
Informe de seguiment de centre

Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació

Curs 2023-2024

13 de gener de 2025

Índex

1. Dades identificadores bàsiques	2
2. Elaboració de l'informe	2
3. Seguiment dels requeriments i recomanacions dels processos d'avaluació externa	4
4. Valoració de l'assoliment de les dimensions de seguiment	6
4.1 Dimensió 1: Polítiques i estratègia	6
4.2 Dimensió 2: Disseny, aprovació i desplegament dels programes formatius	9
4.3 Dimensió 3: Admissió, progressió, reconeixement i certificació de l'alumnat	11
4.4 Dimensió 4: Personal docent	14
4.5 Dimensió 5: Aprenentatge, ensenyament i avaluació centrats en l'estudiant	18
4.6 Dimensió 6: Recursos d'aprenentatge i de suport a l'alumnat	20
4.7 Dimensió 7: Implantació del SIGQ i resultats acadèmics	23
4.8 Dimensió 8: Informació pública	26
5. Valoració de les titulacions	29
5.1 Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments	29
5.2 Màster universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives	30
5.3 Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia	31
5.4 Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària	32
5.5 Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	32
5.6 Grau Universitari de Disseny i Creació Digitals (240 ECTS)	33
5.7 Grau Universitari de Disseny i Creació Digitals (180 ECTS)	33
5.8 Grau de Comunicació	34
5.9 Grau d'Informació i Documentació	35
6. Accions de millora	36
7. Documents annexos	36

Nota prèvia: aquest document no ha passat un procés de correcció lingüística.

1. Dades identificadores bàsiques

Director dels Estudis	Dr. Jordi Sánchez Navarro
Responsables elaboració	Dr. Jordi Sánchez Navarro (Director dels Estudis) Dra. Amalia Creus (Sotsdirectora de Docència)
Òrgan i data d'aprovació	Consell de Direcció dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació, 13 de gener de 2025.

Nom de la titulació	Codi RUCT	ECTS	Curs implantació	Verificació	Modificació	Acreditació	Acreditació institucional
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia	4316278	60	2017-2018	07/07/2017	22/06/2020	28/09/2021	01/03/2022
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives	4316312	60	2017-2018	31/07/2017	24/07/2020	28/09/2021	01/03/2022
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments	4315872	60	2016-2017	09/06/2016	21/07/2021	20/11/2020	01/03/2022
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària	4316641	60	2018-2019	06/06/2018	21/07/2021	–	01/03/2022
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	4317162	60	2020-2021	10/03/2020	--	--	01/03/2022
Grau d'Informació i Documentació*	2500598	240	2009-2010	03/03/2009	07/07/2015	08/05/2017	01/03/2022
Grau de Comunicació	2500596	240	2009-2010	03/03/2009	28/10/2019	08/05/2017	01/03/2022
Grau de Disseny i Creació Digitals *	2503385	180	2016-2017	17/01/2017	25/07/2019	–	01/03/2022
Grau de disseny i creació digitals	2504626	240	2023-24	18/01/2023			01/03/2022

* Titulació en procés d'extinció.

2. Elaboració de l'informe

L'informe de seguiment de centre (ISC) dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació ha estat elaborat per el director dels Estudis i per la sotsdirectora de docència dels Estudis, amb el suport del Consell de Direcció Permanent dels Estudis, compostat per:

- **Dr. Jordi Sánchez Navarro** (Director dels Estudis)
- **Dra. Amalia Creus** (Sotsdirectora de Docència)
- **Dr. Daniel Aranda Juárez** (Sotsdirector de Recerca)
- **Dra. Sandra Sanz** (Sotsdirectora d'Aliances, Comunitat i Cultura)
- **Sra. Montserrat Atienza Alarcón** (Màner de programes)
- **Sra. Eila Murillo Fuentes** (Màner de programes)
- **Sra. Núria Busquets Pérez** (Administradora d'estudis)

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

- **Dra. Elisenda Estanyol**
Directora del Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments
- **Dra. Mireia Montaña Blasco**
Directora del Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària
- **Dra. Sílvia Martínez**
Directora del Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia
- **Dra. Candela Ollé**
Directora del Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives
- **Dra. Gemma San Cornelio**
Directora del Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca
- **Dra. Judith Clares**
Directora del Grau de Comunicació
- **Dr. Alexandre López Borrull**
Director del Grau d'Informació i Documentació
- **Dr. Javier Melenchón**
Director del Grau de Disseny i Creació Digitals (180 ECTS) i del Grau de Disseny i Creació Digitals (240 ECTS)

En l'elaboració dels Informes de Seguiment de Titulació (IST), s'ha seguit el procediment següent:

- Anàlisi de les dades que són objecte de valoració en l'elaboració dels informes.
- Elaboració de la versió inicial de l'informe pel director de programa, prenent en consideració la informació i valoració facilitada pel professorat sobre les assignatures.
- Reunió de la Comissió de Titulació per a posar en comú l'anàlisi d'aquesta primera versió.
- Revisió i tancament de l'informe, tenint en compte les aportacions de la Comissió de Titulació.
- Lliurament de l'informe a la sotsdirecció de docència per a la seva validació, previ al lliurament al Consell de Direcció Permanent dels Estudis.

