
Autoinforme d'acreditació

Facultat de Ciències de la Comunicació

Novembre-2017



Universitat Autònoma de Barcelona

Índex

0. Dades identificadores bàsiques.....	4
1. Presentació del centre	5
2. Procés d'elaboració de l'autoinforme	7
3. Valoració de l'assoliment dels estàndards d'acreditació	8
3.1. Estàndard 1: Qualitat del programa formatiu	8
3.1.1. Perfil de competències de la titulació: El perfil de competències de la titulació és consistent amb els requisits de la disciplina i amb el nivell formatiu corresponent al MECES	8
3.1.2. El pla d'estudis i l'estructura del currículum són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació.	8
3.1.3. Els estudiants admesos tenen el perfil d'ingrés adequat per a la titulació i el seu nombre és coherent amb el nombre de places ofertes.....	9
3.1.4. La titulació disposa de mecanismes de coordinació docent adequats.	11
3.1.5. L'aplicació de les diferents normatives té lloc de manera adequada i té un impacte positiu sobre els resultats de la titulació.....	11
3.2. Estàndard 2: Pertinència de la informació pública	12
3.2.1. La institució publica informació veraç, completa, actualitzada i accessible sobre les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu	12
3.2.2. La institució publica informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció.....	13
3.2.3. La institució publica el SGIQ en què s'emmarca la titulació i els resultats del seguiment i l'acreditació de la titulació.	14
3.3. Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació	15
3.3.1. El SGIQ implementat té processos que garanteixen el disseny, l'aprovació, el seguiment i l'acreditació de les titulacions	15
3.3.2. El SGIQ implementat garanteix la recollida d'informació i dels resultats rellevants per a la gestió eficient de les titulacions, en especial els resultats d'aprenentatge i la satisfacció dels grups d'interès.	17
3.3.3. El SGIQ implementat es revisa periòdicament i genera un pla de millora que s'utilitza	20
3.4. Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu	22
3.4.1. El professorat reuneix els requisits del nivell de qualificació acadèmica exigits per les titulacions del centre i té suficient i valorada experiència docent, investigadora i, si escau, professional.....	22
3.4.2. El professorat del centre és suficient i disposa de la dedicació adequada per desenvolupar les seves funcions i atendre els estudiants.	24

3.4.3. La institució ofereix suport i oportunitats per a millorar la qualitat de l'activitat docent i investigadora del professorat.....	29
3.5. Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge	33
3.5.1. Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral.	34
3.5.2. Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants i a les característiques de la titulació	36
3.6. Estàndard 6. Qualitat dels resultats dels programes formatius.....	40
3.6.1. Els resultats de l'aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació.....	40
3.6.2. Les activitats formatives, la metodologia docent i el sistema d'avaluació són adequats i pertinents per garantir l'assoliment dels resultats de l'aprenentatge previstos.....	41
3.6.3. Els valors dels indicadors acadèmics són adequats per a les característiques de la titulació.....	46
3.6.4. Els valors dels indicadors d'inserció laboral són adequats per a les característiques de la titulació.....	46
4. Pla de millora: valoració final i propostes de millora	50
5. Relació d'evidències	55

0. Dades identificadores bàsiques

Universitat	Universitat Autònoma de Barcelona
Nom del Centre	Facultat de Ciències de la Comunicació
Dades de contacte	Maria José Recoder dg.c.comunicacio@uab.cat 93 581 1945
Responsables elaboració autoinforme	Veure composició del CAI a l'apartat 2
Data i òrgan d'aprovació	15/11/2017 – Junta de Facultat

Titulacions impartides al Centre				
Denominació	Codi RUCT	Crèdits	Any d'implantació	Coordinador
Titulacions que s'acrediten				
MU de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	4314947	60	2014-2015	Lopes Da Silva, Elaine Aparecida
Titulacions que no s'acrediten				
Grau de Comunicació Audiovisual	2501928	240	2010-2011	Llinés Soler, Montse
Grau de Periodisme	2501933	240	2010-2011	Rodríguez Bonfill, José
Grau de Publicitat i Relacions Públiques	2501935	240	2010-2011	Martín Villodres, Francisco
MU de Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	4313256	60	2012-2013	Ribes Guardia, Francesc Xavier
MU de Mitjans, Comunicació i Cultura	4313227	60	2012-2013	Montero Sánchez, María Dolores
MU de Recerca en Comunicació i Periodisme	4310036	60	2009-2010	Giraldo Luque, Santiago
MU Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: cap a la Inversió i la Integració / Erasmus Mundus in Crossing the Mediterranean: Towards Investment and Integration (*)	4315683	120	2015-2016	Velazquez Garcia-Talavera, Teresa
Titulacions no coordinades per la UAB				
MU de Estudis del Discurs: Comunicació, Societat i Aprenentatge	4313988	60	2013-2014	Giró Martí, Francesc Xavier

(*) Màster coordinat per una universitat estrangera, la UAB actua com a coordinadora local.

1. Presentació del centre

La Facultat de Ciències de la Comunicació (FCC) de la Universitat Autònoma de Barcelona neix l'any 1971 amb el ferm propòsit de ser una de les facultats capdavanteres i de referència en el panorama de les Ciències de la Comunicació. El caràcter evolutiu i canviant dels estudis de comunicació es veu incrementat pel fet que moltes de les àrees de coneixement que s'hi gestionen són essencialment transdisciplinars i, per tant, depenen també de les innovacions que en el seu terreny particular es produeixen, així com de les diferents sinergies possibles que s'estableixen entre elles. El propi concepte de comunicació ha variat radicalment en les últimes dècades, tant pel que fa al seu significat com a la seva àrea d'influència. Si a això hi afegim la celeritat amb què es transformen les diferents tecnologies de la informació i la comunicació (les TIC), així com els dispositius que se'n deriven, es comprèn que, com a centre d'ensenyament i d'investigació, la Facultat es vegi obligada a mantenir viu un profund esperit de canvi, i que revisi constantment els seus objectius i les seves estructures de funcionament al llarg dels més de 40 anys d'existència.

L'accés als estudis d'estudiants procedents d'àrees geogràfiques diverses ha contribuït a ampliar l'àmbit d'influència dels nostres estudis, aconseguint ser una de les zones europees més dinàmiques i innovadores en el panorama comunicatiu.

TAULA 0.1: EVOLUCIÓ MATRÍCULA EN ELS GRAUS DE LA FACULTAT (2012-2017)

Curs Acadèmic	Graduat en Comunicació Audiovisual			Graduat en Periodisme			Graduat en Publicitat i Relacions Públiques		
	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves
2012-13	80	857	89	295	1437	302	80	1.144	84
2013-14	80	1.104	89	295	1385	305	80	1.272	88
2014-15	80	947	92	280	1181	299	80	1.087	90
2015-16	80	896	88	280	1307	295	80	916	89
2016-17	80	916	85	280	1299	293	80	962	86

Com es pot observar en el taula 0.1, l'oferta de places s'ha mantingut estable en totes les titulacions al llarg del període excepte en el cas del grau de Periodisme. En aquest cas, la Facultat va decidir reduir el nombre de places en el curs 2014-15; l'oferta va passar de 295 places a 280. Aquesta reducció de l'oferta es va produir amb la intenció d'equilibrar la mida dels tres grups que formen part de la titulació (dos en torn de matí i un en horari de tarda) a un màxim real de 100 alumnes per grup. Com es pot veure a la taula aquest objectiu s'ha assolit a partir del curs 2014/15.

També observem que les sol·licituds d'ingrés als nostres estudis superen àmpliament a les places ofertes, el que provoca que la nota de tall per accedir a qualsevol de les tres titulacions sigui alta i que el perfil de l'estudiant s'adeqüi a qualsevol dels tres graus oferts.

Respecte a la programació de la docència dels estudis de grau, es prioritza que el professorat que imparteix les classes teòriques sigui professorat funcionari o laboral fixe. El professorat associat, en canvi, pel seu perfil i experiència professional s'encarrega majoritàriament de la docència pràctica o de suport a la docència teòrica.

TAULA 0.2: EVOLUCIÓ MATRÍCULA EN ELS MÀSTERS DE LA FACULTAT

Curs acadèmic	MU en Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat			MU en Mitjans, Comunicació i Cultura		
	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves
2013-14	25	62	28			2
2014-15	25	66	38	25	77	32
2015-16	30	86	32	30	126	18
2016-17	30	132	31	30	182	34
Curs acadèmic	MU en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques			MU en Recerca en Comunicació i Periodisme		
	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves
2013-14				40	45	23
2014-15	25	89	31	40	49	19
2015-16	30	162	40	25	58	26
2016-17	30	187	36	25	107	17
Curs acadèmic	MU Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: cap a la Inversió i la Integració					
	Places de nou accés	Sol·licituds totals	Matrícules noves			
2015-16	30	31	31			
2016-17	30	33	33			

Els criteris de selecció dels alumnes que accedeixen als màsters oferts a la Facultat són els que figuren a la seva respectiva memòria. Aquests criteris van ser establerts amb la clara intenció de captar els currículums més adients per a cada formació.

El nombre de places ofertes en cada màster es vol adaptar en lo possible a la demanda de cada una de les titulacions. En els casos dels màsters en Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat; Mitjans, Comunicació i Cultura; i Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques el nombre de places ofertes es va ampliar de 25 a 30 en el curs 2015/16. En el cas del màster en Recerca en Comunicació i Periodisme l'oferta es va reduir de 40 a 25 places en el curs 2015/16.

La realitat és que el nombre d'estudiants matriculats no sempre coincideix amb les places ofertes tot i l'esforç dels coordinadors per tal d'ajustar-se. No s'observa una tendència homogènia entre el nombre de matriculats de cada màster i el curs acadèmic.

En els màsters de Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat; i el màster Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: cap a la Inversió i la Integració; la diferència entre l'oferta de places i el nombre de matriculats és mínima, d'aproximadament un 5%.

En el màster de Mitjans, Comunicació i Cultura és difícil de identificar una tendència en el nombre de matriculats. Mentre que en els cursos 2014/15 i 16/17 hi ha un nombre elevat de matrícules, en el curs 15/16 el nombre de matrícules està molt per sota de les places disponibles.

En el Màster de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques si que existeix una tendència a reduir el nombre de matriculats a partir del curs 2015/16, aquest nombre ha passat

de 40 a 36 en el curs 2016/17 i de 36 a 29 en el curs 2017/18.

En el cas del MU en Recerca en Comunicació i Periodisme s'ha reduït el nombre de matrícules del curs 2016-17 pel que la coordinació ha decidit no continuar amb aquesta formació i s'ha optat per crear un nou màster emergent amb el nom de *MU en Periodisme e Innovació en Continguts Digitals* que en aquests moments està pendent d'aprovar-se per part de l'AQU. La previsió és que el nou màster es comenci a impartir en el curs 2018-19.

Pel que fa al professorat tots els màsters es nodreixen de professors doctors dels diferents departaments de la Facultat, garantint la qualitat de la docència.

2. Procés d'elaboració de l'autoinforme

L'elaboració d'aquest autoinforme s'ha dut a terme seguint les indicacions del Sistema de Garantia Interna de Qualitat (SGIQ) de la Facultat (E0.1- PC7. Seguiment, avaluació i millora de les titulacions). D'acord amb això, es va constituir un Comitè d'Avaluació Interna (CAI) que ha estat el responsable de recopilar la informació i redactar l'autoinforme. El CAI es va constituir l'11 de juliol de 2017 (E0.2 – Acta constitució CAI) i en són membres els següents representants dels diferents col·lectius implicats en el procés:

- Vicedegana d'Ordenació Acadèmica i responsable de Qualitat de la Facultat: Elisabet Garcia
- Coordinador del Sistema de Garantia Interna de Qualitat: Josep Àngel Guimerà (secretari de la comissió)
- Director del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual: Juan José Perona
- Coordinadora del Màster Universitari de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques: Elaine Lopes
- Excoordinador del Màster Universitari de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques (2014-2017): Armand Balsebre
- Administradora de centre: Glòria Garcia
- Gestora Acadèmica: Anna Bosch
- Administratiu del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual: Miquel Tomàs
- Suport administratiu per a les acreditacions: Núria Leonart
- Estudiant de màster: Miquel Ventura

En l'elaboració de l'informe es va optar per distribuir les tasques de recopilació de dades i de redacció de l'autoinforme entre els diferents membres del comitè en funció de la seva posició dins l'organigrama de la Facultat. La coordinació es va dur a terme des del deganat i en base a reunions de coordinacions periòdiques-

Recollida sistemàtica d'informació:

Seguint el procés PC9- Gestor Documental del SGIQ de la Facultat, es va optar per una gestió documental orientada a la recollida de dades de les memòries de verificació, els informes de seguiment del centre, les evidències d'avaluació i les dades relatives a la Facultat de la Universitat. El gestor documental escollit per emmagatzemar la documentació ha estat el Nébula UAB i habitual en els processos d'acreditació previs. D'aquesta manera, la documentació està disponible per a tots els membres del CAI, OQD i CAE.

Redacció de l'autoinforme i exposició pública:

Tota la informació sistematitzada ha estat analitzada individualment pels membres del CAI i debatuda, esmenada i ampliada en les tres reunions de tot el grup que s'han realitzat (E0.3- Actes reunions). Ha estat sobre aquesta informació que s'ha debatut el relat que calia construir sobre el màster, especialment en relació a la identificació d'eventuals punts forts i punts febles; i les possibles propostes de millora.

Vàrem començar amb l'elaboració de l'autoinforme a mitjans de juliol de 2017 i el vam finalitzar a mitjans d'octubre, en un procés on van col·laborar tots els membres del CAI tant en la seva redacció, com revisió i validació final abans de la tramesa a l'OQD.

L'autoinforme es va fer públic el 13 de novembre mitjançant la plana web de la Facultat, per correu electrònic i publicació a les plataformes de Twitter i Facebook de la Facultat per arribar a un major públic. El període d'exposició pública va durar de 13 al 17 de novembre i no es va rebre cap esmena.

Aprovació de l'autoinforme:

La Junta de Facultat aprova aquest autoinforme en la sessió ordinària duta a terme el propassat 21 de novembre de 2017 (E0.4- acta junta)

3. Valoració de l'assoliment dels estàndards d'acreditació

3.1. Estàndard 1: Qualitat del programa formatiu

“El disseny de la titulació (perfil de competències i estructura del currículum) està actualitzat segons els requisits de la disciplina i respon al nivell formatiu requerit al MECES”.

Històric de modificacions

Màster Universitari de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques

Codi RUCT: 4314947

Data de Verificació: 07/10/2014

Curs d'implantació del grau: 2014-2015

Modificacions: No s'han produït.

3.1.1. Perfil de competències de la titulació: El perfil de competències de la titulació és consistent amb els requisits de la disciplina i amb el nivell formatiu corresponent al MECES

El perfil de les competències del Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques és consistent amb els requisits de la disciplina i amb el nivell formatiu corresponent del MECES.

3.1.2. El pla d'estudis i l'estructura del currículum són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació.

El pla d'estudis del **MU en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques** va ser verificat (E1.1) en data 9/10/2014 i és consistent amb els requisits de la disciplina i amb el nivell formatiu corresponent del MECES.

Modificacions que es sotmeten a avaluació en aquest procés d'Accreditació

Taula 3.1. Modificacions implantades com a resultat del procés de seguiment de la titulació

Descripció de la modificació	Curs d'Implantació	Proposta de Modificació
Augmentar el nombre de places de nou accés de 25 a 30 en el curs 2015/16	2015/16	04/12/2017

En el curs 2015/16 es decideix ampliar de 25 a 30 el nombre de places dels màsters oficials i així es comunica a la DGU. Aquesta ampliació es formalitza en el curs 2017/18 una vegada s'inicia el procés d'acreditació (E1.2. Proposta modificació màster).

Des de la seva primera edició, el desplegament del pla d'estudis del Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques s'ha desenvolupat tenint en compte la seva dimensió investigadora i la seva dimensió professionalitzadora establertes en el pla d'estudis (E1.3). Pel que fa a la primera d'aquestes dimensions, la memòria diu que està representada pel mòdul 3 (*Metodologies i eines de recerca*), amb un primer bloc sobre l'aplicació del mètode científic a la Publicitat i les Relacions Públiques; un segon bloc sobre les aportacions metodològiques de les ciències de la comunicació a l'estudi contemporani del consumidor; i un tercer bloc sobre investigació emergent: aplicacions del neuromarketing a la planificació estratègica en Publicitat i RR.PP. Aquesta mateixa dimensió també es manifesta en alguns continguts metodològics dels desenvolupats en els mòduls 1 (*La planificació estratègica i el "planner"*) 2 (El nou consumidor) i 4 (*La planificació estratègica digital*), així com en la realització del Treball de Fi de Màster. Quant a la segona de les dimensions, està representada bàsicament en els continguts pràctics impartits en els mòduls 1 i 2 i en els mòduls 4, 5 (*Comunicació comercial*) i 6 (*Màrqueting emergent*).

La coordinació del màster considera que tant el pla d'estudis com l'estructura del currículum són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació.

El màster no incorpora un mòdul de pràctiques externes al seu pla d'estudis, però sí articula una estada de recerca en una entitat col·laboradora per a la realització del Treball de Fi de Màster.

En aquest moment no hi ha prevista cap modificació de la memòria per implantar en el curs 2018/19. De la mateixa manera, el pla d'estudis implementat no varia respecte al que figura a la memòria aprovada. Tant el pla d'estudis, com l'estructura del currículum, són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació

3.1.3. Els estudiants admesos tenen el perfil d'ingrés adequat per a la titulació i el seu nombre és coherent amb el nombre de places ofertes.

Els estudiants que accedeixen al màster demostren tenir un perfil molt adequat per a aquesta formació ja que la majoria d'ells en les darreres edicions. Més del 70% de l'alumnat en les últimes dues edicions, provenen de graus relacionats amb la publicitat i les relacions públiques o bé del màrqueting. Concretament, al curs 2014-2015, els estudiants que provenien de graus relacionats amb la publicitat i les relacions públiques, van representar el 32,3% dels estudiants del màster, i els que provenien de titulacions relacionades amb el màrqueting, representaven el 22,6% del total. El següent curs el percentatge d'estudiants provinent de branques relacionades amb la publicitat es van incrementar fins el 52%, i els de màrqueting es van reduir fins els 17,5%.

En el curs 2016/17 la representació d'estudiants provinents d'aquestes dues titulacions representava un 75% de l'alumnat del màster.

TAULA 1.1. Procedència formativa estudiants màster per curs acadèmic

Titulacions procedència	2014-2015		2015-2016		2016-2017	
	Nombre	% s total	Nombre	% s total	Nombre	% s total
Publicitat i Relacions Públiques	10	32,30%	21	52,50%	21	58,30%
Màrqueting	7	22,60%	7	17,50%	6	16,70%
Ciències socials	3	9,70%				
Llengua i literatura	3	9,70%	1	2,50%		
Periodisme	3	9,70%	3	7,50%		
Sociologia	3	9,70%				
Comunicació Audiovisual	1	3,20%	1	2,50%	2	5,60%
Psicologia	1	3,20%				
Economia			3	7,50%		
Llengua i cultura espanyola			4	10,00%	7	19,40%

A banda d'aquests dos orígens formatius, la resta d'estudiants provenen d'altres titulacions no relacionades directament amb la publicitat o el màrqueting però el seu pes dins del grup no és majoritari i en certa forma enriqueix al conjunt amb el seu coneixement d'altres disciplines complementàries aportant punts de vista diferents, amb més matisos, millorant les activitats col·lectives desenvolupades pels alumnes.

