesados demanda más recursos y procesos optimizados. | Ampliar, mejorar y mantener actualizada la información disponible en las salas de tutoría, incluyendo información sobre procesos y reconocimientos, resultados de las encuestas de satisfacción y servicios que ofrece la universidad. Reforzar el equipo docente ampliando el número de tutores y tutoras. |

| | | | | | |
|---------------|--|----|---|--|---|
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E5 | Mejorar la satisfacción con la orientación profesional en todo el programa. | Baja satisfacción con el servicio. | Dar visibilidad a la trayectoria profesional de nuestros graduados y graduadas, compartir buenas prácticas e invitar a expertos y expertas en el ámbito que puedan dar claves sobre la empleabilidad en el sector. En este sentido, tratamos de colaborar activamente con el vicerrectorado y la subdirección específica de los Estudios. |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E2 | Información pública incompleta o desactualizada. | Cumplir con los requerimientos indicados en el informe de acreditación y que puedan realizarse en cada programa. | Ampliar la información sobre los complementos formativos. Ampliar la información sobre el proceso de reconocimiento y las prácticas. Hacer visible el número de plazas y ampliar la información relativa al equipo docente, incluyendo mantener actualizado el currículum con un estilo lo más homogéneo posible. Revisar los planes docentes para garantizar su actualización y estilo unificado, en especial la parte bibliográfica, teniendo en cuenta que en la web aparece una versión reducida de este. Adecuar la redacción y garantizar que esté disponible en los dos idiomas. Contribuir a la visibilidad de convenios, resultados de encuestas y documentación relativa al estado del programa (visibilizar enlaces o espacios en los que se encuentre la información disponible). |
| AM titulación | MU de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia | E6 | Necesidad de hacer seguimiento de la tasa de abandono ahora que se ofrece la quinta edición del máster. | Aumenta la tasa de abandono de las primeras cohortes del programa. | Establecer pautas de seguimiento de las tasas de abandono. Fijar acciones encaminadas a la reducción (por debajo del 30 %), como seguimiento individualizado y calendario periódico de recordatorios de plazos y condiciones de matrícula. |

| | | | | | |
|---------------|-----------------------------------|----|---|---|---|
| AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E6 | Satisfacción global con las asignaturas Tipografía avanzada, Gestión del diseño, Dirección de arte y Programación para el diseño y las artes. | Baja satisfacción general en la asignatura. | En Gestión del diseño: revisión conceptual de la asignatura, búsqueda de nuevos colaboradores y realización de nuevos materiales y vídeos. En Dirección de arte: nueva búsqueda de PDC, reenfoque global de la asignatura. En Tipografía avanzada: realización de Niu, creación de nuevos recursos y actividades, incorporación de Folio y mejora de la dinamización del aula. En Programación para el diseño y las artes: adaptación a Niu de la asignatura, con incorporación de retorno al CodeLab, elaboración de nuevos recursos textuales y videotutoriales. |
| AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E1 | Adaptación al Real Decreto 822/2021. | Adaptación al nuevo marco legal. | Preparar una propuesta de 240 ECTS. |
| AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E6 | Satisfacción con los recursos de aprendizaje en Cultura visual y nuevos medios, Fabricación digital y Lenguajes y estándares web. | Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje | En Cultura visual y nuevos medios: refuerzo de recursos dentro de las actividades y creación de materiales nuevos por parte de los colaboradores y colaboradoras expertos. En Fabricación digital: proporcionar un abanico de herramientas de modelado 3D e incluir tutoriales de Autodesk 360 y recursos de apoyo al Lab. En Lenguajes y estándares web: migración de materiales de MSDN a un recurso propio WordPress UOC. |
| AM titulación | GR de Diseño y Creación Digitales | E6 | Satisfacción con la acción docente en Proyecto II. | Baja satisfacción con la acción docente. | Inclusión de nuevas actividades, evaluaciones previas a los envíos, corrección grupal síncrona optativa y uso de vídeo en el retorno. |