Partint dels IST, en l'elaboració d'aquest Informe de Seguiment de Centre (ISC) s'ha seguit els passos següents:

- Revisió i validació dels informes de seguiment de titulació, em el sí del Consell de Direcció.
- Anàlisi de dades de caràcter transversal objecte de valoració.

- Elaboració de la versió inicial de l'informe per la Sotsdirectora de Docència dels Estudis.
- Revisió de l'ISC per el Consell de Direcció i l'Àrea d'Organització, Processos i Qualitat.
- Realització de les esmenes pertinents a partir de l'esmentada revisió.
- Presentació en la sessió del Consell de Direcció permanent dels Estudis on ha quedat validat i aprovat amb data 13/01/2025.
- Lliurament de l'informe a l'Àrea d'Organització, Processos i Qualitat.

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

Codi	Nivell (Centre/ Titulació)	Descripció original informe final avaluació externa	Resposta	Estat actual
PM-AC-20 21_02	Centre	Visibilizar las empresas con las que se tiene convenio para llevar a cabo las prácticas externas en cada uno de los dos títulos.		Pendent
PM-AC-20 21_07	Centre	Continuar explorando medidas para incrementar las tasas de participación en las encuestas por parte de todos los colectivos.		En execució
MO-MO-20 19_01	GR.Comunicació	La Comisión considera que sería preferible que las Prácticas externas se mantuvieran como materia obligatoria, y en todo caso recomienda a la Institución utilizar la información sobre el perfil profesional del estudiantado para orientarle a la hora de matricularse o no a la materia optativa de Prácticas. Este aspecto deberá ser objeto de especial seguimiento antes de la acreditación del Grado.	Estem implementant els mecanismes que vam establir per a seguir la recomanació formulada sobre fer seguiment del perfil de l'estudiant per a orientar-lo de manera adient per a matricular-se a les pràctiques optatives segons perfil. Primera proposta: seguiment a través de tutoria + enviament enquesta sobre pràctiques als estudiants.	Resolt
MO-MO-20 23-IT_01	GR.Comunicació	La Comisión considera que es poco coherente científicamente de las asignaturas Dirección de arte y Montaje audiovisual, propias del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad, sean impartidas por el área de Filosofía.		Resolt
MO-MO-20 23-IT_02	GR.Comunicació	Por otro lado, el número de sexenios de investigación del profesorado admite un claro margen de mejora.		Resolt
MO-VE-20 22_IT_01	GR Disseny i creació digitals 2023-2024	Especificar en qué consisten los sistemas de evaluación en función de los RA que pretenden certificar su logro.		En execució

MO-VE-20 22_IT_02	GR Disseny i creació digitals 2023-2024	Realizar un seguimiento sistemático de la adecuación del perfil de profesorado y su número para la tutorización del TFG.		En execució
MO-VE-20 22_IT_03	Titulació	Realizar un seguimiento de la adecuación del perfil de profesorado y su número para garantizar la atención necesaria al alumnado.		En execució
PM-VE-20 22_IT_04	GR Disseny i creació digitals 2023-2024	La Comisión considera que atendiendo a la aplicabilidad y experimentación que propone la titulación, es altamente recomendable incorporar una materia de prácticas externas ya que conferiría una gran potencialidad al máster.	La titulació conté una matèria de pràctiques externes optativa i ofereix pràctiques no curriculars a tots els estudiants de la titulació.	Resolt
PM-MO-20 24_IT_01	MU.Periodisme i comunicació digital	Considerar una futura ampliación de la oferta de asignaturas optativas.		Descartat
MO-AC-20 21_30	MU.Social media: Gestió i estratègia	Completar las guías docentes y actualizar la bibliografía básica y complementaria.	La informació pública dels plans docents ofereix una versió reduïda dels plans que es publiquen a l'aula, seguint esquema del web UOC. A nivell d'aula, encara que els plans ofereixen informació molt completa, crearem un grup de treball per tal de revisar tota la informació publicada, homogeneïtzar estil i apartats informats amb especial cura dels apartats de bibliografia i lectures recomanades per tal d'incrementar i mantenir actualitzats aquests apartats. Per tal de millorar i treballar la línia d'explicar la complementarietat i reducció de la percepció de solapaments entre matèries, s'incorpora aquesta acció per completar-la dins del pla de treball global especificat a l'informe de seguiment 2021-2022 que es desplega al curs 2022-2023. Amb el canvi de LMS i la migració de plans docents, es valora continuar durant el curs 2023/2024 amb un seguiment d'aquesta acció per garantir que tota la informació s'ha incorporat adequadament i que la informació pública conté totes les dades. Amb la incorporació de la nova eina d'edició de plans docents detectem desajustos a la publicació dels plans i per això es fa seguiment de contingut i publicació correcta als dos	Resolt

			idiomes i es deixa donat per resolt al semestre 2024-1	
--	--	--	--	--

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

4.1 Dimensió 1: Polítiques i estratègia

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

- El centre té definida una estratègia els objectius de la qual es despleguen en indicadors que en permeten mesurar el grau d'assoliment.
- El centre té unes polítiques establertes d'assegurament de la qualitat que inclouen abast, valors i objectius a assolir.
- La cadena de responsabilitats i les persones responsables estan clarament identificades en el procés de presa de decisions.
- Les polítiques es comuniquen i es ret comptes dels seus resultats als grups d'interès. 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 en el MECES.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia		x		
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca		x		
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.1.1 Governança

Els estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació té establerts una estructura i un sistema de governança alineat amb la governança institucional que aporta els mecanismes necessaris per a assegurar la eficiència en la presa de decisions, la participació dels grups d'interès i el reforç continuat de la qualitat dels programes formatius.