La selecció de currículums s'ha fet seguint les directrius recollides a la memòria del màster. Aplicant aquets criteris s'evidencia que els estudiants provinents d'estudis relacionats amb la publicitat, les relacions públiques i el màrqueting són majoritaris. (E1.4.-Quadre matrícula alumnes màster per procedència curs 2016/17)

Taula 1.2. Oferta, demanda i matrícula

Indicadors	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Places ofertes	25	30	30
Estudiants de nou ingrés	31	40	36
Sol·licituds	89	162	187
Ràtio oferta/demanda	3,6	5,4	6,2

En la seva primera edició (curs 2014-2015), el màster va aconseguir una ràtio d'oferta / demanda de 3,56 sol·licituds per cada plaça oferta. Aquesta ràtio s'ha anat incrementant en les següents edicions, sent de 5,4 sol·licituds per plaça, per al curs 2015-2016 i de 6,2 sol·licituds per plaça per al curs 2016-2017. Per tant, es constata que hi ha una tendència a l'alça en el nombre de sol·licituds d'accés al màster. Pel que fa al nombre d'estudiants que s'han matriculat en cada curs, s'observa que el seu nombre ha excedit al nombre de places ofertes en cada edició.

Perceptiblement l'estratègia utilitzada per la coordinació en el curs 2016/17 a l'hora d'intentar ajustar el nombre de matriculats al nombre de places ofertes ha funcionat relativament i progressivament. El biaix s'ha reduït sensiblement del 33% al 20% sobre les places ofertes en el curs 2016/17. La coordinació es compromet a seguir treballant en aquest aspecte, tot i la dificultat que representa controlar aquest indicador, en especial, quan l'estudiant prové de fora la UE i ha d'aconseguir un visat per accedir als estudis. En el curs 2017/18 el nombre de matriculats ha estat de 29 pel que s'ha ajustat a l'oferta de places del màster.

Taula 1.3. Procedència

Indicadors	Curs 14/15	Curs 15/16	Curs16/17
Estudiants que provenen de la mateixa universitat	5	4	2
Estudiants que provenen d'altres universitats del SUC	6	0	4
Estudiants que provenen d'altres universitats de l'Estat	6	7	6
Estudiants que provenen d'universitats estrangeres	14	29	24

La majoria d'estudiants que accedeixen al màster provenen d'universitats estrangeres, concretament el 45% dels estudiants en el curs 2014/15, el 72% curs 2015/16 i el 67% curs 2016/17). Sobre les zones geogràfiques de procedència, en el curs 2016/17 el 70% d'aquests alumnes estrangers provenen de països llatinoamericans i el 30% la Xina.

Les raons per a un percentatge alt d'alumnat estranger és que el màster ha assolit una certa notorietat a nivell internacional, consolidant-se com una oferta atractiva per a estudiants d'universitats estrangeres, amb una formació en les àrees afins de coneixement.

Segons s'indica en la memòria del màster, els complements de formació només estan previstos per als estudiants que vinguin de titulacions diferents a Publicitat, Periodisme i Comunicació Audiovisual, i sempre que la revisió del seus expedients acadèmics així ho aconselli. Fins a la darrera edició del màster no s'ha considerat necessari que cap alumne hagués de cursar complements formatius perquè els currículums formatius presentats pels estudiants s'emmotllaven als requeriments del màster.

A la memòria del màster està previst el mecanisme de reconeixement de crèdits, per aquells alumnes que així ho sol·licitin. Fins a l'edició actual del màster no ha estat necessari aplicar aquest mecanisme.

3.1.4 La titulació disposa de mecanismes de coordinació docent adequats.

Cada mòdul té assignat un coordinador acadèmic i la coordinació del màster realitza una reunió amb tots els coordinadors de cada mòdul (E1.4 – actes de reunió coordinació) a l'inici de curs, amb un doble objectiu: recollir el *feedback* del curs anterior i establir pautes generals d'actuació per el proper curs. L'objectiu és obtenir la màxima eficiència docent optimitzant la diversitat de coneixements, evitant problemes de solapament o desviació de la línia central marcada pels objectius del màster.

Es considera de vital importància la monitorització periòdica (anual) dels continguts dels mòduls entre els professors que els imparteixen, considerant paràmetres com ara els avanços en les diferents àrees de coneixement i la resposta d'aprenentatge.

A principi de curs es fa una reunió entre la coordinació i el professorat que tutoritza els TFM per tal de millorar en lo possible les estratègies d'avaluació i seguiment pels TFM. El conjunt de professorat valora molt positivament aquestes reunions ja que cada un comparteix la seva experiència en la tutorització del TFM.

La coordinació considera que els mecanismes de coordinació són adequats en aquest moment, no obstant, no es tanca la possibilitat d'introduir millores en els mecanisme que poden provenir de la pròpia coordinació com dels altres membres de l'equip.

3.1.5 L'aplicació de les diferents normatives té lloc de manera adequada i té un impacte positiu sobre els resultats de la titulació

En aquest cas i també a la resta de titulacions del centre es considera adequada l'aplicació de les diferents normatives acadèmiques formulades des de la UAB. Aquest fet afavoreix l'impacte positiu dels resultats de les titulacions.

Una vegada analitzats tots els aspectes d'aquest estàndard, el CAI valora que la qualitat del programa formatiu s'assoleix. Aspectes com són: la coherència del pla d'estudis i el seu perfil de competències, el perfil d'accés dels estudiants, els mecanismes de coordinació i l'aplicació de les diferents normatives.

3.2. Estàndard 2: Pertinència de la informació pública

“La institució informa de manera adequada a tots els grups d'interès sobre les característiques del programa així com sobre els processos de gestió que en garanteixen la seva qualitat”.

3.2.1. La institució publica informació veraç, completa, actualitzada i accessible sobre les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu

En l'anterior procés d'acreditació de la Facultat de Ciències de la Comunicació, aquest estàndard va obtenir la valoració de “s'assoleix”.

La informació sobre tots els aspectes relacionats amb les titulacions impartides per la facultat es realitza a través:

- **Espai general al web de la universitat:** aquest espai conté informació actualitzada, exhaustiva i pertinent, en català, castellà i anglès, de les característiques de les titulacions, tant de graus com de màsters universitaris, els seus desenvolupaments operatius i resultats. Tota aquesta informació es presenta amb un disseny i estructura comuns, per a cada titulació, en el que es coneix com a *fitxa de la titulació*. Aquesta fitxa incorpora un accés públic al Sistema d'Indicadors de Qualitat (la titulació en xifres) que recull tots els indicadors d'accés/matrícula, professorat, taxes i resultats acadèmics, i la seva evolució. La gestió, actualització i manteniment del web de la UAB es fa de manera coordinada entre la Facultat, l'Àrea de Comunicació i de Promoció i l'Oficina de Qualitat Docent.
- **Espai de centre al web de la universitat:** cada facultat disposa d'un espai propi al web de la universitat on incorpora la informació d'interès del centre i de les seves titulacions. Ofereix informació ampliada i complementària de les titulacions i és coordinada amb la informació de l'espai general. La gestió, actualització i manteniment del web en els apartats propis de la Facultat es realitza de manera coordinada entre la gestió acadèmica de la Facultat, els departaments de la Facultat i el Deganat mitjançant la figura de la coordinadora de comunicació. A tal efecte està previst establir un protocol per tal de seguir unes pautes comunes en l'actualització de la informació publicada a la web sobretot en el cas de la informació relacionada amb els màsters oficials (millora 2016/17). Durant el curs 2016/17 el Deganat conjuntament amb l'Àrea de Comunicació de la UAB decideix incorporar la figura d'un becari que col·laborarà en el manteniment i la creació de continguts per a la web de la Facultat.
- **Webs propis dels màsters oficials de la Facultat de Ciències de la Comunicació:** Espais propis gestionats des de la coordinació del màster en el que es complementa la informació que apareix a la pàgina web dels màsters oficials de la UAB
 - MU Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat

- [MU de Mitjans, Comunicació i Cultura](#)
 - [MU de Recerca en Comunicació i Periodisme](#)
 - [MU Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: cap a la Inversió i la Integració / Erasmus Mundus in Crossing the Mediterranean: Towards Investment and Integration](#)
 - [MU Estudis del Discurs: Comunicació, Societat i Aprenentatge \(interuniversitari\)](#)
 - El Màster Universitari en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques no disposa d'un lloc web propi. Tota la informació relacionada amb el màster es publica i actualitza a l'apartat corresponent de la web de la UAB.
- **La Facultat disposa d'altres mitjans de difusió d'informació com són els taulells informatius distribuïts pels espais de la Facultat, l'utilització de les xarxes socials [Facebook](#) i [Twitter](#), pantalles informatives i correu electrònic.**

En un intent de facilitar l'accés a la informació i millorar el disseny del web, al novembre de 2016 va entrar en funcionament el nou format de pàgina web de la Facultat. En aquest nou disseny s'han reorganitzat els continguts de manera que resultin més visuals i entenedors. Analitzant els resultats de l'enquesta de satisfacció dels titulats en l'apartat "informació referent a la titulació al web és accessible i m'ha resultat útil" ens adonem que els resultats milloren perceptiblement entre els cursos 14/15 i 15/16 on la mitjana del centre passa de ser del 3,23 al 3,51 (evidències resultats enquestes). En la mateixa línia es comporten els resultats entre els estudiants del MU en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques on la valoració passa de 3 a 4. No obstant el percentatge de participació en l'enquesta és baix. Caldrà esperar a veure els resultats de l'enquesta del curs 16/17.

Per altra banda, l'Equip de Deganat s'ha reunit amb els coordinadors de màster per tal d'establir un pla integrat de comunicació interna més efectiu. Aquest pla es presenta com a proposta de millora implementada a la Facultat en el curs 2016/17 ([E2.4 –pla de comunicació interna](#)). Els coordinadors de màster han valorat positivament aquesta iniciativa que els hi resol dubtes i els hi simplifica la seva tasca a l'hora de mantenir, revisar i incorporar informació a la web.

Aquest pla de comunicació interna té una doble vessant que ha de conduir-nos a una segona proposta de millora consistent en tenir en tot moment la informació que apareix a la pàgina web de la UAB referent als màsters completa i actualitzada. Durant aquest any s'ha fet un esforç extra amb la complicitat de l'Equip de Deganat, la gestió acadèmica i els coordinadors de màsters per ampliar i actualitzar les webs.

3.2.2. La institució publica informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció.

La UAB recull de forma centralitzada, i per a cada titulació de grau i de màster universitari, informació sobre els resultats acadèmics en consonància amb els requeriments del procés de seguiment (taxes de graduació, abandonament, eficiència, rendiment, èxit, no presentats per titulació; i qualificacions per assignatura/mòdul). Aquests resultats són d'accés públic mitjançant la *fitxa de la titulació*, ja esmentada en el subestàndard anterior, i s'actualitzen periòdicament.

Així mateix, es publiquen a l'espai d'[enquestes de satisfacció dels col·lectius del web de la UAB](#), les característiques i els resultats agregats de les diferents enquestes de satisfacció.

S'ha elaborat una memòria (E2.6) que recull l'activitat de l'Equip de Deganat durant l'any 2016. El motiu pel qual la memòria és per any natural i no per curs acadèmic és perquè es va decidir coincidir amb el període en que l'actual Equip de Govern de la Facultat va iniciar el seu mandat (gener 2016).

Tant a la web de la UAB com a la web de la Facultat es garanteix l'accés a la informació dels estudiants presents i futurs, institucions, empreses i qualsevol col·lectiu, com ara els col·legis professionals, interessats en conèixer les característiques dels nostres estudis.

Els indicadors per al seguiment de les titulacions són accessibles universalment a través del web de la UAB. També és possible consultar a la web de la UAB els informes dels estudis acreditats i els informes de seguiment de la Facultat.

3.2.3. La institució publica el SGIQ en què s'emmarca la titulació i els resultats del seguiment i l'acreditació de la titulació.

La Facultat publicita de manera exhaustiva i agregada la política de qualitat i els processos del SGIQ i aquesta informació es pública a l'apartat web del centre (pestanya "els estudis"). Per facilitar l'accés a la informació del sistema de qualitat, l'accés al web es troba situat directament a la pestanya que conté la informació sobre les titulacions oficials impartides pel centre.

El SGIQ de la Facultat va obtenir, al 2010 per part de l'AQU, l'avaluació positiva dins del programa AUDIT (E2.11 – Certificat AQU).

El SGIQ marc de la UAB, en el que alguns processos s'apliquen de forma subsidiària a la Facultat, és d'accés públic des de l'espai de "Qualitat Docent" del web de la UAB.

En ambdós casos el SGIQ consta del Manual del SGIQ i dels processos corresponents.

Respecte als informes de seguiment, es poden consultar via intranet mitjançant el Gestor Documental i des del curs acadèmic 2012/13 també són d'accés públic al web de la universitat.

Pel que fa al procés d'acreditació, els autoinformes d'acreditació i els informes d'acreditació de titulacions són d'accés públic al web de la universitat.

La UAB publica el SGIQ marc de la universitat en que s'emmarquen les titulacions de grau i màster universitari d'acord amb les directrius establertes. Els processos del SGIQ marc de la UAB, es troben a disposició pública a la web al SGIQ de la Facultat.

La Facultat ha anat revisant i adaptant a les seves especificitats aquells processos amb més implicació a nivell de centre i amb més alt contingut de l'àmbit acadèmic. Així s'han adaptat els processos: PE1, PE2, PC2, PC3, PC4, PC5, PC6, PC7, PC8, PC9, PS5, PS3. A la web de la Facultat està publicat el certificat AUDIT del Centre, l'enllaç al SGIQ marc de la Universitat, el Manual del SGIQ del Centre i aquells processos que ja s'han adaptat al centre.

La valoració d'aquest estàndard per part del CAI és que s'assoleix ja que queda palès que la institució:

- Publica informació, actualitzada, exhaustiva i pertinent sobre les característiques de les titulacions, els seus desenvolupaments, els resultats acadèmics i els de satisfacció dels seus usuaris.
- Publica i difon de manera exhaustiva la política de qualitat, els processos del SGIQ i els elements que se'n deriven per a la rendició de comptes, que inclouen els resultats del seguiment de l'acreditació.

3.3. Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació

“La institució disposa d'un sistema de garantia interna de la qualitat formalment establert i implementat que assegura, de forma eficient, la qualitat i la millora contínua de la titulació”.

La institució disposa d'un sistema de garantia interna de la qualitat formalment establert i implementat que assegura, de forma eficient, la qualitat i la millora contínua de la titulació.

En l'anterior procés d'acreditació de la Facultat de Ciències de la Comunicació, aquest estàndard va obtenir la valoració de “s'assoleix”

3.3.1. El SGIQ implementat té processos que garanteixen el disseny, l'aprovació, el seguiment i l'acreditació de les titulacions

El SGIQ del centre disposa de processos implementats que garanteixen el disseny, l'aprovació, el seguiment i l'acreditació de les titulacions.

Dins del procés d'adaptació de les titulacions a l'EEES, la UAB va dissenyar i aprovar la normativa per a l'elaboració del mapa de titulacions de la universitat i les memòries corresponents:

- Mapa de títols de grau de la UAB (Consell de Govern, 07/11/2007)
- Normativa per a l'elaboració dels plans d'estudis de les titulacions de grau (Consell de Govern, 19/12/2007)
- Normativa dels estudis de màster de la UAB (Consell de Govern, 13/07/2011).

Disseny i aprovació d'una nova titulació:

Al curs acadèmic 2016/2017 la Facultat compta amb tres titulacions de grau i sis titulacions de màster oficial universitari, totes elles dissenyades, aprovades i verificades positivament seguint:

- el procés estratègic “PE3-Verificació de titulacions de graus i de màster universitari (E3.1)” del SGIQ, que concreta de forma detallada i completa les tasques i els agents implicats.
- la Guia per a l'elaboració i la verificació de les propostes de titulacions universitàries de grau i de màster (E3.2) d'AQU.

L'aprovació de les memòries correspon a la Junta de Facultat i a la Comissió d'Afers Acadèmics de la Universitat (òrgan delegat del Consell de Govern), amb representació dels diferents estaments (PDI, estudiants i PAS). La creació de la titulació va ser aprovada, a més de per les

dues comissions comentades anteriorment, pel Consell de Govern i el Consell Social de la Universitat.

Aquest procés s'ha aplicat a les titulacions que són objecte d'avaluació en el present autoinforme d'acreditació i la implantació del procés es valora positivament ja que ha permès el disseny i l'aprovació de les titulacions sense cap anomalia, aconseguint la verificació favorable de les titulacions.

Com a evidència específica del procés de verificació, s'adjunta la documentació d'aprovació a la UAB del màster universitari en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques (E3.3). La universitat publica al web les memòries i les resolucions de verificació de totes les seves titulacions de grau (E3.4) i de màster universitari (E3.5).

Seguiment de les titulacions implantades:

El seguiment de les titulacions es duu a terme seguint:

- el procés clau "PC7-Seguiment, avaluació i millora de les titulacions (E3.6)" del SGIQ que concreta de forma detallada i completa les tasques i els agents implicats.
- i la Guia per al seguiment de les titulacions oficials de grau i màster (E3.7) d'AQU.

El procés de seguiment de les titulacions es va iniciar al curs acadèmic 2010/11. Els informes de seguiment són d'accés públic des del curs 2012/13.

Per a l'elaboració dels informes de seguiment, les coordinacions de les titulacions analitzen els indicadors, els resultats de satisfacció dels col·lectius i les reunions de coordinació docent. Per a la traçabilitat de les propostes de millora, cada informe recull les propostes de l'informe anterior i n'actualitza el seu estat (finalitzada, en procés, pendent o desestimada), i incorpora les noves propostes detectades. L'apartat 4 d'aquest autoinforme d'acreditació (pla de millora), incorpora les propostes de millora actualitzada del darrer informe de seguiment. Finalment, els informes de seguiment s'aproven per *Junta de Facultat en data 23/02/2017 (E3.8 - acta)*.

La Facultat valora positivament el procés de seguiment perquè permet l'anàlisi i revisió de la implantació, desenvolupament i resultats de les titulacions i també possibilita la detecció i introducció de millores.

Les possibles modificacions són fruit de l'anàlisi i revisió derivades del procés de seguiment d'acord amb:

- el procés clau "PC8-Modificació i extinció de titulacions" del SGIQ, que concreta de forma detallada i completa les tasques i els agents implicats. (*facultat*(E3.9), *procés marc* (*A- modificació*(E3.10) i *B-extinció* (E3.11).
- i els Processos per a la comunicació i/o avaluació de les modificacions introduïdes en els títols universitaris de grau i de màster (E3.12) d'AQU.

En aquest cas, en la MU de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques s'ha introduït el següent canvi que afecta al nombre de places ofertes. ([E3.13- proposta modificació MU](#)).

Acreditació de les titulacions:

El procés d'acreditació es duu a terme seguint:

- el procés estratègic “PE6-Acreditació de les titulacions (E3.14)” del SGIQ, que concreta de forma detallada i completa les tasques i els agents implicats.
- i la Guia per a l’acreditació de les titulacions oficials de grau i de màsters (E3.15) d’AQU.

El procés de seguiment de la titulació previ a l’acreditació ha facilitat la recollida d’informació, valoracions i millores necessàries per a l’elaboració del present autoinforme d’acreditació.