| | | | | | |
|---------------|--|----|---|--|---|
| AM titulación | MU de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas | E6 | Mejora de la satisfacción de los recursos de aprendizaje de la asignatura Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital. | | Preparación de nuevas autorías. |
| AM titulación | GR de Comunicación | E1 | Bajada significativa de la satisfacción en relación con la coordinación entre asignaturas, tanto la expresada en la encuesta de fin de curso como en la de graduados y graduadas. | Por valorar. | Hacer seguimiento de los resultados en el próximo curso y revisar comentarios asociados a este indicador, por si se pueden identificar situaciones concretas o causas. |
| AM titulación | GR de Comunicación | E4 | Valoraciones bajas en relación con el retorno recibido por parte del PC en la asignatura de prácticas. | | |
| AM titulación | GR de Comunicación | E4 | Adecuación de los equipos docentes a las líneas de TFG. | | |
| AM titulación | GR de Comunicación | E6 | Valoraciones bajas en relación con el sistema de evaluación en la asignatura de prácticas. | Especial seguimiento, y valorar si tiene que ver con el contexto COVID-19. | |
| AM titulación | GR de Comunicación | E6 | Bajada del nivel de resultados en las asignaturas Dirección de arte y Animación. | Especial seguimiento. | |
| AM titulación | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | E1 | Valoración baja de la coordinación entre asignaturas. | Media de créditos matriculados por encima de 20, mientras que la media en la UOC por máster ha sido de 15,7. | Mejorar la coordinación entre el profesorado para evitar solapamientos. Encuentro con PC para identificar situaciones concretas. En el encuentro también se propone trabajar el tema de la competencia de género. |

| | | | | | |
|---------------|--|----|---|--|---|
| AM titulación | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | E4 | Porcentaje de profesorado doctor en el máster por debajo del 75 %. | Dificultad en la captación. | El nuevo real decreto establece un porcentaje, tanto para grado como para máster, del 50 %, pese a lo cual se hará un especial seguimiento. |
| AM titulación | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | E5 | Baja satisfacción con la tutoría. | Las causas están asociadas al tiempo de respuesta a las consultas de los estudiantes. | Se ha incorporado una nueva tutora. |
| AM titulación | MU de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca | E6 | Baja satisfacción general en dos asignaturas: Identidad verbal y <i>storytelling</i> (31 %) y Tendencias y enfoques emergentes del diseño (43 %). | Se considera que tiene que ver con el retorno y la comunicación. Se valora la posibilidad de sustitución de algún PC. | Hacer seguimiento durante el curso 2021-2022. |
| AM titulación | GR de Información y Documentación | E1 | Pocos estudios de TF relacionados con la perspectiva de género. | Promoción activa de la elección de temas relacionados con la profesión y el género. | Hacer seguimiento durante el curso 2021-2022. |
| AM titulación | GR de Información y Documentación | E4 | Extinción de la mayor parte de las asignaturas del grado de Información y Documentación. | Dado que el próximo curso, el 2021-2022, casi todas las asignaturas se extinguen en docencia ordinaria, habría que hacer un seguimiento de las implicaciones que ello tiene en los recursos de aprendizaje, las metodologías diferentes y el método de evaluación elegido. | Hacer seguimiento durante el curso 2021-2022. |
| AM titulación | GR de Información y Documentación | E5 | Disminución de la satisfacción con la tutoría. | Reuniones grupales con los tutores y la tutora para valorar la extinción de la docencia ordinaria de una serie de asignaturas con diversa complejidad, como Inglés I y II, Estadística o <i>Big data</i> . | Hacer seguimiento durante el curso 2021-2022. |
| AM titulación | GR de Información y Documentación | E6 | Paso a derecho a examen de la mayor parte de asignaturas. | Diseñar el paso a derecho a examen de un conjunto de asignaturas que pueden necesitar recursos más actuales en cuanto a las temáticas ofrecidas, para | Hacer seguimiento durante el curso 2021-2022. |

| | | | | | |
|-----------|--|----|---|---|--|
| | | | | evitar la obsolescencia de algunos contenidos. | |
| AM centro | | E6 | Avanzar en el diseño de actividades y la evaluación con perspectiva de género. | Aunque, desde el punto de vista conceptual, se ha avanzado en el diseño de instrumentos y contenidos relacionados con la docencia con perspectiva de género, hay que avanzar en su aplicación práctica a la docencia. | Incorporar una nueva figura de docente asociado vinculado a la competencia Compromiso ético y global y la perspectiva de género, para apoyar al profesorado en esta materia. |
| AM centro | | E4 | Necesidad de más apoyo docente a las asignaturas de TF, prácticas y gran volumen. | Las asignaturas de TF, prácticas y gran volumen requieren de más apoyo docente en tareas de coordinación. | Incorporar una nueva figura de docente asociado a asignaturas de TF, prácticas y de más de 4 aulas. |

Estándar: (E1) calidad del programa formativo, (E2) pertinencia de la información pública, (E3) eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación, (E4) adecuación del profesorado al programa formativo, (E5) eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje, (E6) calidad de los resultados de los programas formativos.