L'òrgan impulsor de la governança dels Estudis és el **Consell de Direcció**, integrat pel Director d'Estudis, la Sotsdirectora de Docència, el Sotsdirector de Recerca, la Sotsdirectora d'Aliances, Comunitat i Cultura, les Mànagers de Programes i l'Administradora d'Estudis. El Consell de Direcció es reuneix setmanalment per abordar decisions estratègiques i fer seguiment d'objectius anuals institucionals.

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

Una segona capa directiva està conformada per les **Direccions de Programa**, que juntament amb les corresponents **Comissions de Titulació**, són responsables de la coordinació de la titulació, el seguiment de la seva qualitat i el compliment d'objectius específics de cada programa formatiu. Les Direccions de Programa realitzen reunions plenàries mensuals o bimestrals amb la participació de tot el professorat que imparteix docència en la titulació, a més de trobades específiques amb els corresponents equips de tutors i professorat col·laborador.

La participació i aportació del col·lectiu d'estudiants queda també assegurada mitjançant les reunions semestrals del **Consell d'Estudis**. En aquestes trobades, on participen els representants electes del Consell d'Estudiants dels Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació, les direccions de programes, el director d'Estudis i la Sotsdirectora de Docència, s'aborden i discuteixen propostes, suggeriments de millora i problemàtiques recollides i aportades pels representants de l'estudiantat.

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

4.1.2 Oferta formativa i prospectiva de la seva evolució

La revisió sistemàtica de l'oferta formativa es contempla en el mapa de processos institucional -concretament el procés **PO07: Desplegar, revisar i millorar els programes**. Cada direcció de programa és responsable de fer el seguiment continuat de la qualitat del programa que dirigeix,

mentre la sotsdirecció de docència assegura la visió transversal de la qualitat de les titulacions que conformen en portafolis dels Estudis.

Les reunions de programa, liderades per les **Direccions de Programa**, són el marc en què es realitza la revisió sistemàtica de cada titulació. Els resultats d'aquesta revisió es posa en comú en les reunions trimestrals de la **Comissió de Programes ECIC**, liderada per la Sotsdirectora de Docència amb la participació de per totes les Direccions de Programa de titulacions oficials dels ECIC, el Director dels Estudis, les mànagers dels programes i l'administradora dels estudis. Així mateix, els aspectes més rellevants es traslladen al **Consell de Direcció dels Estudis**, que vetlla per la coherència estratègica i trasllada propostes de modificacions o de noves ofertes formatives en la reunió de programació que anualment es realitza amb el **Vicerektorat de Docència i Aprenentatge**.

En aquesta línia, destaquem com a novetat del curs 2023-2024 l'**Informe del Mercat de Treball dels Estudis ECIC**, elaborat per la [Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral de la UOC](#), amb la finalitat d'ajudar les direccions d'estudis i programes a identificar oportunitats en el sector, posicionar les titulacions en el seu entorn territorial, nacional i internacional, i detectar noves oportunitats formatives. Aquest informe utilitza com a font primària d'informació dades de vacants laborals en línia de la companyia Lightcast, juntament amb les correspondències establertes entre la formació UOC i les ocupacions/competències que es requereixen al mercat. A més, l'informe conté una secció amb diferents indicadors d'ocupabilitat a partir de les dades de l'Enquesta d'Inserció Laboral dels Titulats Universitaris (EILU) de l'INE i també facilita una anàlisi detallada de les vacants laborals que exigeixen cada ocupació i competència de la classificació ESCO de la Comissió Europea.

En termes generals, considerem que els Estudis tenen un portafolis que dona resposta a les demandes del mercat laboral i a les necessitats formatives del nostre estudiantat, fet que es reflecteix també en les dades de **satisfacció de l'alumnat i dels graduats amb les titulacions dels Estudis** durant el curs 2023-2024. Concretament, per sobre del 85% pel que fa a la satisfacció amb la definició i coherència dels Plans d'Estudis, i per sobre del 80% en la satisfacció general amb la titulació.

Així i tot, l'**Informe del Mercat de Treball dels Estudis ECIC** ens mostra, entre altres aspectes, que les titulacions dels ECIC són particularment sensibles als canvis tecnològics i com aquests impacten en els mitjans de comunicació, la creació audiovisual i noves tendències transmèdia. En aquest context, en els processos de revisió sistemàtica de les titulacions, durant el curs 2023-2024 s'ha identificat la necessitat de posar focus en la revisió i actualització del pla d'estudis de dues titulacions especialment sensibles a l'emergència de noves tendències professionals i noves tecnologies: el **Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia** i el **Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives**. Aquest procés de revisió s'iniciarà en el pròxim curs acadèmic.

Punts forts

- L'estructura i un sistema de governança dels Estudis, que aporta els mecanismes necessaris per a assegurar la eficiència en la presa de decisions, la participació dels grups d'interès i el reforç continuat de qualitat dels programes formatius.
- El suport que ofereix la Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral de la UOC perquè les direccions de programa puguin realitzar una anàlisi estratègica del mercat laboral, basat en dades.

Àmbits de millora

- L'actualització dels plans d'estudis dels programes de Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia i el Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives.