L’elaboració de l’autoinforme està detallat a l’apartat 2 d’aquest document. Els processos d’acreditació dels estudis impartits a la Facultat s’han dut a terme en dues ocasions:

- En data 26/02/2015 finalitza el procés d’acreditació del Màster Universitari en Recerca en Comunicació i Periodisme. El resultat de l’acreditació és que el màster assoleix tots els estàndards però en el cas de l’estàndard 3 l’assoleix amb condicions.

Una de les condicions afecta al procés d’implantació del SGIQ que és assolit en la següent acreditació de la Facultat.

- En data 29/04/2016 finalitza el procés d’acreditació dels tres graus oferts a la Facultat (grau de Periodisme, grau de Comunicació Audiovisual i grau de Publicitat i Relacions Públiques) i de dos dels màsters oficials (MU en Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat i MU en Mitjans, Comunicació i Cultura). Tots els estudis són acreditats i en el cas dels dos màsters acreditats amb excel·lència.

La Facultat valora positivament la implantació d’aquest procés perquè, d’una manera més àmplia i detallada que el procés de seguiment, ha permès l’anàlisi detallat dels indicadors, desenvolupament i resultats disponibles de les titulacions.

3.3.2. El SGIQ implementat garanteix la recollida d’informació i dels resultats rellevants per a la gestió eficient de les titulacions, en especial els resultats d’aprenentatge i la satisfacció dels grups d’interès.

El SGIQ del centre disposa de processos implementats que garanteixen la recollida d’indicadors sobre els resultats d’aprenentatge i la seva evolució, amb un quadre d’indicadors complet (titulació en xifres). També permet la recollida d’informació sobre la satisfacció dels estudiants i titulats en relació als programes formatius.

En la recollida d’informació i indicadors dels resultats rellevants per a la gestió eficient de les titulacions i el processos de seguiment i d’acreditació, intervenen diversos processos del SGIQ de la Universitat:

- PC7-Seguiment, avaluació i millora de les titulacions
- PS6-Satisfacció dels grups d’interès
- PS7-Inserció laboral dels titulats
- PS5-Gestió de queixes i suggeriments
- PS8-Informació pública i rendició de compte

La Universitat recull de forma centralitzada tot un conjunt d’indicadors d’accés/matrícula, professorat, taxes i resultats acadèmics i la seva evolució, rellevants per a la gestió, el seguiment i l’acreditació de les titulacions. Aquests indicadors són d’accés públic per a cadascuna de les titulacions, a l’apartat general del web de la universitat (fitxa de la titulació/la titulació en xifres).

Dins del procés de revisió del SGIQ, al llarg dels cursos acadèmics s'ha anat ampliant el nombre d'indicadors disponibles per poder analitzar tots els aspectes rellevants.

Mitjançant la base de dades DATA, accessible via la intranet de la UAB, també es publiquen altres indicadors complementaris als que són de caràcter públic, consultables pels equips de direcció dels centres i per les coordinacions de les titulacions.

Pel que fa a la recollida del grau de satisfacció dels grups d'interès, a part de la gestió de les queixes i suggeriments, a nivell institucional de la universitat es realitzen de forma periòdica les següents enquestes (E3.17):

- Avaluació de l'actuació docent del professorat de grau i de màster universitari
- Assignatures/mòduls
- Grau de satisfacció dels titulats de grau i de màster universitari (en col·laboració amb AQU)
- Inserció laboral dels titulats de grau, màster universitari i doctorat (centralitzada per AQU)

Es percep una molt baixa participació dels estudiants a l'hora de respondre les enquestes institucionals de la UAB. En referència a l'enquesta sobre el grau de satisfacció dels titulats de grau i de màster universitari veiem que la participació ha estat tant sols del 7,61% del total d'alumnes de la Facultat en el curs 2014/15 davant d'una participació a nivell UAB del 12,31%. En el curs 2015/16 la participació s'ha mantingut en un índex molt baix, el del 7,57% en front al 17,54% general de la UAB (resultats enquestes: E3.18, E3.19).

En el cas del Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques aquests instruments de recollida d'informació no han derivat en resultats que puguin ser analitzats per la poca participació en l'enquesta realitzada a titulats 14/15 (3,3%).

Des de la Facultat s'ha intentat millorar aquests índexs, insistint als professors que animin als seus alumnes a participar en les enquestes; i també fent difusió en les xarxes socials. Estem a l'espera dels resultats de l'enquesta 2016/17 per tal de comprovar si els esforços dirigits a la millora de la participació han obtingut resultats.

Resultats enquesta coordinació màster sobre els mòduls. Autors: Equip de Deganat i coordinadors màsters

Instrument/procediment	Enquesta online (quantitativa i qualitativa)
Població (N total destinataris)	147
Mostra (Percentatge de participació)	9,57%
Format del lliurament	Online – formularis google
Periodicitat	anual

A finals de 2016, el deganat i els coordinadors de màster van dissenyar una enquesta titulada ***“Encuesta evaluación masters oficiales (E3.20)”*** adreçada als egressats del curs 2015-16 amb l'objectiu de conèixer les expectatives prèvies i el grau de satisfacció respecte als estudis realitzats. El contingut de l'enquesta combinava preguntes genèriques amb d'altres més específiques que podrien ajudar les coordinacions del màster a conèixer millor el perfil, objectius i valoració dels seus estudiants. La participació en el conjunt dels màsters va ser baixa però en el cas del MU de Planificació estratègica en publicitat i relacions públiques hi va haver una participació del 20% de l'alumnat. (E3.21).

Resultats enquesta sobre tasca docent professorat màster (coordinació màster sobre els mòduls).

Instrument/procediment	Enquesta (quantitativa i qualitativa)
Població (N total destinataris)	Total alumnes matriculats (entre 35 i 40)
Mostra (Percentatge de participació)	Variable, depenent del mòdul i del curs
Format del lliurament	Enviament per correu electrònic per part de la coordinació
Periodicitat	anual

La coordinació va valorar la necessitat de dissenyar una enquesta pròpia que recollís les impressions i comentaris dels estudiants i la va dur a terme. Per aquesta raó, al curs 2015-2016 es va implementar des de la coordinació del màster un formulari mitjançant el qual els estudiants podrien valorar globalment de manera quantitativa la tasca docent del professor/a i, a la vegada, afegir les consideracions oportunes en relació al desenvolupament de la matèria i la seva impartició. Les enquestes és distribuïen un cop finalitzat cada mòdul ([E3.22-model enquesta](#)). Els resultats estan analitzats en l'estàndard 6.

Per tal de disposar d'una major sistematització dels resultats obtinguts ([E3.23- gràfiques enquesta](#)), es va considerar oportú treballar amb les dades quantitatives per poder establir les tendències. En paral·lel es va treballar amb els resultats qualitatius de l'enquesta amb l'objectiu d'establir millores a partir de les conclusions extretes d'aquestes aportacions.

La participació dels alumnes en l'enquesta s'ha distribuït de manera desigual entre els mòduls del programa, però en general s'observa una disminució d'aquesta participació en la resposta del segon any d'implantació del qüestionari. Caldria insistir als estudiants en la importància de la seva participació en aquest tipus de qüestionaris i contrastar els resultats novament en el curs 17/18.

Taula 3.1. Participació en l'enquesta i resultats per mòduls i cursos

Curs 2015/2016					Curs 2016/2017		
Mòdul	Descripció mòdul	Nombre d'alumnes	% de participació	Valoració mitjana	Nombre d'alumnes	% de participació	Valoració mitjana
1	Comunicació Comercial	22	55,00%	8,7	11	30,56%	8,7
2	El Nou Consumidor	12	30,00%	8,2	5	13,89%	8,3
3	La Planificació Estratègica Digital Publicitària i de RRPP	22	55,00%	8,3	11	30,56%	8,1
4	La Planificació Estratègica i el 'Planner'	8	20,00%	9	4	11,11%	8,8
5	Màrqueting Emergent	7	17,50%	9	6	16,67%	8,5
6	Metodologies i Eines de Recerca	7	17,50%	8,6	6	16,67%	7,3
7	Treball de Fi de Màster	8	20,00%	9,1	8	22,22%	7,1

Es proposa com a millora digitalitzar el model d'enquesta per tal de millorar l'accés i facilitar l'extracció de resultats mitjançant l'eina "google docs". D'aquesta manera és pretén augmentar l'índex de participació.

L'anàlisi d'aquest conjunt d'indicadors ("titulació en xifres" i DATA) i dels resultats de la satisfacció dels col·lectius (enquestes i reunions amb estudiants, PDI i PAS) aporta la informació necessària per a la gestió de les titulacions i per als processos de seguiment i acreditació. En aquest aspecte l'Equip de deganat junt amb els coordinadors segueix introduint millores tant en l'objectiu de millorar la participació com en la d'obtenir més informació conduent a la millora de la titulació.

Per a la gestió de les queixes/suggeriments(E3.24) la Facultat compta amb un procés estratègic propi no implementat en l'actualitat. El motiu d'aquesta no implantació és que actualment existeix una comissió a la universitat encarregada de formular una proposta conjunta que començarà a funcionar en el curs 2017/18. En aquest moment la universitat disposa d'un portal web (E3.25) i d'un formulari web (E3.26) a disposició de tota la comunitat on es gestionen tot tipus de queixes i suggeriments, malauradament l'ús d'aquesta eina no té resultats referents a la nostra Facultat. Actualment a la Facultat mitjançant la seva gestió acadèmica porta un control estadístic d'algun dels processos de reclamació dels estudiants com són les sol·licituds i resolucions de les revisions extraordinàries. (E3.27 -quadre)

3.3.3. El SGIQ implementat es revisa periòdicament i genera un pla de millora que s'utilitza

El SGIQ del centre disposa del procés estratègic "PE2-Definició, desplegament i seguiment" que recull la sistemàtica de revisió i actualització indicant qui són els responsables de realitzar aquesta tasca.

La implantació del SGIQ de la Facultat s'ha realitzat seguint l'esquema següent:

- Redacció del Manual del SGIQ de la Facultat
- Processos:
 - **Processos transversals a la UAB:** aquells processos que s'apliquen de forma subsidiària a la Facultat. La participació a nivell de centre es limita, tal com consta al Manual del SGIQ de la Facultat, a la possible detecció de necessitats i el seu trasllat a l'equip de govern.
 - **Processos del marc VSMA (PE3, PC7, PC8A i PE6):** processos transversals a la UAB que s'apliquen de forma subsidiària a la Facultat on s'ha incorporat un annex que descriu els òrgans que participen en aquests processos a nivell de centre.
 - **Processos completament adaptats al centre:** processos amb alt contingut de l'àmbit acadèmic, gran impacte en els programes formatius i un alt grau de participació a nivell de centre.
 - PE1: Definició de la política i objectius de qualitat
 - PE2: Definició, desplegament i seguiment del sistema de Garantia interna de Qualitat
 - PE3: Creació i Disseny de noves titulacions. Mapa de titulacions.
 - PC2: Planificació de les assignatures. Guies docents.

PC3: Gestió de les pràctiques externes i els treballs de finals d'estudis.
PC4: Orientació a l'estudiant.
PC5: Avaluació de l'estudiant.
PC6 Gestió de la mobilitat dels estudiants.
PC7: Seguiment, avaluació i millora de les titulacions.
PC8: Modificació i extinció de títols
PC9: Gestor Documental
PS3: Gestió de recursos materials i serveis
PS5: Gestió de queixes i suggeriments

La Facultat valora positivament la implementació del SGIQ en el centre perquè ha facilitat la sistematització dels processos ja utilitzats prèviament. Aquesta implantació s'ha realitzat tant per l'adaptació dels processos marc de la universitat com per la revisió dels processos existents. La qual cosa ha conduït a la detecció de bones pràctiques i d'àrees de millora que s'han incorporat al SGIQ actual de la Facultat.

En l'[informe de seguiment](#) del centre del curs 15/16 l'Equip de Deganat es va proposar com a millora revisar i actualitzar el SGIQ de la Facultat. Finalment s'ha decidit ajornar aquesta revisió del SGIQ fins al segon semestre del curs 2017/18.

Per altra banda, el SGIQ marc de la UAB també ha iniciat el procés de revisió amb l'actualització del Manual del SGIQ i d'alguns dels seus processos:

- Modificació del processos PE3-Verificació de titulacions de grau i de màster universitari, PC7-Seguimiento, avaluació i millora de les titulacions, PC2-Elaboració de les guies docents i PS9-Evaluación de la activitat docent del professorat.
- Incorporació del procés, inicialment no contemplat en el SGIQ, PE6-Acreditació de titulacions de grau i màster universitari.
- Desdoblament del PC8 en dos i modificació dels mateixos: PC8A-Modificació de titulacions de grau i màster universitari, y PC8B-Extinció de titulacions de grau i de màster universitari.
- Adaptació del model comú per atots els centres d'informe de seguiment per alinear-ho amb els estàndards del procés d'acreditació, como a conseqüència de la renovació per part d'AQU de la Guia per al seguiment de les titulacions oficials de grau i màster universitari (novembre de 2014).
- Adaptació del model comú per a tots els centre d'autoinforme d'acreditació, com a conseqüència de la renovació per part d'AQU de la Guia per a l'acreditació de titulacions oficials de grau i màster (març de 2016).
- Incorporació de noves informacions i indicadors, tant d'àmbit públic al web de la universitat com amb l'àmbit restringit mitjançant la intranet.

Tal com recull el propi SGIQ, totes les modificacions de processos han estat aprovades pel Comitè de Direcció de la Universitat.

Les noves versions actualitzades dels processos es poden trobar a l'[espai de qualitat docent del web](#)(E3.28) de la universitat.

La valoració que fa el CAI d'aquest estàndard és que s'assoleix en tots els aspectes relacionats amb el compliment del SGIQ i la seva implantació a la Facultat.

3.4. Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu

“El professorat que imparteix docència a les titulacions del centre és suficient i adequat, d'acord amb les característiques de les titulacions i el nombre d'estudiants”

3.4.1. El professorat reuneix els requisits del nivell de qualificació acadèmica exigits per les titulacions del centre i té suficient i valorada experiència docent, investigadora i, si escau, professional.

El professorat que imparteix docència en el Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques i que actualment està en procés d'acreditació té la formació, capacitat i experiència docent suficient per impartir docència de qualitat. La Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB encarrega la major part de la docència del Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques al Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual, en tant que aglutina el professorat amb una trajectòria docent i investigadora més àmplia i clarament vinculada als continguts que es deriven del Pla d'Estudis verificat. Així, aquest departament imparteix el 80% dels continguts. Per altra banda, també és significativa la participació del Departament d'Empresa de la Facultat d'Economia i Empresa de la UAB amb un 20% d'impartició de la docència i responsable del desenvolupament del mòdul 6 (*Màrqueting Emergent*). Aquesta proporció s'ha mantingut des de la implementació del màster en el curs 2014/2015 i respon a l'objectiu de garantir la màxima qualitat, tot seleccionant el professorat més adient per impartir els diferents mòduls. De fet, al llarg d'aquests tres anys de recorregut, el màster ha comptat amb quatre docents adscrits al Departament d'Empresa de la UAB, tres a l'àrea de Comercialització i d'Investigació de Mercats i un a la d'Organització d'Empreses. La resta (18 professors el cursos 2014/15 i 2015/16 i 19 el curs 2016/17) han estat docents del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual (tots de l'àrea de Comunicació Audiovisual i Publicitat, excepte un de l'àrea de Psicologia Bàsica).

Taula 4.1. Professorat per categoria i segons doctorat

	Permanents 1	Permanents 2	Lectors	Associats	Altres	Total	% professorat acreditat ANECA/AQU)
Curs 2016/17							
Doctors	7	0	1	3	0	11	73%
No doctors	 	0	 	12	0	12	0%
Curs 2015/16							
Doctors	7	0	 	2	1	10	70%
No doctors	 	0	 	12	0	12	0%
Curs 2014/2015							
Doctors	7	0	1	2	1	11	73%
No doctors	 	10	 	 	0	11	0%

Dels 23 professors UAB que participen en el màster en el curs 2016/17 (E4.1), onze (48%) són doctors, el 73% dels quals estan acreditats per Aneca o AQU. En el moment de redactar aquest autoinforme dos dels dotze professors restants -no doctors- estaven matriculats en el programa de doctorat en Comunicació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques, la qual cosa derivarà

en una futur en l'increment del percentatge de professorat doctor. No obstant, si s'analitzen les dades corresponents a les hores HIDA, a les que es fa referència més endavant, es compleix amb la normativa, ja que en totes les edicions desenvolupades fins ara sempre han estat igual o superior al 70% .

Pel que fa referència a l'estructura del professorat, la taula 4.2 mostra la distribució dels docents per categories. El nombre de PDI de la categoria d'associat és força superior a la resta, tot i que, del total de professors que pertanyen a aquesta categoria tres estan en possessió del títol de doctor.

Taula 4.2. Estructura del professorat UAB implicat en la docència del Màster. Curs 2016/17

Categoria	nombre
Catedràtic	1
Titular d'Universitat	6
Lector	1
Associat	15

El professorat esmentat fins ara és l'encarregat d'impartir la pràctica totalitat dels continguts del màster. No obstant, hi ha un número d'hores de docència presencial, en concret 24 hores, que estan reservades a professionals externs de reconegut prestigi i amb una dilatada experiència en els camps més directament relacionats amb la comunicació comercial i la planificació estratègica (E4.2- currículums conferenciantes). El màster, com ja s'ha posat de manifest, té una important vessant professionalitzadora, la qual cosa justifica que, amb independència del professorat associat involucrat que forma part de la plantilla de la UAB, diversos professionals de prestigi imparteixin conferències i proposin activitats a l'aula – especialment resolució de problemes- contribuint així a apropar els estudiants a la realitat de les organitzacions i a enfortir les relacions universitat-empresa.

Si es fa una anàlisi qualitativa de la plantilla pròpia, s'observa que, en conjunt, el professorat té una dilatada experiència docent, investigadora i, en aquest cas, també professional, en tant que els associats presenten, com evidencien els seus currículums (E4.3), una trajectòria de primer nivell, estretament vinculada als objectius formatius del programa. Pel que fa a la resta del PDI, tres dels professors disposen de tres sexennis de recerca, mentre que un en té dos i els altres tres un sexenni. En total, catorze trams de recerca, tots ells vius. Quant a quinquennis docents, el professorat en disposició de tenir-los en funció de la seva situació contractual, acumula 39. Tant en el cas dels trams de recerca com els de docència cal afegir els de caire autonòmic, amb la qual cosa pràcticament es doblarien les xifres indicades.

Els currículums del PDI permanent –catedràtic i titulars d'universitat- i del professorat lector (E4.4.) indiquen una producció científica destacable, amb publicacions d'articles en revistes indexades en JCR, Scopus i altres bases nacionals i internacionals significatives, així com de llibres i capítols de llibre en editorials de prestigi. La major part d'aquestes publicacions es deriven de les activitats de recerca regulars que desenvolupen els grups als que, a més de ser coordinats per professors del màster, pertany bona part de la resta del PDI implicat en aquests estudis: el Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica (SGR2009-0454 i SGR2014-0283, consolidat); el Grup Laicom (Laboratori d'Anàlisi Instrumental de la Comunicació- SGR2014-600, consolidat); i el Grup de Recerca en Psicologia i Comunicació Publicitària. A més de les publicacions, les aportacions a Congressos nacionals i internacionals són igualment notables en diferents modalitats, des de la presentació de comunicacions amb "peer-review", fins a la impartició de conferències invitades, la participació com a membres de comitès, especialment científics, i, fins i tot, la direcció. A destacar, també, que els professors del Màster en Planificació

Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques han dirigit fins el moment un total de 47 tesis doctorals, de les quals 17 han estat defensades en els últims cinc anys.

El currículums dels professors que imparteixen docència en el màster estan publicats a la web del màster (E4.5) i són públics. No obstant, a diferència dels que en aquest apartat es mostren com a evidència referenciada com a E4.4, els que es poden consultar a la web són currículums resumits, que recullen els aspectes essencials de la trajectòria docent i investigadora d'aquest PDI.

Finalment, cal indicar que en els darrers anys quatre professors del màster han estat investigadors principals de diferents projectes I+D, així com de diversos contractes de recerca. La resta de professors permanents, inclosos alguns associats, també han formen part en molts casos d'equips de recerca i/o de treball (E4.6). A més dels projectes portats a terme fins ara, una part del professorat s'ha implicat en altres que estan a l'espera de resolució ministerial. Destaquen, en aquest sentit, el projecte "*Protocolo para la mediación y evaluación de valores en contenidos audiovisuales*" i el projecte "*La reputación de los medios de comunicación en España y en la Unión Europea (2018-2021). Media Reputation La*".

A partir de les dades expressades fins ara, es pot afirmar, a tall de conclusió, que el professorat involucrat en el Màster Universitari en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques de la UAB presenta un perfil molt adequat, amb unes trajectòries docents i investigadores àmpliament reconegudes i contrastades. A més, tots els associats que hi participen destaquen per la seva valorada experiència professional en empreses i institucions de primer nivell. És evident que aquesta confluència s'erigeix com a un dels eixos principals que asseguren la qualitat d'aquests estudis.

3.4.2. El professorat del centre és suficient i disposa de la dedicació adequada per desenvolupar les seves funcions i atendre els estudiants.

L'assignació de la docència s'ha fet en tot moment tenint en compte el perfil de professor/a que més s'ajusta als objectius de cadascun dels mòduls. Tal i com es pot observar en la taula 4.3, els mòduls que s'engloben majoritàriament dins la dimensió professionalitzadora de la titulació estan i han estat impartits per associats especialistes en cadascuna de les matèries a desenvolupar.

De la mateixa manera, els aspectes més directament relacionats amb la vessant investigadora, especialment el mòdul 3 i el TFM han estat impartits per professorat amb experiència contrastada en la recerca universitària.

Els criteris que han imperat en el moment d'assignar professorat a cada mòdul han estat els següents:

Pel que fa a l'1 (La planificació estratègica i el planner), el 4 (La planificació estratègica digital), i el 5 (Comunicació comercial), en tractar-se d'uns aspectes bàsicament professionalitzadors la docència d'aquests mòduls ha estat assignada, des de la primera edició del màster, a professorat associat del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual que en les seves empreses desenvolupi de manera habitual i reconeguda tasques directament relacionades amb aquests continguts i amb els seus objectius formatius.

Mòdul 2: "El nou consumidor". Encara que coordinat per la Dra. Elena Añaños, professora titular del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual, aquest mòdul també és majoritàriament impartit per professorat associat, a excepció d'una part (4 hores)

dedicada al so com a element estratègic de comunicació publicitària i de relacions públiques que és impartida pel Dr. Juan José Perona, professor titular del mencionat Departament.

Mòdul 3: “Metodologies i eines de recerca”: La seva orientació es netament acadèmica i d’investigació, per la qual cosa els seus continguts són impartits per docents amb una llarga trajectòria universitària i especialitzats, precisament, en metodologies de recerca dins el camp de la Comunicació, la Publicitat i les Relacions Públiques. Aquest fet explica que, en aquest cas, gairebé el 92% de les hores de docència siguin assignades a professors doctors, com ara els titulars Elena Añaños i Àngel Rodríguez . Encara que en menor mesura (8% de les hores), també participen els professors associats Samanta Júdez (directora general de DDB España) i Miquel Capmany (director de Comunicació i Màrqueting de Nestlé España , ja que les empreses en les que ambdós treballen desenvolupen habitualment tasques de recerca significatives relacionades amb la comunicació publicitària.

Mòdul 6: “Màrqueting emergent”. És impartit per docents adscrits al Departament d’Economia i Empresa de la UAB. Des de la coordinació del màster sempre s’ha vetllat per comptar amb el perfil de professorat més adequat pel desenvolupament de cada bloc. Això explica que, donades les seves característiques, aquest mòdul s’hagi encarregat des de la primera edició del màster a professionals i acadèmics experts en Màrqueting.

Mòdul 7: “Treball de Fi de Màster”. Com s’indica en l’autoinforme, el professorat responsable de la supervisió i de l’avaluació dels Treballs de Fi de Màster està, en tots els casos, en possessió del títol de doctor i, donades les seves característiques, és una tasca reservada als docents amb una marcada trajectòria docent i de recerca. Aquests han estat, per tant, els dos criteris determinants alhora d’assignar els docents d’aquest mòdul.

Taula 4.3. Desplegament del pla d’estudis. Curs 2016/17

PROFESSOR/A	CATEGORIA / ÀREA DE CONEIXEMENT	DOCTOR/A	MODUL	NOM DEL MÒDUL
Campmany Muñoz, Miquel	Associat/CAP	NO	1	La planificació estratègica i el "planner"
Sánchez Sancho, Angel	Associat/CAP	NO		
Añaños Carrasco, Maria Elena	Titular/PB	SI	2	El nou consumidor
Casas Esterich, Luis	Associat/CAP	NO		
Furst Butller, Philipp	Associat/CAP	NO		
Morato Bullido, Jordi	Associat/CAP	NO		
Navalles Villar, Pedro	Associat/CAP	SI		
Perona Paez, Juan Jose	Titular/CAP	SI		
Añaños Carrasco, Maria Elena	Titular/CAP	SI	3	Metodologies i eines de recerca
Campmany Muñoz, Miquel	Associat/CAP	NO		
Judez Fuentes, Samanta	Associat/CAP	NO		
Rodriguez Bravo, Angel	Titular/CAP	SI		
Astals Seres, Anna	Associat/CAP	NO	4	La planificació estratègica digital
Danes Vilallonga, Aranzazu	Associat/CAP	NO		
Enrique Jiménez, Ana María	Posdoc/CAP	SI		
Valli Casado, Ana Beatriz	Associat/CAP	NO		
Astals Seres, Anna	Associat/CAP	NO	5	Comunicació comercial

Valli Casado, Ana Beatriz	Associat/CAP	NO		
Bornao Barcelo, Enrica Mercè	Associat/CIM	NO	6	Màrqueting emergent
Gamundi Ballbé, Jordi	Associat/CIM	NO		
Guerrero Gonzalez, Montserrat	Associat/CIM	NO		
Obis Artal, Maria Teresa	Titular/OE	SI		
Añaños Carrasco, María Elena	Titular/PB	SI	TFM	Treball de fi de màster
Balsebre Torroja, Armand	Catedràtic/CAP	SI		
Barbeito Veloso, Mariluz	Lector/CAP	SI		
Castellblanque Ramiro, Mariano	Associat/CAP	SI		
Lopes da Silva, Elaine	Associat/CAP	SI		
Lorite García, Nicolás	Titular/CAP	SI		
Montoya Vilar, Norminanda	Titular/CAP	SI		
Perona Páez, Juan José	Titular/CAP	SI		
Rodríguez Bravo, Ángel	Titular/CAP	SI		

CAP: Àrea de Comunicació Audiovisual i Publicitat

PB: Àrea de Psicologia Bàsica

CIM: Àrea de Comercialització i d'Investigació de Mercats

OE: Àrea de Organització d'Empreses

Pel que fa a la distribució de la docència relacionades amb les hores impartides segons la categoria del professorat (HIDA), els diferents cursos analitzats evidencien com les hores impartides corresponents a doctors han estat sempre majoritàries, amb percentatges mai inferiors al 70% (taula 4.4). De la mateixa manera, d'entre el conjunt d'aquestes hores impartides per doctors, també més del 70% ho han estat impartides per professors amb trams de recerca vius (taula 4.5).

Taula 4.4. Hores impartides de docència (HIDA) segons categoria de professorat i doctorat

	Permanents	Lectors	Associats	Altres	Total
Curs 2016/17					
Doctors	437	88	57	0	581
No doctors			240	0	240
Curs 2015/16					
Doctors	420	76	0	70	566
No doctors			246	0	246
Curs 2014/2015*					
Doctors	569	85	113	8	774
No doctors			207	0	207

Amb independència de la distribució per hores doctors/no doctors, aquesta taula mostra una reducció de les hores impartides els cursos 2016/2017 i 2015/2016 respecte les del primer curs en què es van posar en marxa aquests estudis (2014/15). Aquesta reducció s'explica pel fet que a partir de la segona edició del màster, i amb l'objectiu de reforçar la vessant professionalitzadora que el caracteritza, hi ha un número d'hores de docència presencial -en concret 24- que, com ja s'avançava en un altre moment d'aquest informe, estan reservades a

professionals externs de reconegut prestigi i amb una dilatada experiència en els camps més directament relacionats amb la comunicació comercial i la planificació estratègica.

L'altre motiu de reducció d'hores HIDA ha estat que en la primera edició es va produir un desdoblament en dos grups del mòdul 6 amb el màster de Marqueting de la Facultat d'Economia i Empresa.

Taula 4.5. Percentatge d'hores impartides de docència (HIDA) segons trams

	Tram de recerca				Tram de docència			
	Sense tram	Tram no viu	Tram viu	Total	Sense tram	Tram no viu	Tram viu	Total
<i>Curs 2015/16</i>								
Màster	29,0%	20,0%	51,0%	100,00%	0	0	100,00%	100,00%
<i>Curs 2014/2015</i>								
Màster	31,50%	16,80%	51,60%	99,90%	0	0	100,00%	100,00%

Pel que fa a les característiques del professorat encarregat d'impartir la docència dels mòduls seleccionats, s'observa una clara adequació dels perfils als objectius formatius de cadascun d'ells. Així, el professorat responsable de la supervisió i de l'avaluació dels Treballs de Fi de Màster està, en tots els casos, en possessió del títol de doctor i, donades les seves característiques, és una tasca reservada als docents amb una marcada trajectòria docent i de recerca. De fet, en el desplegament del mòdul corresponent, anomenat *Treball de Fi de Màster*, els cursos 2016/2017 van participar 9 professors, entre els que es troben cinc titulars d'universitat adscrits al Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual, un catedràtic, un lector Serra Húnter i dos professors associats amb el títol de doctor.

Respecte al mòdul 1 – *La Planificació Estratègica i el "Planner"*- té un marcat caràcter professionalitzador, a més de ser el bloc que fixa les bases sobre les que es desenvoluparan la resta de continguts. Donades les seves peculiaritats, des del primer moment, la coordinació del màster ha considerat la necessitat de ser impartit per professionals de primer ordre, autèntics "planners", i és aquesta la raó per la que, com es pot comprovar a la taula 4.7, el 100% de la seva docència recau en associats de reconegut prestigi dins l'àmbit del programa de formatiu, com ara són els professors Miquel Campmany i Àngel Sánchez. En aquest mòdul també intervenen com a conferenciants Gem Romero, Iolanda Casala i Víctor G. De Tena

En el mòdul 3 – *Metodologies i Eines de Recerca*-, la seva orientació és bàsicament acadèmica i d'investigació, per la qual cosa, i a diferència del bloc anterior, els seus continguts són impartits per docents amb una llarga trajectòria universitària i especialitzats, precisament, en metodologies de recerca dins el camp de la Comunicació, la Publicitat i les Relacions Públiques. Aquest fet explica que, en aquest cas, gairebé el 92% de les hores de docència siguin assignades a professors doctors, com ara els titulars Elena Añaños i Àngel Rodríguez. També hi participen, en un percentatge del 8% de les hores impartides, els associats Miquel Campmany i Samanta Júdez, els quals desenvolupen aspectes relatius a les tasques de recerca que, dins el marc de la Publicitat i les Relacions Públiques, es fa en les empreses en les quals treballen habitualment i que podem consultar en el seu currículum. En aquest mòdul també intervenen com a conferenciants les professionals Pilar Pérez, Ileana del Río i Eva València.

Taula 4.6. Percentatge d'hores impartides de docència (HIDA) segons tipologia del professorat a les assignatures seleccionades (dades corresponents al curs 15/16)

Fitxa per titulació	Denominació mòdul	ECTS TE+pràctica	Departament/ àrea assignada	Alumnes curs n	Nombre grups TE+pràctica curs n
Modul 1	La Planificació Estratègica i el "Planner"	9	Publicom*	39	1
Mòdul 3	Metodologies i Eines de Recerca	9	Publicom	40	1
Mòdul 6	Treball de Fi de Màster	10	Publicom	40	1

Fitxa per titulació	Permanents 1	Permanents 2	Lectors	Associats doctors	Associats no doctors	Altres	Total
Modul 1	0	0	0	0	100	0	100
Mòdul 3	91,7	0	0	8,3	0	0	100
TFG/TFM	68,8	0	0	12,5	6,3	12,5	100

*Publicom: Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual. Àrea de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

El desplegament explicat, juntament amb la qualificació acadèmica abans constatada, evidencien el potencial de la Institució per impartir el màster que es sotmet a acreditació, així com la suficiència del conjunt del professorat implicat per donar resposta no només al desenvolupament dels diferents continguts, sinó també les necessitats dels estudiants matriculats en el programa formatiu. De fet, la ràtio professor/alumne (taula 4.8) està en torn a un 7,5, ja que si bé en el curs 15/16 aquesta va augmentar degut a que finalment es van matricular un total de 40 estudiants, el curs 16/17 aquesta xifra es va normalitzar, situant-se als nivells del 14/15, amb 36 estudiants matriculats.

Taula 4.7. Relació estudiants ETC per PDI ETC (equivalent a temps complet)

	Curs 2014/15	Curs 2015/16	Curs 2016/17
Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i RR.PP.	7,6	10,8	10,7

Un estudiant ETC correspon a una matrícula de 60 ECTS, i es considera PDI ETC qui imparteix 240 hores de docència en aula.

La satisfacció dels estudiants amb l'actuació docent del professorat implicat en el màster és força satisfactòria, ja que, tal i com s'ha posat de relleu en l'estandard 3 d'aquest autoinforme, la qualificació global atorgada al programa formatiu és d'un 7,8. Quant als mòduls seleccionats (taula 4.9), el grau de satisfacció assolix gairebé la qualificació de 9 en el cas de *La Planificació Estratègica i el "Planner"*, tant el curs 2015/16 com el curs 2016/17. Pel que fa al mòdul 3- *Metodologies i Eines de Recerca*, els alumnes també fan una valoració altament favorable, ja que li atorguen un 8,3 el curs 2015/16 i un 8,1 el curs 16/17. Finalment, en cas del *Treball de Fi de Màster*, la qualificació és molt alta en el primer d'aquests cursos (amb un 9,1 de promig), encara que baixa notablement el curs 16/17 (7,1). Aquesta baixada es pot deure al fet que el curs 16/17 l'enquesta es va passar quan ja havien estat avaluats els TFM i els estudiants coneixien la nota.

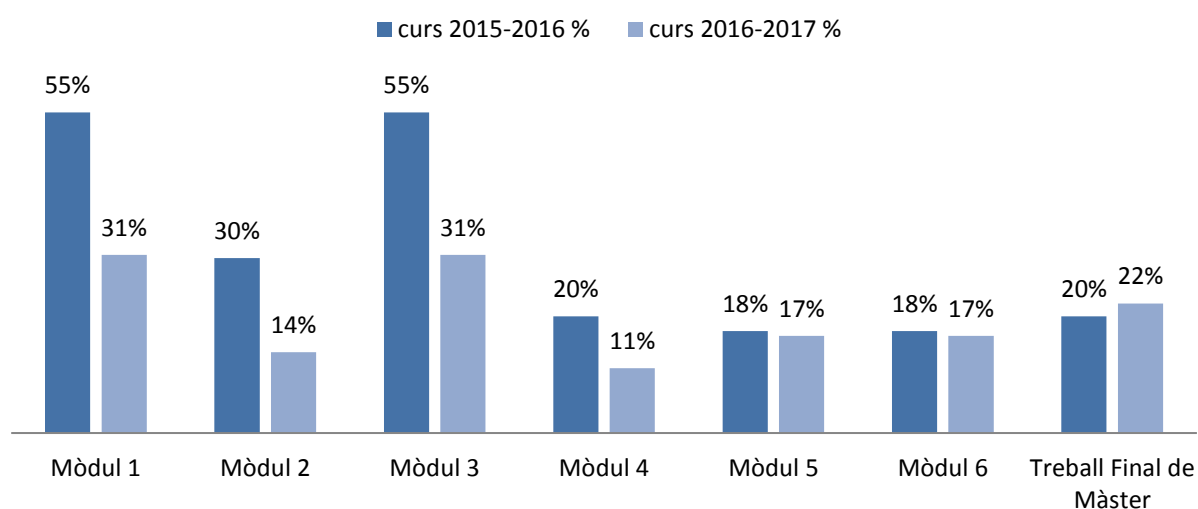
Taula 4.8. Valoració de l'actuació docent en els mòduls seleccionats (promig sobre 10)

	Curs 2015/16	Curs 2016/17
	Promig	Promig
Mòdul 1: La Planificació Estratègica i el 'Planner'	8,7	8,7
Mòdul 3: Metodologies i Eines de Recerca	8,3	8,1
Treball de Fi de Màster	9,1	7,1

Aquestes xifres reflecteixen com *La Planificació Estratègica i el "Planner"* és, d'entre els mòduls seleccionats, el millor valorat, possiblement pel fet que, com ja s'ha dit, sigui clarament professionalitzador i estigui impartit en la seva totalitat per professionals en actiu de reconegut prestigi.

Pel que fa a la participació en les enquestes sobre l'actuació docent en els mòduls seleccionats s'observa un comportament idèntic durant els cursos 2015/16 i 2016/17, essent els mòduls 1 i 3 on hi ha més participació. Cal destacar que, malgrat la insistència per part de la coordinació en la importància que les enquestes siguin contestades, es detecta una baixada en el nombre de respostes en el curs 2016/17. De la mateixa forma, també es veu que conforme avança el curs, la participació minva, possiblement pel cansament que provoca respondre a un considerable número de qüestionaris i, també, perquè, en tant que cada mòdul s'avalua un cop finalitzat, no és fàcil recordar l'actuació de tot el professorat implicat. Aquesta circumstància posa clarament de relleu la necessitat d'implantar, com s'avançava a l'estandard 3 d'aquest autoinforme, propostes de millora encaminades a afavorir la participació i comptar, així, amb dades més significatives.

Gràfic 4.1. Evolució de la participació dels alumnes en les enquestes sobre l'actuació docent a tots els mòduls del Màster. Dades en %



3.4.3. La institució ofereix suport i oportunitats per a millorar la qualitat de l'activitat docent i investigadora del professorat.

Des de la **Unitat de Formació i Innovació** de l'Oficina de Qualitat Docent (OQD) s'impulsen i es vertebren diverses iniciatives d'optimització de la docència i s'aporten noves propostes de suport, innovació i formació continuada.