4.2 Dimensió 2: Disseny, aprovació i desplegament dels programes formatius

El centre té implantats processos per al disseny i l'aprovació dels seus programes, que tenen com a resultat plans d'estudis que responen adequadament a la temàtica i als objectius formatius de les titulacions. Els resultats d'aprenentatge es corresponen amb el nivell de qualificació d'aquestes titulacions d'acord amb el MCQES. I el seu desplegament temporal, l'assignació d'ECTS a les matèries i l'assignació docent són pertinents i adequats.

- Els processos implantats pel centre per al disseny i l'aprovació dels seus programes formatius són adequats i eficaços.
- Els programes formatius es revisen i es milloren periòdicament.
- El desplegament de les titulacions és coherent i adequat pel que fa a la temporalitat, càrrega docent, coordinació i supervisió.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia		x		
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca		x		
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.2.1 Disseny, aprovació i modificació

Durant el curs 2023-2024 va continuar el procés d'adaptació de les titulacions oficials dels Estudis al Reial Decret 822/2021. Així, seguint aquestes directrius, el grau de Disseny i Creació Digitals passa a oferir-se amb un nou pla d'estudis de 240 crèdits. En aquesta mateixa línia, el grau de Comunicació va modificar la seva estructura de mencions específiques: Publicitat, Periodisme, Comunicació Audiovisual, i Comunicació Corporativa i RP que passen a tenir 48 crèdits i incorporen noves assignatures optatives. També en el marc del Reial Decret 822/2021, el Màsters Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives i el Màster Universitari de Estratègia i Creativitat Publicitària van actualitzar els seus complements de formació i resultats d'aprenentatge (coneixements, habilitats i competències), i es van escriure als nous àmbits de coneixement.

També vam seguir avançant en la implementació de la perspectiva de gènere a la docència, donant continuïtat al clar compromís que mantenen els Estudis amb la implementació de la Competència Compromís ètic i global a les seves titulacions. Així, a més d'ampliar i transversalitzar l'ús docent del Toolkit de Gènere a totes les assignatures de grau i màster, durant aquest bienni es va crear la biblioguia Comunicació crítica, gènere i feminismes, un recull del cànon dels estudis feministes i de gènere en els estudis de comunicació. Aquesta guia, oberta a tota la comunitat universitària, convida a analitzar amb una mirada més reflexiva els continguts mediàtics que sols consumir, com notícies, anuncis, sèries o pel·lícules, per identificar discursos que contribueixen a perpetuar les desigualtats socials.

4.2.2 Desplegament

El conjunt de les titulacions oficials de grau i màster que conformen l'oferta formativa dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC estan totalment desplegades segons el calendari d'implantació previst recollit a les respectives memòries de verificació, exceptuant el nou **grau de Disseny i Creació Digitals, de 240 crèdits**, de nova creació. També es reitera que el perfil de competències de tots els programes oficials és consistent amb els requisits de la disciplina corresponent i s'adapta al nivell formatiu que marca el MECES.

Destacable mencionar que en el curs 2023-2024 es va iniciar el desplegament del nou **grau de Disseny i Creació Digitals, de 240 crèdits** segons el calendari previst, que inicia la seva trajectòria amb 562 estudiants de nou accés. També es va realitzar correctament el desplegament de totes les assignatures que es van incorporar a diferents graus i màsters com a resultat del procés d'adaptació de les titulacions al Reial Decret 822/2021. Per exemple, al grau de **Grau de Comunicació** es va implementar el desplegament de 4 assignatures optatives (Taller de fotografia publicitària, Taller de fotografia documental i fotoperiodisme, Estratègia i gestió de la marca, Informació i expressió sonora).

Pel que fa a l'adequació de la **coordinació entre les assignatures**, aquest ha estat identificat com a un punt de millora dels màsters durant els últims dos cursos acadèmics. Una de les titulacions especialment afectada és el Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca amb una valoració del 38,7% en aquest aspecte, i amb una mitjana dels màsters dels ECIC d'un 54,7% en el curs 2023-2024. Entre les accions de millora proposades per revertir aquest indicador, destaquem:

- Curós seguiment de la coordinació entre assignatures durant les **reunions de programa** i compartició de bones pràctiques en el marc de la **Comissió de Programes ECIC**.
- Documents *ad hoc*, elaborat en el marc de cada programa, on es comparteixen els plantejaments i les novetats de les assignatures.
- Implementació coordinada de noves estratègies d'avaluació digital (vegeu Dimensió 5).

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

Punts forts

- El correcte desplegament, segons el calendari d'implantació previst recollit a les respectives memòries de verificació, de totes les titulacions oficials dels Estudis.
- La coordinació entre equips docents.

Àmbits de millora

- La coordinació entre assignatures en el marc concret d'alguns màsters universitaris.

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

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

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

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		

Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia		x		
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca		x		
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.3.1 Admissió

Pel que fa a les xifres de noves matrícules, es mantenen en nivells similars a cursos anteriors amb dues excepcions on es detecta una reducció: el Màster de Social Media: Gestió i Estratègia (-9 matrícules en el semestre 2023-2 respecte al 2022-2) i el Grau de Disseny i Creació Digitals (-68 matrícules en el semestre 2023-2 respecte al 2022-2). En aquest cas, a conseqüència de l'extinció del Grau de Disseny i Creació Digitals de 180 crèdits, que en el marc de l'adaptació al Reial Decret 822/2021, dona pas a una nova titulació de grau de 240 crèdits). Així, tot i que en termes generals els nivells totals de matrícula de nou accés són adequats, es manté com a punt d'especial atenció el seguiment de les xifres de matrícula de les titulacions que presenten tendència a la baixa o no creixement.

En relació amb el perfil d'ingrés i vies d'accés dels graus i màster universitaris, s'aplica el previst en les corresponents memòries de titulació sense canvis significatius. També pel que fa al perfil de l'estudiantat es segueix en la línia de cursos anteriors: amb una important presència femenina sobretot en els màsters, i amb estudiants cada vegada més joves (en els graus 49,77% són menors de 24 anys, i el 38,57% ho són en els màsters universitaris). Aquest perfil d'estudiantat progressivament més jove es pot valorar com un indicador de l'interès i l'actualitat del portafoli dels Estudis, en la mesura que respon a la demanda i expectatives de persones que estan iniciant la seva formació universitària.

Així mateix, la via d'accés als Graus de Cicles Formatius de Grau Superior continua sent destacable: el 33,5% dels estudiants del Grau de Comunicació i el 32,44% del grau de Disseny provenen d'aquesta via d'accés.

4.3.2 Reconeixement i transferència de crèdits i d'aprenentatges previs

A continuació es valora breument els processos de reconeixement i transferència de crèdits i d'aprenentatges previs de les titulacions de màster universitari i el grau de Disseny i Creacions

Digitals de nova creació. Pel que fa al grau de Comunicació, es manté en línia amb cursos anteriors, sense aspectes destacables.

- *Grau de Disseny i creació Digitals*: Respecte al reconeixement de crèdits per les vies d'AEP s'han rebut durant aquest curs acadèmic 67 peticions, la gran majoria de CFGS i d'idiomes. El cicle formatiu que més reconeixements ha sol·licitat és el de Disseny i Edició de Publicacions Impreses i Multimèdia, seguit de Màrqueting i publicitat i Arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària. Per últim, en reconeixement d'experiència professional no s'han rebut peticions en aquest curs acadèmic.
- *Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments*: L'alumnat que no prové de les titulacions recomanades, però compta amb una titulació oficial ha de cursar una assignatura anivelladora (*Conceptes i pràctica de la comunicació corporativa*), que es va començar a impartir el segon semestre del curs 2021-22 i que va substituir les assignatures anivelladores prèviament existents, que estaven vinculades al Grau de Comunicació. Aquest canvi es considera molt positiu, ja que el seu contingut està especialment adreçat al nou alumnat del màster que ho requereix. Respecte al reconeixement de crèdits, les peticions d'avaluació d'estudis previs (AEP) són molt minoritàries, amb una mitjana en el període avaluat de 3,5 per curs. El darrer curs (2023-24) n'hi ha hagut 4. Pel que fa a reconeixement d'experiència professional (RAEP) en línia amb els cursos anteriors, pel curs 2023-24 s'han validat 27 peticions, essent el rol de 'responsable de comunicació' el més sol·licitat.
- *Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia*: El perfil d'accés recomanat continua sent majoritari entre els estudiants nous (73,12%), fet que justifica una matrícula molt residual de complements de formació. Pel que fa al procés de Reconeixement Acadèmic de l'Experiència Professional (RAEP), s'han reconegut els crèdits previstos seguint la normativa a un total de 7 estudiants que han documentat adequadament la seva experiència professional, i s'han validat un total de 15 crèdits en processos d'avaluació d'estudis previs.
- *Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària*: El perfil d'ingrés, segons la titulació d'origen, pel Curs 2023-24, és adient. Es manté en un 73% el percentatge d'estudiants que prové de titulacions recomanades: un 50% de titulacions de l'àmbit de la Comunicació (publicitat, relacions públiques, comunicació audiovisual, periodisme), un 14,5% de Màrqueting i Administració d'empreses i un 3,2% de Disseny o Belles Arts). El 27,42% restant prové d'altres ciències socials, humanitats o enginyeria. Dins d'aquests, l'11,3% són perfils d'ingrés de l'àmbit de les ciències socials (psicologia, educació, sociologia, turisme, Dret, CCPP i administració pública) i la resta, l'11,25%, són d'altres àmbits. Des de tutoria es confirma, cas per cas, si l'estudiantat té experiència professional en el sector publicitari per recomanar, i validar si és el cas, la matrícula dels complements formatius. Dos estudiants sense experiència publicitària i amb estudis d'àmbits poc afins van matricular 12 crèdits de complements de formació cadascun. Podem considerar, doncs, que la titulació dona resposta àmpliament als perfils recomanats i en aquells que és recomanable cursar complements de formació, aquests donen resposta adequada a les necessitats de formació d'aquests perfils per superar amb èxit el màster.