PLA DE FORMACIÓ DOCENT

El Pla de Formació Docent (PFD) té com objectiu oferir al professorat de la UAB diverses eines i recursos que els ajudin a implementar iniciatives d'innovació i de millora de la qualitat de l'activitat docent dins el marc europeu de convergència universitària. Les tipologies formatives que s'inclouen al PFD són: formació per novells, formació permanent, formació a mida, formació específica per coordinadors i jornades temàtiques.

A través del PFD es pretén potenciar l'intercanvi i la difusió d'experiències de bones pràctiques dutes a terme pels docents a més a més de:

1. Reflexionar sobre la formació per competències i aprendre a dissenyar les assignatures utilitzant estratègies d'ensenyament-aprenentatge i sistemes d'avaluació que responguin a les exigències d'aquest model de formació.
2. Reflexionar sobre el paper de les metodologies actives i conèixer com seleccionar i posar en pràctica el ventall d'estratègies d'ensenyament-aprenentatge d'acord amb els objectius de l'assignatura.
3. Aportar recursos per a la utilització de les TIC's com a eines de suport a la docència.
4. Compartir entre el professorat les experiències de la implementació de les noves titulacions de grau i màster amb l'objectiu de la millora constant.
 - **Formació per a novells:** El programa de Formació Docent en Educació Superior (FDES) està adreçat, preferentment, al professorat novell que porta menys de 5 anys realitzant docència a la UAB. El programa FDES té com a finalitat potenciar les competències docents bàsiques del professorat universitari que fan referència a la planificació del procés d'ensenyament-aprenentatge, la utilització d'estratègies i recursos didàctics i el sistema d'avaluació dels estudiants.
 - **Formació permanent:** està orientada a tot el professorat amb l'objectiu d'aportar recursos i eines pràctiques de suport a la funció docent relacionades amb els sistemes d'avaluació, la comunicació, la planificació docent i el desenvolupament de les competències personals.
 - **Formació a mida: poden accedir a aquesta formació** tots els departaments i facultats de la UAB, així com els centres adscrits. D'acord amb les característiques i necessitats específiques de les titulacions, i/o dels departaments o facultats, des de la Unitat s'organitzen plans de formació i d'assessorament a mida per al professorat. La seva durada i els seus continguts es programen a partir de les demandes de qui ho sol·licita.
 - **Formació específica per coordinadors:** aquesta formació consta de diferents mòduls formatius centrats en els aspectes relacionats amb les responsabilitats i funcions de les coordinacions de titulació en el marc VSMA, amb les eines per facilitar la recollida de dades i els indicadors per al seguiment i l'acreditació, etc.
 - **Jornades temàtiques: periòdicament** es realitzen jornades dedicades a qüestions relacionades amb la innovació docent i la millora de la qualitat dels processos d'ensenyament-aprenentatge. A l'enllaç es poden consultar les previstes i les realitzades.
 - **Resum d'activitats, participants i grau de satisfacció any**

Es percep una evolució positiva respecte al professorat de la Facultat participant en aquest tipus de formació. Hem passat de tenir una participació de 27 professors en l'any 2015 (E4.9) a tenir-

ne 46 en l'any 2016(E4.9B), el que representa un increment en la participació del 70% en números totals. També observem que el nombre de participants permanents és molt superior al de participants novells. Cal que des dels departaments de la Facultat com des de l'Equip de Deganat es motivi al professorat a seguir aquests cursos independentment de la categoria laboral del professorat.

Taula 4.9 Participants pla de formació docent UAB per any

	Participants		
	Permanents	Novell	Total
2015	18	9	27
2016	35	11	46

Des de la implantació del Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques, en aquests programes de formació organitzats per la Universitat Autònoma de Barcelona han participat part dels seus professors. En aquest sentit, destaquen, per exemple, la participació de dos en l'activitat "Aprèn a autoavauar la teva tasca docent" (E4.10) desenvolupada durant el curs 2015/16, així com d'una altra docent en diferents cursos (E4.11 i E4.12), com ara " Direcció TFG / TFM en empenedoria en TIC" (juny de 2016); "Taller d'empenedoria" (juliol de 2015) i Introducció a les aules Moddle" (maig de 2017).

PLA DE SUPORT A LA INNOVACIÓ DOCENT

- **Projectes de suport a la innovació docent:** amb aquesta convocatòria anual es pretén fomentar la qualitat i la innovació en la docència, finançant projectes que tinguin per objecte la millora dels processos d'ensenyament-aprenentatge, l'avaluació dels estudiants, l'adequació dels ensenyaments a entorns combinats (presencial-virtual), etc. La Facultat de Ciències de la Comunicació en la convocatòria 2016 va participar en dos projectes: La professora Àngels Jiménez López amb el projecte "*Proposta d'innovació docent per a la millora de la formació de competències informacionals, en assignatures de Documentació. Ciències de la Comunicació*" i el professor Ludovico Longhi amb el projecte "*Avaluació centrada en els estudiants Ciències de la Comunicació*".
- **Grups d'innovació docent:** els grups d'innovació docent, finançats des de la Unitat de Formació i Innovació Docent, tenen per objectiu mantenir de manera activa la investigació i transferència en matèria d'innovació docent en l'Educació Superior. Aquests grups són la base per incentivar la realització de nous projectes d'innovació i la creació d'espais de reflexió sobre els temes més actuals en aquesta àrea.
- **Grups de millora de les titulacions:** els grups de millora de les titulacions tenen per objectiu donar resposta a les necessitats pròpies de la titulació i incorporar nous mètodes docents per tal de millorar la qualitat del procés d'ensenyament-aprenentatge. Aquests grups tenen el reconeixement i el suport econòmic de la Unitat de Formació i Innovació Docent.
- **Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació (CIDUI):** la UAB participa activament en l'organització del CIDUI formant part del comitè executiu i organitzador i

donant suport als docents que participen en aquest ja sigui amb comunicacions o formant part del comitè científic.

SUPORT A LA DOCÈNCIA

- **Recull d'experiències aplicades a la docència:** una de les tasques que es fan des de la Unitat de Formació i Innovació Docent és l'assessorament, el seguiment i la publicació d'experiències docents innovadores. En general són experiències que inclouen accions que s'emmarquen en l'adaptació de les matèries a l'EEES.
- **EINES:** La col·lecció Eines d'Innovació Docent en Educació Superior té com a objectiu posar a disposició de la comunitat universitària un conjunt d'eines que poden servir d'orientació i de guia en la seva tasca docent.
- **Recursos docents:** des de l'Oficina de Qualitat Docent es posa a l'abast i es fa difusió dels serveis relacionats amb projectes de millora de la docència que la UAB disposa i del que poden fer ús els docents.

COL·LABORACIONS:

- **GIFD (Grup Interuniversitari de Formació Docent):** Grup de treball format per tots els ICE i unitats de formació de les universitats públiques catalanes. L'objectiu del grup es contribuir a una formació de qualitat del professorat universitari per millorar les seves competències docents. El grup ha obtingut diversos ajuts (MECD AQU RED-U...).
- **Portal "Bones pràctiques docents":** Projecte de col·laboració interuniversitari entre l'ICE de la UB i la Unitat de Formació de la UAB per a la millora de la qualitat docent. El portal vol ser un punt de trobada del professorat universitari, per compartir i donar a conèixer bones pràctiques docents que facilitin el desenvolupament d'activitats d'ensenyament i aprenentatge en contextos concrets.
- **Red Estatal de Docència Universitària:** organització sense ànim de lucre que pretén ser un lloc de trobada, reflexió i aprenentatge entorn de la qualitat de la docència universitària. La Xarxa és una associació integrada a l'*International Consortium of Educational Development* (ICED), organització que engloba diferents xarxes de prop de 30 països dels cinc continents.
- **Red Institucional de Formación del Profesorado (REDIFOP):** Xarxa d'ICEs, Centres i Unitats de Formació del Professorat Universitari de les universitats espanyoles públiques i privades, que té per objectiu treballar amb un model conjunt de formació del professorat universitari i l'acreditació de la formació.

Des del curs 2016/17, el Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual posa a l'abast del seu professorat una convocatòria interna d'ajuts al recolzament de la docència, amb l'objectiu, entre d'altres, de potenciar la participació en activitats relacionades amb la innovació. Entre aquests ajuts, es troben, per exemple, la subvenció d'inscripcions a congressos sobre innovació docent (tipus CIDUI), d'activitats concretes en el marc d'una assignatura o conjunt d'assignatures, i de projectes molt específics per a la millora de la qualitat docent (E4.15). Fins el moment de redactar aquest informe, el Departament havia concedit 4 ajuts per assistència a Congressos, 1 ajut per a accions complementàries i 7 ajuts a projectes concrets de millora de la qualitat docent.

D'acord amb les característiques i necessitats específiques de les titulacions, i/o dels departaments o facultats, l'OQD organitza plans de formació i d'assessorament a mida per al seu professorat. L'Equip de Deganat de la Facultat, mitjançant el vicedeganat de Docència, Professorat i Estudiants, ha participat en aquest pla a través de dues activitats.

- Curs 2015-16: Curs d'excel avançat (E4.17).
Curs 2016-17: Curs sobre diversitat funcional (E4.18, E4.19) adreçat a docents amb alumnes Piune a classe.

Un cop analitzada la informació suministrada en aquest apartat de l'informe, el CAI considera que el professorat implicat en la docència del Màster Universitari en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques disposa, com evidencien els seus curriculum, d'una qualificació acadèmica molt adequada, així com d'un reconeixement extern rellevant. De la mateixa manera, el conjunt del professorat té una dilatada experiència docent i de recerca, com també professional, que garanteixen una formació de qualitat. En conclusió, el CAI valora que aquest estàndard s'assoleix.

D'altra banda, la Facultat té establerts criteris adequats per a l'assignació de docència, que assegurin en tots els casos el millor professorat. La coordinació del màster ha vetllat sempre per tal que, en aquest sentit, el professorat assignat a cada mòdul tingués el perfil més adequat per impartir els diferents continguts. A més, i com s'ha posat de manifest al llarg d'aquest apartat, el professorat, molt especialment aquell que té un caire més acadèmic, està implicat activament en projectes de recerca reconeguts i ha fet contribucions de recerca rellevants dins de la disciplina del màster.

Els estudiants estan altament satisfets amb la competència docent i l'experiència investigadora i professional del professorat del màster. Així ho demostren els resultats de les enquestes, que atorguen qualificacions destacades a tots els mòduls. De fet, la satisfacció global amb el conjunt dels docents se situa en gairebé un 8 sobre 10.

Pel que fa a l'estructura de la plantilla del professorat i el nombre de professors, es posa clarament de manifest que són molt adients per impartir aquest màster i atendre els estudiants, els qual, a més, semblen estar molt satisfets amb l'atenció del professorat en el seu procés d'aprenentatge.

Destacar, finalment, que, gràcies a les polítiques impulsades per la UAB, la Facultat de Ciències de la Comunicació i el principal departament implicat en aquests estudis (Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual) el professorat disposa d'un notable suport institucional per al desenvolupament de les seves funcions i per a la millora de la qualitat de la seva activitat docent i investigadora.

3.5. Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge

"La institució disposa de serveis d'orientació i recursos adequats i eficaços per a l'aprenentatge dels estudiants"

En l'anterior procés d'acreditació de la Facultat de Ciències de la Comunicació, aquest estàndard va obtenir la valoració de "s'assoleix"

3.5.1. Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral.

La UAB va aprovar el Pla d'Acció Tutorial de la UAB que contempla tant les accions de promoció, orientació i transició a la universitat, com les accions d'assessorament i suport als estudiants de la UAB en els diferents aspectes del seu aprenentatge i el seu desenvolupament professional.

Les accions encaminades a donar el màxim suport a l'estudiant durant la seva estada a la Facultat per a que realitzi amb èxit els seus estudis formen part del procés PC4 d'orientació a l'estudiant del SGIQ (E5.2), dins el qual podem trobar el Pla d'Acció Tutorial de la Facultat. Els coordinadors d'estudis de grau i màster són en tot moment els referents per als estudiants i seran els seus interlocutors dins el procés d'aprenentatge. S'ha decidit posposar l'enquesta prevista per a la valoració del Pla d'Acció Tutorial ja que s'està treballant en una actualització del document que tindrà en compte l'estructura i contingut del Pla d'Acció Tutorial realitzat a la UAB. Aquesta enquesta està previst que es realitzi a mitjans del segon semestre del curs 2017/18. També s'implementarà en les jornades de benvinguda de la Facultat a partir del curs 2018/19.

Taula 5.1. Satisfacció dels titulats amb els sistemes de suport a l'aprenentatge (cursos 2014/15 i 2015/16)

Curs	2014/15		2015/16	
	Valoració Centre	Valoració UAB	Valoració Centre	Valoració UAB
Tutories acadèmiques	2,71	3,02	3,38	3,13
Instal·lacions (aules i espais docents)	2,37	3,40	2,82	3,42
Recursos facilitats biblioteca i suport docència	3,79	3,87	3,97	3,84
Serveis de suport (matriculació, informació...)	2,91	3,09	3,18	3,26

Escala de valoració de 1 a 5

En els resultats de l'enquesta de satisfacció dels titulats amb els sistemes de suport a l'aprenentatge que es realitza anualment, observem que les valoracions realitzades en el centre milloren en tots els indicadors avaluats. (E5.5 - Resultats 14/15 i E5.6 – Resultats 15/16)

En el cas de la valoració dels estudiants de la Facultat respecte les tutories acadèmiques passem d'estar per sota la mitjana UAB ($2,71 < 3,02$) en l'any 2014/15 a estar per sobre d'aquesta mitjana i augmentant molt la valoració ($3,38 > 3,13$), l'esforç de les coordinacions i de l'Equip de Deganat ha donat el seu fruit en aquest índex.

En el cas de les instal·lacions la percepció dels estudiants ha passat de ser en el curs 2014/15 del 2,37 al 2,82 en el curs 2015/16. Tot i la millora està per sota de la valoració global de la UAB. Una de les prioritats de la Facultat ha estat la d'augmentar les inversions destinades als espais de la Facultat i en aquesta línia esperem que els resultats de l'enquesta 2016/17 millorin respecte als cursos anteriors i s'apropin al resultat global obtingut per la UAB.

En el cas dels recursos facilitats pel serveis de biblioteca i de suport a la docència la valoració dels estudiants de la Facultat en els dos cursos avaluats és molt bona ($3,79$ i $3,97$) i es dona el cas que en el curs 2015/16 és lleugerament superior a l'obtinguda globalment per la UAB ($3,97 > 3,84$). Per tant podem concloure que la percepció d'aquest ítem és quasi excel·lent i que és important que es segueixi mantenint aquest resultat.

Finalment i en referència a l'últim indicador, la valoració dels serveis de suport, la Facultat segueix obtenint uns índexs adequats i en progressió positiva. Passem d'una valoració de 2,91 en el curs 2014/15 a una valoració del 3,18 en el 2015/16. En ambdós casos lleugerament inferior

a la mitjana global de la UAB però dins la normalitat.

Taula 5.2. Participació enquesta dels titulats amb els sistemes de suport a l'aprenentatge (cursos 2014/15 i 2015/16)

Curs	2014/15		2015/16	
	Egressats	% respostes	Egressats	% respostes
Grau de Comunicació Audiovisual	71	12,70	74	6,76
Grau de Periodisme	199	10,60	263	8,75
Grau de Publicitat i Relacions Públiques	73	5,50	66	4,55
Màster en Comunicació Audiovisual i Publicitat	34	8,80	-	-
Màster en Mitjans, Comunicació i Cultura	26	3,80	18	16,67
Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	30	3,30	40	2,50
Màster en Recerca en Comunicació i Periodisme	-	-	23	17,39

Respecte a la participació dels egressats de la Facultat en l'enquesta observem la necessitat de seguir treballant conjuntament en el foment de la participació en l'enquesta amb tots els mitjans al nostre abast. Els percentatges de participació són baixos en tots els casos. La participació en l'enquesta és inferior en el curs 2015/16 respecte el curs 2014/15 en tots els graus. En el cas dels màsters l'evolució en la participació és molt positiva en dos dels màsters (Mitjans i Recerca), mentres que empitjora en els altres dos (Comunicació i Planificació).

Per tal d'animar als alumnes a participar en l'enquesta, l'Equip de Deganat ha realitzat un pla d'incentivació a l'alumnat. A tal efecte s'ha coordinat l'estratègia de difusió amb la gestió acadèmica del centre i els coordinadors de grau i màster. Aquesta acció esperem sigui visible en l'enquesta que es farà pública respecte al curs 16/17.

En tot cas, en el curs 15/16 ja s'han percebut resultats positius en l'evolució de les dades de participació en dos dels màsters de la Facultat. Són els màster en Recerca en Comunicació i Periodisme on passem de no tenir participació a tenir una participació del 17,39% i en el Màster en Mitjans Comunicació i Cultura on la participació en l'enquesta passa del 3,8 % al 16,67% gràcies sobretot a l'insistència via difusió que s'ha donat des de la coordinació i l'Equip de Deganat.

Els coordinadors d'estudis juntament amb el vicedegà de Docència, Professorat i estudiants estableixen reunions semestrals ([E5.7](#)) amb els delegats de curs per tal de comentar i resoldre dubtes sobre les seves tasques tal com es proposava com a millora en l'informe de seguiment 2015/16.

Tal com estava previst s'ha simplificat el procés de matrícula al TFG en el curs 2016/17. La millora ha consistit en reduir un dels passos a seguir i es concreta de la següent manera:

- Abans, la matrícula del TFG implicava tres passos: matrícula del TFG com a assignatura, posteriorment selecció del departament i en tercer lloc, tria de tutor.
- Aquests tres passos han esdevingut dos: primerament es matrícula el TFG com a assignatura (juliol) però al setembre ja es tria departament i tutor en un sol pas.

Aquesta simplificació, en l'àmbit de la gestió acadèmica, redueix considerablement terminis i facilita el tancament del procés. La valoració d'aquesta simplificació des del punt de vista de la gestió és positiva tant des de la Gestió Acadèmica com la dels departaments de la Facultat.

Orientació professional

El Programa UAB Emprèn s'ha creat per impulsar les **actituds generadores d'idees i projectes de negoci de tots els membres de la comunitat universitària**.

El Programa comprèn **accions formatives, d'assessorament i d'acompanyament**, així com iniciatives per afavorir l'**intercanvi d'experiències** i conèixer de primera mà les vivències dels qui ja han assolit l'èxit amb la seva idea.

L'experiència i el coneixement dels experts de la Universitat garanteixen una **orientació de qualitat a mida** en tots els aspectes relacionats amb cada projecte.

Xarxa UAB d'emprenedoria

Parc de Recerca UAB: eina de transferència de coneixements i de tecnologia de la Universitat per respondre a les necessitats del personal investigador; dóna suport als emprenedors interessats a crear una empresa basada en la recerca de qualsevol àmbit de coneixement (*spin-off* o empresa de base tecnològica).

Centre d'Iniciatives Emprenedores Universitàries (EUTDH-UAB): centre creat a l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la UAB per fomentar l'esperit emprenedor i la innovació entre els membres de la comunitat universitària, i en particular de l'EUTDH.

TIC Laude: "Plataforma de joves emprenedors universitaris europeus" adreçada a tots els estudiants de qualsevol grau i exalumnes de la UAB; facilita formació gratuïta a tots els emprenedors del Campus que volen posar en marxa una idea creativa.

Treball Campus: servei dedicat a facilitar la inserció professional d'estudiants i titulats de la Universitat al món laboral. Impulsa igualment el desenvolupament d'idees de negoci mitjançant l'acollida i l'assessorament dels emprenedors.