- *Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives:* L'estudiantat admès té el perfil d'ingrés adequat per a la titulació, ja que en un 57,78 % procedeixen de les titulacions recomanades de l'àmbit de la Comunicació i dins de la disciplina, el volum procedent de Periodisme és el més elevat (32 estudiants) amb diferència de la resta d'especialitats; el 20% procedeixen d'Arts i Humanitats i un 17,78% de Ciències Socials. Pel que fa a les titulacions, el 80% hi accedeix amb un grau oficial espanyol. L'alumnat que ha cursat complements de formació són 8 i procedien de: Grau en Criminologia; Grau Història, Grau en Filosofia, entre d'altres, sumant un total de 84 crèdits ECTS matriculats. Pel que fa el reconeixement de creditatge també seguim els procediments establerts a la universitat i comptem amb un equip de tutoria molt expert i coneixedor del sector. Pel que fa al Reconeixement Acadèmic de l'Experiència Professional (RAEP), durant aquest curs 2023-24 l'alumnat que ha demanat RAEP són 20 persones, 12 rols en periodisme i 8 de gestor i dinamitzador de la comunitat. Respecte a AEPs (Avaluació d'Estudis Previs) durant aquest curs acadèmic s'ha rebut 1 petició de reconeixement.
- *Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca:* Les vies d'accés al màster s'han mantingut en una línia similar als anteriors cursos, amb un 82,11% d'estudiants provinents de les titulacions recomanades, destacant Disseny (30,08%), Belles Arts (16,26%) i Publicitat (12,20%). Es consolida, doncs la tendència a tenir graduats en disseny com a major font d'entrada al màster. I es pot interpretar com un senyal de posicionament del màster dintre del sector del disseny. El 17,89% dels estudiants han accedit per altres vies, un total 19 estudiants. La petició d'avaluació d'estudis previs (RAEP), en la línia esperada, és molt residual, doncs només un estudiant l'ha sol·licitat durant aquest curs. I el reconeixement d'experiència professional, ha estat sol·licitat per 7 estudiants, en el rol professional majoritari de Dissenyador gràfic, seguit de Multimèdia i disseny. Internament es valora que la gestió interna d'aquests dos tràmits és poc àgil i es treballarà amb les tutores i l'equip de gestió del programa per millorar-la.

Punts forts

- L'interès que mantenen les titulacions de grau i màster per perfils d'estudiants joves.
- Els Cicles Formatius de Grau Superior com a una via d'accés destacable dels graus.

Àmbits de millora

- Evolució de noves matrícules en els programes amb tendència a la baixa o no creixement.

4.4 Dimensió 4: Personal docent

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

- Les credencials acadèmiques del professorat són adequades per desenvolupar la docència dels títols del centre.

- El professorat té l'acreditació necessària establerta per la normativa.
- El personal docent del centre és suficient per afrontar el desplegament de l'oferta acadèmica.
- Les necessitats formatives del professorat s'avaluen i les activitats programades són de fàcil accés.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia		x		
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca		x		
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.4.1 Perfil del professorat

Durant el curs acadèmic 2023-2024 l'equip de professorat permanent a temps complet dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació ha estat format per 33 professors i professores (11 homes i 22 dones). Aquest equip de professorat, que conforma la figura Professorat Responsable d'Assignatura (PRA), té una àmplia experiència docent en l'àmbit universitari, experiència investigadora acreditada i un profund coneixement del sector professional de la comunicació i la informació. Destaquem també l'alt nivell d'expertesa del professorat permanent dels Estudis: el 100% són doctors, 28 estan acreditats per una agència de qualitat i 25 disposen de trams de recerca /sexenni. En el curs 2023-2024 aquest equip de PRA ha estat reforçat amb la incorporació de dues professores, doctores i acreditades, una d'elles experta en l'àmbit de la comunicació corporativa i l'altra en el camp de la publicitat.

A més del professorat permanent i a temps complet de contrastada expertesa, l'equip docent dels Estudis compta també amb 563 professors col·laboradors que fan la docència a les aules, tots i totes amb experiència reconeguda en l'àmbit professional, acadèmic o investigador. També és important posar en relleu que totes les titulacions oficials dels Estudis compleixen els requeriments de professorat Doctor establerts per l'Agència de Qualitat Universitària (50% a màsters universitaris i 50% a graus), a excepció del Grau en Disseny i Creació Digitals, on el percentatge actual de professorat Doctor és del 45,6% en el nou grau de 240 ECTS i del 37,1% en el Grau de 180 ECTS, xifra inferior a l'assolida al curs 2022-2023 que va ser d'un 38,3%. Aquest és clarament un aspecte de millora de la titulació, que es continua treballant des de la direcció del programa.

Sobre aquest punt posem en relleu que els indicadors de satisfacció de l'estudiantat amb l'acció docent del professorat col·laborador durant el curs 2023-2024 supera el 65% en totes les titulacions, amb un promig agregat del 74,2%. Així mateix, el 86% de l'alumnat del Estudis considera que el professor col·laborador domina el contingut de l'assignatura, fet que corrobora el valor afegit que aporta aquest perfil de professorat a la qualitat de les titulacions.

També destacable la satisfacció amb el curs acadèmic expressada pel professorat col·laborador: 92,3% està satisfet amb ell desenvolupament del curs, 91% valora positivament les facilitats per desenvolupar la tasca docent, i 95,3% considera que la coordinació amb els/les PRA ha estat suficient i adequada per desenvolupar el curs correctament.

4.4.2. Suficiència de professorat

El professorat permanent a temps complet que conforma l'equip dels Estudis disposa de la dedicació per desenvolupar de manera adequada les seves funcions de docència, innovació, recerca, gestió i transferència. En aquest sentit destaquem la progressiva incorporació de nous professors a l'equip dels estudis - 6 noves incorporacions de professorat propi en els últims 2 anys - fet que ha permès equilibrar la dedicació docent, i ampliar el temps dedicat a altres funcions pròpies del PDI.

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

4.4.3 Formació del professorat

Pel que fa a les accions de suport i oportunitats per millorar l'activitat investigadora del professorat, el curs 2023-2024, s'ha ofert a tot el professorat propi les següents formacions:

- Taller sobre l'elaboració d'un currículum narratiu:
- Formació per a direccions de tesi
- Hackathon Coneixement Obert:
 - Publicació a repositoris en Obert
 - Com generar CVs normalitzats
 - Com millorar la teva identitat (ORCID, etc.)
 - Com acreditar-te o avaluar la teva recerca

Encara en relació amb les oportunitats formatives i per millorar la capacitat investigadora del professorat, en el curs 2023-2024 s'ha impulsat, a escala institucional, un nou programa competitiu

d'acceleració de la recerca, el programa *Research Accelerator*, que proporciona suport financer al desenvolupament d'activitats de recerca, transferència i emprenedoria amb l'objectiu d'incentivar aquest tipus d'activitat entre el personal docent investigador de la UOC. 15 professors dels Estudis van participar en les propostes presentades a aquesta convocatòria interna en el curs 2023-2024, i s'han finançat 8 activitats de recerca amb un pressupost de 16.335 €. A banda, s'ha destinat un total de 13.000 € primordialment a la mobilitat del nostre PDI.

En l'àmbit de la innovació docent, una iniciativa destacada en el curs 2023-2024 ha estat la tercera **Jornada #UOC2TheFuture**, impulsada a escala institucional. La iniciativa #UOC2TheFuture, és un esdeveniment UOC per compartir i debatre al voltant de la innovació en docència i aprenentatge en línia organitzat per l'eLearning Innovation Center (eLinC) i impulsat pel Vicerectorat de Docència i Aprenentatge de la universitat que té com a principal finalitat obrir un espai per compartir projectes i experiències de caràcter innovador.

De forma particular, i considerant el context actual d'emergència de les tecnologies d'intel·ligència artificial, durant el curs 2023-2024 hem seguit treballant, des de la **Comissió de Docència**, en la reflexió amb tot el professorat dels Estudis al voltant de la **integració de la intel·ligència artificial en els processos d'ensenyament i aprenentatge**. Aquesta reflexió va tenir com fita destacada l'organització d'una jornada-taller sobre IA i docència, impulsada pels Estudis en coordinació amb el eLinC (el e-Learning Innovation Center) enfocat al disseny de proves pilot que implementin millores i innovacions docents vinculades a la incorporació de la IA en la docència.

També es valoren positivament formacions i recursos formatius impulsats a escala institucional per formar el professorat en ús crític i efectiu de la Intel·ligència Artificial per a l'aprenentatge. Així, per exemple, el e-Learning Innovation Center de la UOC (eLinC) s'ha realitzat formacions específica en l'ús i l'aplicació de les eines d'IA en els processos d'ensenyament i aprenentatge, i s'ha proporcionat al professorat un conjunt de recomanacions recollides en els documents següents:

- [10 metodologías y actividades para evaluar y aprender con la IA generativa](#)
- [Recomendaciones para prevenir malas prácticas](#)
- [Cómo incorporar la IA en las actividades de aprendizaje](#)
- Casos de uso de la IA generativa en la docencia
 - [Preparación inicial de una asignatura](#)
 - [Ayuda en el diseño instruccional](#)
 - [Creación de instrumentos y actividades de evaluación](#)
 - [Creación de recursos docentes](#)
 - [Diseño de las actividades](#)
 - [Seguimiento de la actividad del estudiante en el aula](#)

Punts forts

- En nou programa d'acceleració de la recerca *Research Accelerator*
- La jornada institucional #UOC2TheFuture i les formacions impulsades per l'eLinC
- Els tallers de formació en innovació impulsats per la Comissió de Docència ECIC

Àmbits de millora

- La ràtio de professors col·laboradors doctors en les titulacions de l'àmbit del disseny.

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

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

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

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia		x		
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca		x		
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.5.1 Metodologia docent i activitats formatives

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

La valoració que fa el professorat col·laborador de les metodologies implementades corrobora aquesta percepció: segons dades del curs 2023-2024, un 89,5% del professorat col·laborador afirma que el desplegament de les assignatures (continguts, activitats, materials, avaluació, etc.) permet assolir els objectius d'aprenentatge definits. També destacable en aquest àmbit la satisfacció de l'estudiantat: 76,0% valora positivament a l'adequació de les activitats i al 74,7% pel que fa a la metodologia, valors que es mantenen en la línia del curs anterior.

Com a novetat del curs 2023-2024 destaquem la participació dels Estudis en diferents proves pilot orientades a la millora del feedback formatiu. Concretament, van participar d'aquesta iniciativa dues assignatures:

- Assignatura *Comunicació persuasiva en mitjans digitals*, (Grau de Comunicació) que va implementar estratègies d'alfabetització i reelaboració del feedback.
- Assignatura *Comunicació estratègica i creativa en les organitzacions* (Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments) que va aplicar l'estratègia de feedback basat en solucionari.

Amb relació a les **assignatures de Treball Final**, reitem que aconsegueixen amb l'assoliment de competències i presenten metodologies i criteris d'avaluació adients. La satisfacció amb els Treballs Finals es manté per sobre del 70%, presentat en alguns casos millores significatives en nivell de satisfacció, per exemple en el grau de Comunicació que se situa en un 84,8%, millorant respecte al curs anterior, o el Màster de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments, que presenta un 93,3% de satisfacció amb el feedback del tutor del TF, 15 punts % més que el curs anterior.