3.5.2. Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants i a les característiques de la titulació

La Facultat de Ciències de la Comunicació disposa d'una sèrie de serveis ([E5.13](#)) que donen resposta als objectius docents i d'investigació plantejats a l'àmbit dels estudis impartits.

En aquest sentit, cadascuna de les aules convencionals, així com els seminaris, estan dotats de tecnologia audiovisual. Les aules informatitzades disposen de l'equipament necessari i software unificat que permet el treball multidisciplinari i polivalent. Les aules d'edició audiovisual i els estudis de ràdio i televisió disposen del sistema Dalet. La Facultat també disposa d'espais equipats per el tractament de la imatge, com els platós de TV i els laboratoris de fotografia. Així mateix, disposa de la plataforma UAB-Mèdia que és la primera experiència multimèdia i interactiva de la UAB, dissenyada per allotjar una TV, una emissora de ràdio i una revista online. D'acord amb la tipologia dels estudis, l'elevat nombre d'activitats pràctiques i el desdoblament de grups que això comporta, els equipaments indicats anteriorment es

converteixen en espais comuns que els graus i màsters oficials impartits a la Facultat comparteixen d'acord amb la seva franja horària.

Durant els cursos 15/16 i 16/17 s'han efectuat les següents actuacions de millora:

CURS 15/16

Renovació de 120 ordinadors per a les aules informatitzades.

Renovació de 17 ordinadors per les aules SIVA

Renovació del mobiliari de l'aula 1 de docència amb la instal·lació d'endolls elèctrics al 50 % dels seients

Renovació de servidors informàtics

Instal·lació d'antenes de TV

Incorporació de càmeres robotitzades i nova megafonia a l'Aula Magna

Canvi d'ordinadors obsolets de control per teleprompters

CURS 16/17

Avançar en l'equipament tecnològic dins del programa d'UAB Campus Media.

Instal·lació de wifi a tots els espais docents de la Facultat i millora wifi biblioteca

Instal·lació de terra de fusta a dos platós de TV.

Renovació dels sintonitzadors de ràdio als tres estudis de ràdio.

Canvi de taula de so del plató de TV 1.

Digitalització de l'estudi de ràdio 1

Reforma dels espais per al nou local dels estudiants

Millora de l'escenografia

Respecte a la creació d'una redacció integrada es preveu la finalització del projecte per al juliol del 2018, actualment estem en la fase d'aprovació del projecte tècnic. La realització de l'obra civil de les instal·lacions està prevista que finalitzi al juliol del 2018.

Sobre la proposta de millora relacionada amb el mobiliari i l'atrezzo no ha estat possible implantar-la ja que actualment no hi ha un espai adequat per emmagatzemar més material. S'està treballant en un protocol de préstec del material actual que es coordinaria des dels laboratoris audiovisuals.

A continuació es detallen els recursos materials i serveis que garanteixen el desenvolupament de les activitats formatives als seus graus i màsters.

Aules de Docència :

La Facultat disposa d'onze aules dotades d'ordinadors connectats a la xarxa per al professorat, canó de projecció, pantalla, wifi i sistema de so. En dues d'aquestes aules hi ha sistema de so home Cinema. Durant el curs 15/16 s'han produït millores consistents en l'electrificació de les taules i el canvi de mobiliari d'una de les aules.

En el edifici J (aulari central) es fa ús de 7 aules dotades d'ordinador connectat a la xarxa per al professorat, canó de projecció, pantalla, wifi i sistema de so.

Seminaris: Es disposa de 5 seminaris dotats d'ordinador connectat a la xarxa per al professorat, canó de projecció, pantalla, wifi i sistema de so.

Aules informatitzades: es disposa de 10 aules amb ordinadors (PC) connectats a la xarxa i el programari necessari per a la docència: 6 aules amb 30 ordinadors cadascuna, 2 aules amb 15 ordinadors cadascuna, 1 aula amb 24 ordinadors i 1 aula amb 21 ordinadors i 7 escàners. En el curs 2016/17 s'ha procedit a la remodelació de dues de les aules incorporant nou cablejat.

Zones d'estudi: 2 zones d'estudi, amb capacitat per a 25 persones cadascuna, habilitades per a l'estudi individual i/o el treball en grup, amb sistema wifi i endolls per a connectar-hi els portàtils dels estudiants.

Equipament específic fixe: 3 platós de TV, 3 estudis de ràdio, 2 estudis de continuïtat, 2 sales de SIVA amb 10 cabines d'edició de vídeo interconnectades, 1 sala d'edició de vídeo amb 4 estacions de treball, 2 redaccions de ràdio amb 20 estacions de treball i 2 platós de fotografia equipats amb il·luminació flash i continua.

Equipament específic UAB-Mèdia: Un Plató TV d'entrevistes, una sala de redacció i una emissora de ràdio, que emet les 24 hores del dia.

Equipament específic portàtil: La Facultat disposa de material audiovisual per al préstec als alumnes per a la realització de les pràctiques docents. Actualment tenim 14 càmeres de vídeo amb els corresponents trípodes i micròfons, 13 càmeres rèflex de fotografia, 15 trípodes, 7 gravadores d'àudio, diversos micròfons de canó, corbata i de mà, 5 torxes de llums i 5 maletes de llums amb tres focus i els corresponents trípodes. Durant el curs 16/17 s'ha invertit en la compra de nou material com és el cas de nous trípodes.

Aula Magna: Aula amb capacitat per a 248 persones. Disposa de wifi, canó de projecció, connexió a xarxa, ordinador fixe i portàtil, pantalla de cinema, altaveus, taula de só, Blue Ray, taula de llums, microfonia fixa i inal·làmbrica així com la possibilitat d'enregistrament i retransmissió en directe mitjançant sis càmeres robotitzades.

Sala de Graus: Sala amb capacitat per a 70 persones. Disposa de wifi, canó de projecció, pantalla, microfonia fixa, altaveus, equip per a videoconferències i taula informatitzada equipada amb ordinador, amplificador i taula de só. Aquesta sala disposa d'aire condicionat. En el curs 16/17 s'ha invertit en la taula principal incorporant nova tecnologia consistent en ordinadors.

Sala de Juntes: Una sala amb capacitat per a 80 persones. Disposa de wifi, canó de projecció, pantalla, altaveus, megafonia i amplificador, així com d'aire condicionat i taules electrificades per a que els assistents puguin endollar els seus portàtils.

Sales de reunions: Dues sales de reunions amb una capacitat de 15 persones cadascuna.

Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General

La Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General (BCHG) forma part del Servei de Biblioteques de la UAB (SdB), té com a funció principal servir de suport a les necessitats docents i de recerca de tota la comunitat universitària, especialment als estudiants i docents de la Facultat.

Compta amb la Certificació de Qualitat ISO 9001:2008 i el Certificat dels Serveis Bibliotecaris ANECA que garanteixen un òptim servei a l'usuari i una política de millora contínua en relació a les seves necessitats. La certificació comporta l'existència d'auditories internes i externes anuals. Es treballa amb objectius anuals i amb accions de millora contínua.

L'enfocament vers la qualitat també és present en totes les línies del Pla Estratègic del Servei de Biblioteques. També es disposa d'una carta de serveis que explicita l'oferta de serveis i periòdicament es duen a terme enquestes per mesurar el grau de satisfacció dels usuaris respecte les seves prestacions. En la última enquesta realitzada a l'any 2016 els resultats obtinguts són força satisfactoris. El servei més valorat pels usuaris de la biblioteca és la possibilitat de reserves i renovacions en línia amb una qualificació de 4 sobre 5, el menys valorat és el blog sobre la Propietat Intel·lectual i Accés Obert amb una qualificació de 3,18 sobre 5.

El seu fons bibliogràfic està especialitzat en Ciències de la Comunicació, alhora que té accés als documents de totes les biblioteques de la UAB, així com de la resta de biblioteques de les universitats públiques catalanes i, gràcies al Servei de Préstec Interbibliotecari, als fons de biblioteques espanyoles o estrangeres. El Servei de Biblioteques de la UAB posa a disposició de tota la comunitat universitària de la UAB la Biblioteca Digital consultable des de qualsevol punt amb connexió a internet que dona accés a les principals revistes i manuals de referència <http://www.uab.cat/bib/>.

La BCHG participa des de la seva creació l'any 2006 en el Dipòsit Digital de Documents(DDD), <http://ddd.uab.cat>. Un Sistema d'arxiu i distribució de material digital que acull una col·lecció diversa en quant a formats, temàtica i tipologia de documents: materials de curs (guies docents, treball de fi de grau...), llibres i col·leccions, publicacions periòdiques, articles i informes, multimèdia, bases de dades bibliogràfiques i fons personals. La BCHG també participa en dos projectes digitals del sistema universitari de Catalunya: el dipòsit de Tesis doctorals en Xarxa, <http://www.tesisenxarxa.net> i el dipòsit de documents de treball i treballs de recerca: Recercat, <http://www.recercat.net> i ofereix accés remot a una àmplia col·lecció de recursos digitals <http://www.uab.cat/web/recursos-d-informacio-1254123674417.html>. La BCHGT també és present a les xarxes socials amb un compte a twitter i una pàgina a facebook, i blog, adreçats a PDI i estudiants.

Servei d'Informàtica Distribuïda:

Aquest servei dona suport tant a la docència com a la recerca i a la gestió de la Facultat .Els alumnes disposen de connexió a internet des de qualsevol punt connectat a la xarxa de la UAB, accés wifi, correu electrònic institucional personal i ordinadors d'ús lliure per a fer treballs i consultes, tant a les aules informatitzades com a les biblioteques. A més, des del campus poden accedir a la intranet pels alumnes i a les aules moodle. Des de fora el campus s'hi pot accedir a través de les xarxes privades virtuals (XPV).

Durant el curs 16/17 s'ha procedit a la millora de la connectivitat via wifi tant a la Facultat com a la Biblioteca i Hemeroteca General tal com estava previst.

Suport Logístic i Punt d'informació (SLiPI)

Aquest servei dona suport a la docència en les necessitats logístiques que genera i garanteix el manteniment i seguretat dels espais.

Altres

Local d'estudiants/Sala d'estudi: una sala dotada amb wifi i microones. Des del curs 2016/17 la Facultat compta amb un segon espai destinat als estudiants

Servei de reprografia i fotocòpies

Servei de restauració.

Màquines vending i fonts d'aigua.

Quiosc: servei de premsa diària i llibreria especialitzada.

Tota la Facultat és accessible per a persones amb dificultats de mobilitat. La Facultat disposa d'elevadors adaptats per al desplaçament entre els diferents nivells i passadissos, així com de rampes d'accés a l'exterior de l'edifici.

Després de l'anàlisi que el CAI ha realitzat sobre l'eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge, ha considerat que aquest estàndard s'assoleix.

3.6. Estàndard 6. Qualitat dels resultats dels programes formatius

“Les activitats de formació i avaluació són coherents amb el perfil de formació de la titulació. Els resultats d’aquests processos són adequats tant pel que fa als assoliments acadèmics, que es corresponen al nivell del MECES de la titulació, com per als indicadors acadèmics i laborals”

3.6.1. Els resultats de l’aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació.

El Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i RRPP proporciona una formació avançada i especialitzada en Estratègia Publicitària, com a fonament curricular per a la formació de futurs experts en Investigació de Mercats i en Planificació Estratègica, i, també, per a la formació en recerca d'aquells que accedeixin posteriorment a un Programa de Doctorat. En síntesi, aquest és un màster amb una doble orientació, bé sigui de recerca o professionalitzadora. És un Màster de 60 ECTS que s'estructura en sis mòduls obligatoris i el Treball de Fi de Màster (TFM).

Tant les activitats formatives com les d’avaluació del màster treballen i avaluen les competències i els seus resultats d’aprenentatge que ja es van descriure a la memòria de verificació de la titulació i que a la vegada queden recollides en les guies docents dels mòduls. Aquestes guies són públiques i es poden consultar a l’espai web del màster des de l’inici del curs fins al següent.

Per aquest procés d’acreditació s’han seleccionat dos mòduls obligatoris: el mòdul 1 - La planificació estratègica i el "planner" (E6.1) i el mòdul 3 - Metodologies i eines d'investigació, (E6.2) conjuntament amb el mòdul de TFM (E6.3). S’han triat els mòduls 1 i 3 perquè representen, respectivament, la dimensió professionalitzadora i la dimensió investigadora del màster. Addicionalment, també s’ha inclòs el mòdul TFM.

També s’ha confeccionat una taula d’intensitats (E6.4) que presenta la relació entre les competències i els resultats d’aprenentatge per als tres mòduls escollits.

Els comentaris, referents a cadascun d’aquets mòduls són els següents:

Mòdul 1 (La planificació estratègica i el "planner"), aquest mòdul té como objectius principals reforçar i ampliar els coneixements que tenen els alumnes sobre la figura i rol del “planner”, i dotar i ampliar coneixements dels alumnes en les àrees de major incidència de la seva activitat dins el procés global d’elaboració i execució d’una estratègia i pla de comunicació. És tracta d’un mòdul amb una orientació professionalitzadora, on és treballa al voltant de la figura del “planner”, rol professional clau en el desenvolupament de la planificació i la estratègia en publicitat. Té com a resultats d’aprenentatge: Comprendre l'enfocament original del Màster i la funció que desenvolupa la feina del “planner” en Publicitat i RRPP (CB06.01); Aplicar els diferents models teòrics de la Planificació Estratègica a la solució de problemes pràctics en entorns reals de Comunicació (CB07.01); Realitzar el Diagnòstic de Comunicació, que serà la base per a la creació d’un Pla Estratègic de Comunicació (CB07.02); Gestionar de manera efectiva i eficaç l’estratègia de marca de l’anunciant (E02.01); Decidir amb precisió quina és l’estratègia comunicativa més apropiada per fer arribar els missatges publicitaris al públic objectiu (E02.02); Identificar els antecedents històrics de la figura professional del "planner" (E04.01); Conèixer l’evolució que ha experimentat en els últims anys la disciplina de la Comunicació Estratègica (GT02.01); Analitzar els avantatges i problemes que genera el treball en equip en el si de les empreses i organitzacions objecte d’estudi (GT03.01). En base a la taula d’intensitats, aquests resultats s’assoleixen amb puntuacions altes en tots els casos.

Mòdul 3 (Metodologies i Eines de Recerca). En el cas d'aquest mòdul, els objectius principals són: proveir als estudiants dels instruments conceptuals i metodològics essencials per desenvolupar una investigació de caràcter científic, tant des de la perspectiva d'investigació comercial i aplicada com de recerca bàsica. Fer que els estudiants utilitzin i es familiaritzin amb les tres grans perspectives metodològiques (qualitativa, quantitativa i experimental) de les ciències socials. Donar suport als estudiants per al plantejament teòric i metodològic dels seus treballs de fi de màster. És tracta d'un mòdul fonamental en la dimensió investigadora del Màster. En aquest cas, els resultats d'aprenentatge del mòdul són: Desenvolupar amb èxit el procés d'investigació que requereix la realització d'una investigació (CB06.02); Aplicar solucions creatives als problemes d'investigació en Publicitat i RRPP (CB06.03); Distingir la metodologia d'investigació en cada cas més idònia, en funció dels objectius de recerca plantejats (E01.01); Escollir d'entre les diferents tècniques de mesura del comportament del consumidor aquelles més pertinents per a la investigació proposada (E01.02); Distingir i classificar les noves tècniques específiques de la investigació de mercats (E08.01); Relacionar perspectives disciplinàries i enfocaments metodològics diferents en el desenvolupament d'una investigació (GT01.01); Sotmetre teories i resultats d'una investigació a mètodes de verificació o contrastació (GT01.02). En base a la taula d'intensitats, aquests resultats s'assoleixen amb puntuació alta en tots els casos.

Mòdul 7 (TFM). Treball fi de màster: En aquest mòdul, els alumnes desenvolupen un Pla d'eficàcia comunicativa a partir dels problemes objectius de màrqueting plantejats per un determinat anunciament. És un mòdul que té com a objectiu introduir a l'estudiant al món de la recerca en l'àmbit, de la planificació estratègica en Publicitat i Relacions Públiques. En aquest mòdul, els resultats d'aprenentatge són: (CB09.03) Defensar amb èxit davant un Tribunal qualificador la Memòria del TFM; (CB10.02) Participar en projectes d'investigació i col·laboracions científiques; (E01.03) Distingir les fonts d'informació més idònies, en funció dels objectius de recerca plantejats; (E02.03) Avaluar les diferents variables de l'eficàcia publicitària; (E03.01) Desenvolupar un Pla d'Eficàcia Comunicativa; (E03.02) Fer un bon diagnòstic dels problemes de comunicació d'una marca; (GT01.03) Deduir les conclusions més rellevants en una investigació. En base a la taula d'intensitats aquests resultats s'assoleixen amb intensitat alta en tots els casos.

En general es considera que les competències i els resultats de l'aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació. Així ho demostra el fet de que les qualificacions mitjanes dels diferents mòduls del Màster són molt bones.

3.6.2. Les activitats formatives, la metodologia docent i el sistema d'avaluació són adequats i pertinents per garantir l'assoliment dels resultats de l'aprenentatge previstos

En general, les activitats formatives dels diferents mòduls del màster inclouen en tots els casos activitats dirigides i autònomes.

La metodologia docent es basa principalment en classes magistrals, activitats supervisades individuals i en grup a l'aula, així com un conjunt d'activitats autònomes (lectures d'articles i treball sobre case studies).

Pel que fa al sistema d'avaluació, aquest es pot basar en l'elaboració de treballs individuals o en grup, la presentació oral de treballs, exàmens finals o una combinació de tots. En l'avaluació de cada estudiant hi participen tots els professors implicats en la docència del mòdul, en alguns casos amb proves d'avaluació específiques o bé amb un treball realitzat per l'estudiant. Els sistemes d'avaluació descrits són els adequats i pertinents per garantir l'assoliment dels

resultats d'aprenentatge previstos. Per a cada mòdul, la distribució en hores de les diferents activitats formatives, les metodologies docents emprades i el sistema d'avaluació usat es poden consultar a les corresponents guies docents. Aquesta informació es complementa amb una explicació àmplia i detallada que realitzen els coordinadors de cada mòdul en els primers dies de classe.

Pel que fa a les activitats formatives/metodologies i activitats d'avaluació utilitzades, s'inclou un comentari global per als mòduls seleccionats dels que es presenten com a evidència les mostres d'execucions dels tres mòduls seleccionats juntament amb els currículums dels professors que imparteixen aquests mòduls i la seva guia docent (E6.5 – mòdul 1, 6.6- mòdul 3 i 6.7 – mòdul TFM)

L'activitat formativa del mòdul 1 (La Planificació estratègica i el planner) es focalitza en la metodologia del mètode del cas: la forma d'enfocar cada tema és a partir de l'anàlisi i resolució d'un cas real. Així, per a cada tema, el procés de treball dins i fora de classe es compon d'una dinàmica que s'estructura de la següent manera: lectura prèvia del cas a casa, formulació dubtes i preguntes, i posterior debat a classe per grups.

Les activitats d'avaluació es realitzen a través de la participació de l'alumne en un treball en grup en el qual es desenvoluparà un cas específic a partir dels coneixements i habilitats adquirides al llarg de les sessions. El treball escrit i la presentació oral del treball serà l'instrument per avaluar les competències i el resultat de l'aprenentatge de la següent manera: 70% de la nota anirà lligat al treball escrit i el 30% restant a la presentació oral del mateix.

L'activitat formativa del mòdul 3 (Metodologies i Eines de Recerca) està centrada en establir una evolució paral·lela entre el contingut metodològic que s'exposa a classe i els casos d'investigació proposats als diferents grups d'alumnes. Cada cas d'investigació actua per al grup d'estudiants que l'utilitza com un objectiu final. A partir d'ell s'implementaran tots els continguts formatius del mòdul. D'aquesta manera, l'activitat formativa es desplega, alhora, de manera transversal per a tots els alumnes (classes magistrals i proposta d'exercicis amb objectius comuns) i de forma personalitzada per a cada un dels grups reduïts de 3 a 4 d'estudiants (treball i correcció i avaluació d'exercicis sobre cada cas concret).

Les activitats d'avaluació basades en la correcció d'exercicis permeten observar el grau de comprensió i la qualitat d'aplicació de les eines de treball per part dels estudiants. I, paral·lelament, permeten dirigir l'orientació del treball global dels grups a mesura que es van desenvolupant els seus respectius projectes. Finalment, el projecte desenvolupat per cada grup serà l'instrument fonamental per avaluar les competències adquirides i els resultats del seu aprenentatge. Tota aquesta activitat formativa i avaluativa actua, a més, com una eina d'orientació per als estudiants al llarg de tot el màster, en tant que els diferents treballs finals del mòdul es plantegen, també, com a projectes per al treball de fi de màster (TFM). El sistema d'avaluació del mòdul consisteix en la revisió i seguiment a classe (a través de tutories a l'aula) dels exercicis sobre el cas de recerca, amb un pes del 10% de la nota, i en l'avaluació del projecte de recerca desenvolupat al llarg del mòdul, amb un pes del 90% de la nota final.

L'activitat formativa del mòdul TFM. La coordinació del màster rep les diferents propostes de TFM que presenten els alumnes i les assigna en funció de les línies prioritàries d'investigació en les que treballen els professors tutors de TFM. A la primera entrevista amb el tutor es fixen les condicions del seguiment, el calendari, es comenta l'elaboració del treball i es comença a concretar el tema d'investigació. A continuació, se celebren reunions periòdiques.

La investigació ha d'incloure els següents apartats: Resum, Paraules clau, Introducció, Objectius, Estat de la qüestió, Hipòtesi, Metodologia, Desenvolupament, Anàlisi dels resultats, Conclusions, Discussió, Bibliografia, Annexos. Per a la confecció del TFM els alumnes tenen a la seva disposició la guia docent, i un altre document, denominat "Guia del TFM", que inclou el detall de l'estructura i el format que han de seguir a l'hora de desenvolupar el seu TFM . S'incorpora el llistat dels TFM defensats al curs 2016-2017 (E6.8).

S'obren dos períodes per a l'avaluació dels treballs: juliol i setembre (els estudiants hauran d'optar per un d'ells).

L'avaluació del TFM es realitza a partir de la seva defensa, on l'estudiant haurà de demostrar els seus coneixements i participació en el procés de realització del treball, en una presentació de 30 minuts feta davant del tribunal (format per dos doctors), demostrant que ha adquirit el conjunt de competències del màster i la seva capacitat per relacionar-les i integrar i que li capaciten per a iniciar l'exercici professional. Per tal d'avaluar el treball s'utilitza el sistema de rúbriques publicades per l'AQU (E6.9). La qualificació final de la nota del treball respon a la mitjana ponderada entre el 60% de la nota del tribunal i un 40% de la nota assignada per el tutor.

Respecte a la relació de professorat responsable de la supervisió i avaluació dels TFM en el curs 2016/17 (E6.10) observem que la majoria de professorat té una relació estable dins la categoria de catedràtic (1/9), titular (5/9) o lector (1/9). La resta de professors (2/9) tenen la categoria laboral d'associat.

Els dos associats que han tutoritzat o avaluat TFM's relacionats amb un projecte compten amb amb un perfil professional i acadèmic ampli. En canvi, els TFM's encaminats al desenvolupament d'un treball de recerca han estat sempre encomanats als altres professors/res que apareixen en la relació anterior. Això és possible ja que cada curs acadèmic la coordinació del màster rep les diferents propostes de TFM que presenten els alumnes i les assigna en funció de les línies prioritàries d'investigació en les que treballen els professors.

Els estudiants de màster tenen l'oportunitat de realitzar estades d'investigació que es formalitzen mitjançant un conveni entre l'empresa que acull i la universitat (E6.11). En aquestes estades l'estudiant adquireix coneixement i eines que li serviran per a realitzar el seu TFM. La coordinació valora molt positivament que els estudiants tinguin aquesta oportunitat perquè aquesta experiència és enriquidora per l'estudiant i afavoreix el seu currículum personal i professional de cara al seu futur laboral. Com a millora en aquest apartat la coordinació s'ha compromès a intentar que totes les estades de recerca dels estudiants del màster siguin remunerades. En alguns casos és el mateix estudiant qui proposa una empresa on realitzar aquesta estada de recerca, en aquests casos on no existeix una vinculació anterior pel que la petició de remuneració es proposa però no s'imposa com a requisit, sempre amb el vist-i-plau de l'estudiant.

El 42% dels alumnes del màster en l'edició 16/17 van decidir realitzar estades de recerca en les empreses amb les que la universitat tenia un conveni establert. La relació amb algunes d'aquestes empreses s'ha mantingut estable al llarg de les tres edicions del màster. (E6.12)

Aquestes empreses col·laboradores pertanyen a una de les següents branques:

- Agències (de publicitat, de mitjans, etc ...)
- Empreses que desenvolupen investigacions de mercats
- Empreses anunciants.

A l'alumne se li assigna un tutor de extern, a l'empresa col·laboradora, i un tutor intern, que actua com a coordinador de pràctiques a la Facultat.

L'escassa participació dels estudiants del màster, en les diferents enquestes realitzades, fa que la interpretació dels resultats contingui un error mostral molt superior al desitjat. Aquesta deficiència ja ha estat convenientment comentada en l'estandard 3 d'aquest autoinforme.

S'ha decidit que les valoracions que comentarem es basaran en les enquestes realitzades per la coordinació del màster i per l'Equip de Deganat on la participació ha estat més alta. Un 20% dels alumnes del màster ha participat en l'enquesta de l'Equip de Deganat i en el cas de l'enquesta de la coordinació la xifra de participació per mòduls es mou entre l'11% i el 55%.

- A finals de 2016, el deganat i els coordinadors de màster van dissenyar una enquesta titulada “Encuesta evaluación masters oficiales (6.13)” adreçada als egresats del curs 2015-16 amb l'objectiu de conèixer les expectatives prèvies i el grau de satisfacció respecte als estudis realitzats. El contingut de l'enquesta combinava preguntes genèriques amb d'altres més específiques que podrien ajudar les coordinacions del màster a conèixer millor el perfil, objectius i valoració dels seus estudiants. Van participar un 20% dels egresats del MU de Planificació estratègica en publicitat i relacions públiques i en un 62,5% del casos van manifestar que triarien la mateixa titulació si tornessin a iniciar els estudis (Taula resultats enquesta màsters de la Facultat - E6.14).

Taula 6.2. Satisfacció dels graduats amb l'experiència educativa global en base a l'enquesta realitzada a la Facultat

Curs 2015-2016		Valoració	Percentatge de respostes
	Les estades de recerca han estat útils en la meva formació	6,8	13%
Impacte personal en els estudiants	La formació rebuda m'ha permès millorar les habilitats comunicatives	5,63	20%
	La formació rebuda m'ha permès millorar les competències personals	4,95	20%
	La formació rebuda m'ha permès millorar les capacitats per a l'activitat professional	4,5	20%
Serveis i equipaments	Les instal·lacions han estat adequades per afavorir el meu aprenentatge	5,67	19%
	Les recursos facilitats pel serveis de biblioteca i de suport a la docència han respost a les meves necessitats	5,20	20%
Si tornés a començar, triaria la mateixa titulació		Si 62,5%	20%
Si tornés a començar, triaria la mateixa universitat		Si 87,5%	20%

Enquesta de satisfacció dels titulats. Escala de valoració d' 1 a 7

Els resultats mostrats en la taula 6.2. es basen en l'enquesta realitzada per la Facultat i no per la realitzada per la UAB. El motiu pel que s'ha utilitzat aquesta enquesta i no la de satisfacció de titulats de la UAB és perquè la participació dels estudiants en l'enquesta UAB era tan sols del 2,5%.

Vist que es tracta d'un màster amb una doble vessant de recerca i professionalitzador, són rellevants alguns resultats. Un d'ells és el fet que els motius pels quals l'alumne realitzava el màster estaven lligats a millorar professionalment (6,3 sobre 7) i no a iniciar estudis de doctorat (3,75 sobre 7). Per tant veiem que els estudiants que accedeixen al màster ho fan en major proporció per a la seva vessant professionalitzadora i no per la vessant de recerca.

Destaca també l'alta valoració de les estades de recerca (6,8 sobre 7) de les persones que les van dur a terme. La coordinació valora aquest aspecte i promou aquestes estades entre els estudiants del màster ja que els dona noves eines i coneixements per aplicar en la seva formació, sobretot a l'hora de realitzar el seu TFM.

Si ens aturem en el grau de satisfacció respecte a la utilitat que ha representat el màster en la seva feina, els resultats es mouen entre el 4,75 i el 5,75 sobre 7. La nota més baixa correspon a la capacitat de treball en equips multidisciplinaris i la més alta al desenvolupament de les capacitats comunicatives.

Pel que fa al grau de satisfacció respecte al nivell de formació, els elements més ben valorats són la formació teòrica (5,13 sobre 7) i el desenvolupament del pensament crític (5,63 sobre 7). La formació pràctica i la resolució de problemes i presa de decisions en entorns nous o poc coneguts es queden en un 4,5 sobre 7.

Respecte als resultats de l'enquesta realitzada per la coordinació sobre l'actuació docent del professorat (E6.15). La valoració dels estudiants sobre les qüestions enquestades en els dos períodes analitzats ha estat molt bona, superior a notable.

Taula 6.2. : Grau de satisfacció estudiants amb la docència impartida (per mòduls)

Mòdul	Descripció mòdul	curs 2015/16			Curs 2016/2017		
		Nombre d'alumnes	% de participació	Valoració mitjana del contingut del mòdul	Nombre d'alumnes	% de participació	Valoració mitjana del contingut del mòdul
1	Comunicació Comercial	22	55,00%	8,7	11	30,56%	8,7
2	El Nou Consumidor	12	30,00%	8,2	5	13,89%	8,3
3	La Planificació Estratègica Digital Publicitària i de RRPP	22	55,00%	8,3	11	30,56%	8,1
4	La Planificació Estratègica i el 'Planner'	8	20,00%	9	4	11,11%	8,8
5	Màrqueting Emergent	7	17,50%	9	6	16,67%	8,5
6	Metodologies i Eines de Recerca	7	17,50%	8,6	6	16,67%	7,3
7	Treball de Fi de Màster	8	20,00%	9,1	8	22,22%	7,1

El primer que observem entre les dues edicions analitzades, és que a part de que l'índex de participació baixa en la edició 2016/17 també baixen les valoracions mitjanes de tots els mòduls excepte el mòdul 2 que puja una dècima i al mòdul 1 que es manté. La coordinació valora molt favorablement les qualificacions obtingudes en l'avaluació de la docència de les dues edicions del màster. No obstant, el fet que en la segona edició baixin significativament en els mòduls 5 i 6, fa que la coordinació es plantegi introduir canvis en l'organització d'aquest mòduls que no afectin a la memòria. Caldrà veure si es rectifica aquesta tendència en les properes edicions del màster.

S'observa que en el curs 2015/16, els mòduls millor valorats pels alumnes són el 4 (*La Planificació Estratègica Digital*), el 5 (*Comunicació Comercial*) i el TFM, amb un promig de 9,1 mentre que l'avaluat amb una qualificació més baixa és el 2 (*El Nou Consumidor*) amb un 8,2.

En el curs 2016/17 els mòduls millor valorats pels alumnes són l'1 (*La Planificació Estratègica i el "Planner"*), amb 8,7, el 4 (*La Planificació Estratègica Digital*), amb 8,8, i el 5 (*Comunicació*

Comercial) amb 8,5. Per la seva part, els menys valorats han estat el 6 (Màrqueting Emergent), amb (7,3) i el TFM, amb 7,1.

3.6.3. Els valors dels indicadors acadèmics són adequats per a les característiques de la titulació.

Taula 6.3. Resultats globals de la titulació

	Curs 2014-2015	Curs 2015-2016	Curs 2016-2017
Taxa de rendiment	98,81%	100%	100%
Taxa d'eficiència	100%	100%	100%
Taxa de graduació	97%	100%	100%
Taxa d'abandonament	3%	0%	0%

Pel que fa a les taxes de rendiment i eficiència, a les tres edicions del màster, se situen en el 100% en tots el casos, excepte la de rendiment del curs 2013-2014, degut a la renúncia per part d'un alumne. D'una forma semblant, les taxes de graduació i d'abandonament se situen en els seus valors més favorables (100% graduació i 0% abandonament), pel que fa a les edicions del curs 2015-2016 i 2016-2017.

Només a la primera edició del màster la taxa d'abandonament va ser del 3%, resultat molt allunyat de la taxa d'abandonament prevista en la verificació que és del 15%. Els resultats globals del Màster en Planificació Estratègica en Publicitat i RRPP, mostren unes xifres satisfactòries per a les tres edicions del màster.

Taula 6.4. Resultats de les assignatures/mòduls seleccionats (curs 2016/17)

	Matriculats	Resultats acadèmics				
		Excel·lent	Notable	Aprovat	Suspès	No presentats
430401 La Planificació Estratègica i el 'Planner'- Mòdul 1	36	5 (13,9%)	26 (72,2%)	5 (13,9%)	0	0
43403 Metodologies i eines de recerca - Mòdul 3	36	9 (25,0%)	17 (47,2%)	10 (27,8%)	0	0
43407 Treball de fi de màster	36	15 (41,7%)	18 (50,0%)	3 (8,3%)	0	0

Pel que fa a les qualificacions respecte als tres mòduls analitzats veiem que la majoria dels resultats acadèmics es situen en el notable (mòdul 1: 72,2%, mòdul 3: 47,2%, TFM: 50%). En el cas del TFM, però, les qualificacions obtingudes són majoritàriament excel·lents (41,7%) i notables (50%). No s'ha registrat cap qualificació de suspens en cap dels 3 mòduls. (Mostres execucions mòduls: Mòdul 1 -[E6.5](#), mòdul 3: [E6.6](#), TFM :[E6.7](#))

3.6.4. Els valors dels indicadors d'inserció laboral són adequats per a les característiques de la titulació.

L'any 2014 l'AQU va dur a terme la cinquena edició de l'enquesta d'inserció laboral ([E6.11](#)). En l'any 2017 s'ha realitzat la sisena edició de l'enquesta, però en el moment de redactar l'informe no es coneixen els resultats referents als màsters i en el present informe només ens podem basar en les dades obtingudes en l'informe 2014.

Aquestes dades, però, corresponen a l'any 2010 i en aquell moment el màster a que es refereix

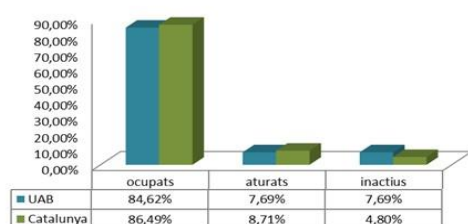
aquest informe no s'havia creat tot i que si que existien la resta de màsters impartits a la Facultat.

En el 2010, dels 13 màsters oficials relacionats amb les Ciències de la Comunicació que s'oferien en global a Catalunya, tres eren de la nostra Facultat (Màster Universitari en Publicitat i Relacions Públiques, Màster Universitari en Recerca en Comunicació i Periodisme i Màster Universitari en Recerca en Continguts a l'Era Digital). En el curs 2015/16 i 2016/17 l'oferta de la facultat és de sis màsters oficials amb la introducció del Màster Oficial - Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: Cap a la Inversió i la Integració.

Respecte a la tipologia dels alumnes que van cursar aquests màsters en l'any 2010 sabem que provenien en gran part d'altres universitats (71,79%) i que d'ells un 25,64% tenien nacionalitat estrangera. Un alt percentatge dels alumnes que accedeix a la nostra formació afirma tenir experiència prèvia (87,18%) i tan sols el 14,71% indica que la seva formació prové d'un àmbit diferent.

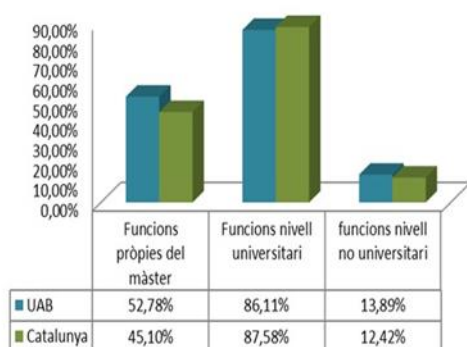
En el cas de la nostra Facultat, segons l'informe AQU 2014, un 61,54% dels alumnes considera repetir el mateix màster, un 92,31% repetiria universitat i un 41,03% d'aquests alumnes accedeixen a doctorat.

Gràfic 2: Inserció laboral egressats màsters 2010



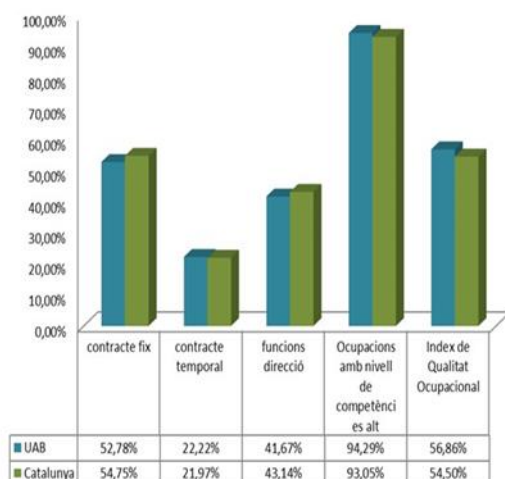
La gran majoria dels alumnes de la nostra Facultat que ha realitzat un màster declara estar en actiu, concretament un 84,62%. Dada lleugerament inferior al resultat global dels egressats en màsters de la branca de Ciències de la Comunicació de Catalunya.

Gràfic 3: Categories laborals egressats màster



Un altre resultat de l'estudi sobre la inserció laboral és que un 87,58 % dels enquestats declara que assumeix funcions de nivell universitari en la seva feina (en el cas dels egressats de la nostra Facultat és del 86,11%). D'aquests, un 52,78% dels egressats de la nostra Facultat declara que està treballant en funcions pròpies del màster.

Gràfic 4: Tipologia ocupacions egressats màster



El nombre de contractes fixos és superior al nombre de contractes temporals tant en l'espai UAB com en l'espai global de Catalunya.

Una dada significativa i representativa dels nostres egressats és que el 94,29% declara exercir tasques amb nivell de competències alt i que l'Índex de Qualitat Ocupacional és superior a la mitjana catalana.

Des de la coordinació del màster i amb la finalitat de determinar la situació laboral dels graduats del màster en el curs 2016-2017, s'ha realitzat una petita prospecció (evidència gràfiques) utilitzant la informació disponible a la xarxa professional LinkedIn (xarxa social amb un marcat caràcter professional).

Dels 36 alumnes graduats del curs 2016-2017 s'ha trobat informació d'un 64 %. D'ells coneixem que un 87% està treballant i el 13% restant s'ha inscrit en el programa de Doctorat en Comunicació Estratègica, Publicitat i Relacions Públiques, seguint la vessant investigadora del MPE.

Dels alumnes dels quals no hem pogut trobar informació n'hi ha un 22% que provenen de països asiàtics que utilitzen altres xarxes professionals.

En el cas dels estudiants empleats un 50% treballen en agències de publicitat, el 15% en empreses dedicades a la investigació de mercats, un 10% desenvolupen tasques comercials i el 25% restant a altres sectors.

En aquesta revisió realitzada, s'ha posat de manifest que un 14% dels graduats continuen treballant en els grups empresarials en el que van realitzar les seves pràctiques quan cursaven el màster.

Respecte als alumnes de màster oficial de la Facultat que accedeixen a doctorat disposem de dades més actualitzades publicades a la web (el [SIQ de doctorat](#)). Globalment, a nivell Facultat, s'evidencia que el nombre d'alumnes de màster de la Facultat que accedeixen a estudis de doctorat es mou entre el 13 i el 18% en els últims tres cursos.

En el cas concret del Màster Universitari de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques observem que el nombre d'alumnes que accedeixen al doctorat en Comunicació Estratègica, Publicitat i Relacions Públiques és del 12,5% en el curs 2015/16 i del 13,89% en el curs 2016/17. Aquests percentatges creiem que són coherents amb el perfil dels estudiants que inicien el màster per la seva vessant professionalitzadora.

El doctorat en Comunicació Estratègica, Publicitat i Relacions Públiques es va implementar en el curs 2015/16, un curs després de la implementació del màster en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques.

Després de l'anàlisi que el CAI ha realitzat sobre la qualitat dels resultats del programa formatiu valora que aquests resultats són els adequats i que per tant s'assoleix aquest estàndard de l'autoinforme.

4. Pla de millora: valoració final i propostes de millora

Propostes de millora del centre

Estàndard 2. Pertinència de la informació pública									
Origen*	Diagnòstic	Objectius a assolir	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?
2,3	La comunicació interna no és prou fluïda	Millora de la comunicació interna	Reunions entre l'Equip de Deganat i els coordinadors de grau i màster per consensuar criteris i establir protocols.	Mitjana	Coordinador de Qualitat del centre	2016/17	2018/19	Actes reunions	No
2,3	La informació que apareix a les pàgines web dels màsters de la Facultat no sempre està completa	Completar aquesta informació	Completar dades sobre professorat, grups de recerca, currículums abreujats professorat. Establir un protocol on es descriguin les assignacions de tasques pels diferents responsables	Alta	Àrea de Comunicació de la Universitat – Coordinadors – departaments – Equip Deganat	2016/17	2018/19	Ànlisi informació web per part dels coordinadors	No
Estàndard 3. Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació									
Origen*	Diagnòstic	Objectius a assolir	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?
1,2,3	Poca participació dels alumnes en les enquestes	Millorar la participació	Des de l'Equip de Deganat de la Facultat seguir demanant al professorat que motivi als estudiants a l'hora de participar en les enquestes. Us de xarxes socials.	Alta	Equip de Deganat	2016/17	2018/19	Estadístiques de participació	No
1,3	Manca d'informació sobre l'opinió / satisfacció dels estudiants	Conèixer les opinions i el grau de satisfacció dels estudiants sobre el programa de Màster cursat	Distribuir una enquesta als estudiants i als titulats del màster per tal de conèixer la seva opinió sobre el programa d'estudis escollit i sobre la seva situació laboral actual.	Alta	Coordinació del Màster – Vicedegana d'Ordenació Acadèmica	2016/17	2018/19	Resultats enquesta	No
3	Revisió del SGIQ tal com està previst en el procés estratègic PE2	Revisió i actualització del SGIQ incorporant modificacions procediments	Revisar el processos i subprocessos gradualment	Mitjana	Responsable Qualitat del Centre	2017/18	2018/19	Informe de revisió de SGIQ	no

*Origen de la proposta de millora: (1) Informe de seguiment anterior (2) Informe d'avaluació d'AQU (verificació, modificació o acreditació) (3) Procés actual de seguiment

Estàndard 4. Adequació del professorat al programa formatiu									
Origen*	Diagnòstic	Objectius assolir a	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?
3	El professorat no té formació específica per atendre alumnes amb diversitat funcional	Formar al professorat per atendre aquests alumnes amb necessitats especials	Fer un curs de formació durant el primer semestre de 2016-17	Mitjana	Vicedegà de Professorat, Docència i Estudiants	2016/17	finalitzada	Llistats participació, certificats participació professorat	NO
1, 3	Necessitat d'incorporar noves tècniques pedagògiques entre el professorat	Formar professorat en aquells aspectes que siguin més reclamats pels propis docents	Fer una consulta al professorat sobre aquelles mancances per tal d'incorporar noves tècniques pedagògiques entre el professorat	Mitjana	Vicedegà de Professorat, Docència i Estudiants	2014/15	2018/19	Informe sobre necessitats professorat	No
3	Poca participació en cursos del pla de formació docent	Incrementar aquesta participació	Animar al professorat a participar en aquests cursos mitjançant tots els medis possibles: correus electrònics, reunions departamentals	Mitjana	Equip de Deganat i directors de departament	2016/17	2018/19	Informe sobre participació	No
Estàndard 5. Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge									
Origen*	Diagnòstic	Objectius assolir a	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?
3	Cal que els estudiants delegats de curs coneixin les seves tasques com a delegats	Donar a conèixer aquestes tasques cada curs	Mantenir reunions trimestrals amb els delegats de curs per tal de comentar i resoldre i comentar aspectes sobre les seves tasques.	Mitjana	Vicedegà de Professorat, Docència i Estudiants i coordinadors	2015/16	2018/19	Actes reunions	No
1,2,3	Poca participació dels alumnes en les enquestes	Millorar la participació	Des de l'Equip de Deganat de la Facultat seguir demanat al professorat que motivï als estudiants a l'hora de participar en les enquestes. Ús de xarxes socials.	Alta	Equip Govern UAB	2016	2017/18	Estadístiques	No

3	La Facultat no disposa d'una redacció integrada per a que els estudiants puguin realitzar pràctiques	Disposar d'una redacció integrada	Creació d'un espai dins a la Facultat dedicat a ser una redacció integrada d'informatius	Alta	Equip Deganat	de	2015/16	2018/19	No	No
3	Carències en els laboratoris RTV	Millorar els equipaments disponibles en l'actualitat	Continuar amb el pla de millores, establint una prioritació de les actuacions en base a diversos aspectes	Mitjana	Deganat		2016/17	2020/21	no	no
3	No hi ha cap control sobre el material de l'atrezzo de que disposa la Facultat	Controlar l'atrezzo	Crear un protocol de préstec	Mitjana	Deganat		2017/18	2017/18	no	no

Propostes de millora a nivell de titulació: Màster Universitari de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques

Estàndard 1. Qualitat del programa formatiu										
Origen*	Diagnòstic	Objectius a assolir	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?	
3	El nombre d'alumnes matriculats supera el nombre de places ofertes	Reduir el biaix existent entre el nombre d'estudiants matriculats i les places ofertes +/- 10%	Fer un seguiment més exhaustiu dels alumnes que demanen ser admesos al programa	Alta	Coordinador titulació	2016/17	2018/19	Informe de matrícula	Si	
Estàndard 2. Pertinència de la informació pública										
Origen*	Diagnòstic	Objectius a assolir	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?	
1,3,	Manca d'informació a la web	Ampliar informació a la web respecte al màster	Incorporar i actualitzar adequadament la informació que apareix a la web	Mitjana	Coordinadors màster	2016/17	2017/18	No	No	

Estàndard 3. Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació									
Origen*	Diagnòstic	Objectius assolir a	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?
3	Poca participació en l'enquesta sobre mòduls màsters	Augmentar la participació	Es proposa digitalitzar el model d'enquesta per tal de millorar l'accés i facilitar l'extracció de resultats mitjançant l'eina "google docs". D'aquesta manera és pretén augmentar l'índex de participació.	Alta	Coordinació del màster	2017/18	2019/20	Estadístiques	No
3	Inexistència de mecanismes per valorar la satisfacció del professorat amb el programa formatiu	Recollir informació sobre la percepció del professorat sobre la titulació	Dissenyar un instrument de recollida d'informació i avaluació de la satisfacció del professorat amb el programa formatiu	Alta	Coordinació del màster	2017/18	2019/20	Informe	No
Estàndard 4. Adequació del professorat al programa formatiu									
Origen*	Diagnòstic	Objectius assolir a	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?
3	Valoració de l'actuació docent amb enquestes amb poca participació	Augmentar la participació dels estudiants	Es proposa digitalitzar el model d'enquesta per tal de millorar l'accés i facilitar l'extracció de resultats mitjançant l'eina "google docs". D'aquesta manera és pretén augmentar l'índex de participació.	Alta	Coordinació del màster	2017/18	2019/20	Estadístiques	No
3	Poca participació en cursos del pla de formació docent	Incrementar aquesta participació	Animar al professorat del màster a participar en aquests cursos	Mitjana	Coordinació màster	2016/17	2018/19	Estadístiques	No
3	Poca participació en cursos del pla de formació docent	Incrementar aquesta participació	Animar al professorat del màster a participar en aquests cursos	Mitjana	Coordinació màster	2016/17	2018/19	Estadístiques	No
Estàndard 6. Qualitat dels resultats dels programes formatius									
Origen*	Diagnòstic	Objectius assolir a	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Inici	Final	Indicadors de seguiment	Modificació memòria?

3	Algunes empreses utilitzen els estudiants en formació per cobrir sense cap cost llocs de treball estructural	Aconseguir en la mesura que sigui possible que totes les estades siguin remunerades.	No fer convenis amb aquelles empreses que no estiguin disposades a remunerar l'estada de recerca. Es farà una excepció en aquells casos que l'alumne demani fer l'estada de recerca en una empresa determinada per decisió personal i que accepti fer aquesta estada sense retribució	Alta	Coordinació del Màster	2016/17	2017/18	Informe convenis	No
---	--	--	---	------	------------------------	---------	---------	------------------	----

*Origen de la proposta de millora: (1) Informe de seguiment anterior (2) Informe d'avaluació d'AQU (verificació, modificació o acreditació) (3) Procés actual de seguiment

5. Relació d'evidències

Procés d'elaboració de l'Autoinforme

Nº	Evidència
0.1	<u>Procés PC7 del SIGQ de la Facultat. Seguiment, avaluació i millora de les titulacions del SIGQ de la Facultat</u>
0.2	<u>Acta constitució CAI (11 de juliol de 2017)</u>
0.3	<u>Actes reunions CAI</u>
0.4	<u>Acta Junta de Facultat amb aprovació autoinforme (21/11/2017)</u>

Estàndard 1: Qualitat del programa formatiu

Nº	Evidència
1.1.	<u>Notificació verificació màster per part del MEC</u>
1.2.	<u>Proposta modificació places màster</u>
1.3.	<u>Memòria de verificació</u>
1.4.	<u>Relació d'estudiants matriculats curs 2016/17 segons procedència</u>
1.5.	<u>Actes reunions coordinació màster (extracte)</u>

Estàndard 2: Pertinència de la informació pública

Nº	Evidència
2.1.	Web institució/titulació : <u>Universitat</u> <u>Facultat</u> Titulació: <u>Grau de Comunicació Audiovisual</u> <u>Grau de Periodisme</u> <u>Grau de Publicitat i Relacions Públiques</u> <u>MU de Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat</u> <u>MU de Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat(web pròpia)</u> <u>MU de Mitjans, Comunicació i Cultura</u> <u>MU de Mitjans, Comunicació i Cultura (web pròpia)</u> <u>MU de Recerca en Comunicació i Periodisme</u> <u>MU de Recerca en Comunicació i Periodisme (web pròpia)</u>

	MU Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: cap a la Inversió i la Integració / Erasmus Mundus in Crossing the Mediterranean: Towards Investment and Integration MU Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: cap a la Inversió i la Integració / Erasmus Mundus in Crossing the Mediterranean: Towards Investment and Integration (web pròpia) MU de Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques MU Estudis del Discurs: Comunicació, Societat i Aprenentatge (interuniversitari)
2.2.	Facebook Facultat
2.3.	Twitter Facultat
2.4.	Acta reunió amb coordinadors màster per tema web
2.5.	Enllaç pàgina web sobre Enquestes d'avaluació
2.6.	Memòria de la Facultat (2016)
2.7.	Indicadors per al seguiment de les titulacions
2.8.	Informes d'estudis acreditats a la UAB
2.9.	Informes de seguiment de la Facultat de Ciències de la Comunicació
2.10.	Enllaç web Facultat on es troba el SGIQ
2.11.	Certificat Audit avaluació positiva SGIQ
2.12.	Enllaç web UAB sobre qualitat docent
2.13.	SGIQ marc UAB
2.14.	SGIQ Facultat de Ciències de la Comunicació

Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació

Nº	Evidència
3.1.	PE3-Verificació de titulacions de graus i de màster universitari
3.2.	Guia per a l'elaboració i la verificació de les propostes de titulacions universitàries de grau i de màster
3.3.	Evidències de Verificació del màster universitari en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions PMUPEPRP
3.4.	Memòries de grau verificades
3.5.	Memòries de màster verificades
3.6.	SGIQ: Procés de seguiment, avaluació i millora de les titulacions (PC7): Facultat i Universitat
3.7.	Guia per al seguiment de les titulacions oficials de grau i màster d'AQU
3.8.	Acta Junta de Facultat on es van aprovar Informes Seguiment del curs 15-16
3.9.	Procés clau "PC8-Modificació i extinció de titulacions" del SGIQ de la Facultat
3.10.	Procés clau "PC8-Modificació i extinció de titulacions" del SGIQ de la Universitat – modificació títols
3.11.	Procés clau "PC8-Modificació i extinció de titulacions" del SGIQ de la Universitat – extinció títols
3.12.	Processos per a la comunicació i/o avaluació de les modificacions introduïdes en els títols universitaris de grau i de màster d'AQU
3.13.	Proposta modificació de titulació (nombre de places màster)
3.14.	Procés SGIQ sobre acreditació de les titulacions PE6
3.15.	Guia de les acreditacions oficials de graus i màsters
3.16.	Accés a DATA (dades estadístiques UAB- Intranet – accés restringit)

	Enllaços enquestes institucionals universitat i/o Aqu: Pàgina general
3.17	Avaluació de l'actuació docent del professorat de grau i de màster universitari Assignatures/mòduls Grau de satisfacció dels titulats de grau i de màster universitari (en col·laboració amb AQU) Inserció laboral dels titulats de grau, màster universitari i doctorat (centralitzada per AQU)
3.18	Resultats enquesta de satisfacció titulats 14/15 (OQD)
3.19	Resultats enquesta de satisfacció titulats 15/16 (OQD)
3.20	Enquesta sobre titulats màsters – Equip de Deganat
3.21	Resultats enquesta màsters – Equip de Deganat
3.22	Model enquesta sobre mòduls màster realitzada per la coordinació del màster
3.23	Gràfiques anàlisi resultats quantitatius enquesta sobre actuació docent - coordinació
3.24.	Procés SGIQ - PS5. GESTIÓ DE QUEIXES, SUGGERIMENTS I GRAU DE SATISFACCIÓ DELS USUARIS
3.25	Seu electrònica UAB per suggeriment i queixes
3.26	Formulari UAB per a suggeriment i queixes
3.27	Estadístiques tribunals de revisió extraordinaris Facultat cursos 2015/16 i 2016/17
3.28	Espai de qualitat docent del web de la universitat

Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu

Nº	Evidència
4.1.	Relació de professorat docent del màster
4.2.	CV conferenciants màster
4.3.	CV personal associat màster
4.4.	CV personal docent amb categories de catedràtic, titular agregat màster
4.5.	Enllaç a cv's web màster
4.6.	Relació de projectes en que participa el professorat del màster
4.7.	Enllaç unitat de Formació i Innovació de la UAB
4.8.	Enllaços Pla de Formació Docent UAB: Formació per a novells Formació permanent Formació a mida Formació del professorat Formació específica per a coordinadors: Jornades Temàtiques Resum d'activitats, participants i grau de satisfacció per any
4.9.	Pla de formació docent. Resum d'activitats: 2015 , 2016

4.10	Certificats formació professorat màster
4.11	Certificats formació professorat master – aules moodle
4.12	Certificats formació professorat master 3
4.13	Enllaços Pla de suport a la innovació docent: Projectes de suport a la innovació docent Grups d'innovació docent Grups de millora de les titulacions Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació (CIDUI) Recull d'experiències aplicades a la docència EINES Recursos docents
4.14	GIFD (Grup Interuniversitari de Formació Docent): Portal “Bones pràctiques docents” Red Estatal de Docència Universitària
4.15	Convocatòria d'ajuts al recolzament de la docència per part del departament
4.16	Enllaç formació a mida de l'OQD
4.17	Programa formació a mida d'excel avançat. Curs 2015/16
4.18	Difusió convocatòria curs formació a mida sobre diversitat funcional. Curs 2016-17
4.19	Llistat assistència curs sobre diversitat funcional (2016/17)
4.20	Enllaç programa PIUNE de la Fundació Autònoma Solidària

Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge

Nº	Evidència
5.1.	Pla d'acció tutorial de la Universitat
5.2.	Procés PC4 d'Orientació a l'Estudiant del SIGQ
5.3.	Pla d'acció tutorial de la Facultat
5.4.	Enquesta sobre satisfacció titulats
5.5.	Resultats enquesta sobre satisfacció titulats curs 14/15
5.6.	Resultats enquesta sobre satisfacció titulats curs 15/16
5.7.	Correu convocatòria reunió delegats curs
5.8.	Servei d'Ocupabilitat de la UAB
5.9.	Programa UAB Emprèn
5.10	Activitats d'orientació professional UAB
5.12	Enllaç programa empenedoria Facultat “Tic Laude”
5.13	Equipaments i serveis de la Facultat
5.14	Enquestes grau de satisfacció biblioteques
5.15	Enllaços BCHG: http://www.tesisexarxa.net

<http://www.recercat.net>
<http://www.uab.cat/biblioteques/>

Estàndard 6: Qualitat dels resultats dels programes formatius

Nº	Evidència
6.1.	Guia docent mòdul 1
6.2.	Guia docent mòdul 3
6.3.	Guia docent TFM
6.4.	Taula d'intensitats
6.5.	Mostres execucions mòdul 1 – La planificació estratègica i el “planner”1
6.6.	Mostres execucions mòdul 3- Metodologies i eines d'investigació
6.7.	Mostres execucions TFM
6.8.	Enllaç web AQU sobre com elaborar, tutoritzar i avaluar un treball fi de màster
6.9.	Model conveni per estades de recerca
6.10.	Relació professorat avaluador/supervisor dels TFM's
6.11.	Relació d'empreses on es realitzen estades de recerca
6.12.	Formulari enquesta Facultat sobre màsters oficials
6.13.	Resultats enquesta Facultat sobre masters oficials
6.14.	Resultats enquesta coordinació sobre grau de satisfacció estudiants amb la docència impartida
6.15.	Enllaç AQU enquesta inserció laboral estudiants màster 2014