Posem també en valor l'esforç específic que s'ha fet a escala d'Estudis, durant el curs 2023-2024, en l'elaboració de documents d'orientació per a l'adaptació d'activitats formatives per alumnat amb necessitats específiques d'aprenentatge. Aquesta acció s'emmarca en la iniciativa institucional *Pla d'acció per a la millora de l'atenció a la diversitat de l'estudiantat en els processos d'ensenyament i aprenentatge*, impulsat des del Vicerectorat de Docència i Aprenentatge.

4.5.2 Avaluació

El sistema d'avaluació de les assignatures dels Estudis és, en termes generals, un indicador molt ben valorat pels estudiants en les diferents titulacions. En el curs 2023-2024 la satisfacció global amb els sistemes d'avaluació va ser del 75,3%, per sobre del llindar considera adequat.

Cal també recordar que, des de l'any 2020 la UOC ha adoptat un model d'avaluació totalment digital, eliminant les proves i exàmens finals presencials de tota l'oferta formativa. Aquesta decisió institucional representa una oportunitat única per consolidar el nostre model educatiu e-Learning en totes les seves dimensions i ens permet obrir nous horitzons en el futur de la universitat. Així mateix,

aquest canvi en el model d'avaluació es dona en un moment de profundes transformacions socials vinculades a l'expansió i popularització de tecnologies d'intel·ligència artificial, context que imposa desafiaments sense precedents a l'educació en general, i a la formació universitària en línia, en particular.

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

Durant el curs 2023-2024, en el marc d'aquesta iniciativa institucional, els Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació van dissenyar el mapa transversal estratègies d'avaluació digital de cada titulació. Aquest mapa, que és un document viu de les direccions de programa, recull de forma progressiva les assignatures que a cada semestre apliquen determinades estratègies, com poden ser les Proves orals virtuals síncrones, Proves orals virtuals asíncrones, Quizzes, o mecanismes de supervisió remota.

En termes generals es valora positivament la implementació de les noves estratègies d'avaluació digital en el marc dels Estudis, i es confia que contribueixen a reforçant els mecanismes per assegurar la identitat i l'autoria de l'estudiant i fomentant la integritat acadèmica. Així i tot, s'espera tenir més dades recollides en els semestres vinents sobre la valoració que fan els diferents grups d'interès dels canvis que s'estan implementant a escala institucional, per tal de fer una valoració més completa i acurada dels resultats de cada estratègia.

Punts forts

- El caràcter formatiu i actiu de les activitats de formació continuada
- L'impuls a la millora de l'avaluació digital i les noves estratègies d'avaluació

Àmbits de millora

- Donar continuïtat al desplegament d'estratègies d'avaluació digital, en línia amb l'estratègia d'avaluació digital de la universitat.

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

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

- Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral i/o el desenvolupament professional.
- El centre té implantats processos adequats i eficients per seguir el progrés de l'alumnat i

orientar- lo acadèmicament i personalment.

- Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants, a les característiques de la titulació i al model educatiu del centre.
- Les infraestructures docents i de suport a l'aprenentatge donen resposta adequada a les necessitats d'aprenentatge de l'alumnat.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia			x	
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca			x	
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.6.1 Serveis d'orientació acadèmica i professional

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

Pel que fa a l'acompanyament docent, a més dels rols docents de professor propi i col·laborador, posem focus en el rol de seguiment transversal de l'equip de tutors. Tot i que en el conjunt de les titulacions dels Estudis l'acció tutorial ha estat històricament ben valorada, des del curs 2019-2020 fins al curs 2021-2022 els nivells de satisfacció en el marc dels màsters han anat baixant per sota del 70%. En el curs 2022-2023, fruit de les accions de millora plantejades pels programes, s'aprecia una pujada en aquest indicador que es manté en el 2023-2024: 68,7% en màsters i 74,9% en graus. Així mateix, des d'una visió desagregada per tipologia de tutoria, en el curs 2023-2024 s'aprecia una satisfacció molt elevada (95,6%) amb la figura de tutor/a d'inici, conformada per personal propi a temps complet que dona suport personalitzat a estudiants de nou ingrés en els graus.

Pel que fa a la comunitat UOC en xarxa, un aspecte que destaca molt positivament és la millora de la satisfacció amb els serveis d'orientació professional, que històricament tenien una molt baixa valoració (40,4% en el curs 2021-2022) i passen a un valoració del 59,9% en el curs actual. Aquesta millora reflecteix l'evolució de l'estratègia institucional d'aproximació al món econòmic i industrial i de projectar la transferència i l'emprenedoria mitjançant una relació activa amb els diferents grups d'interès. En aquesta línia, és destacable la organització dels seminaris amb professionals del sector de la comunicació sobre sortides professionals en el marc de les pràctiques, organitzats per a la professora responsable de pràctiques i oberts a estudiants de totes les titulacions.

4.6.2 Serveis i recursos de suport a l'aprenentatge

La satisfacció amb els recursos d'aprenentatge és, en termes globals, positiva: 69,8% de l'estudiantat considera que els recursos d'aprenentatge contribueixen a l'èxit del seu aprenentatge (amb una lleugera pujada en relació al curs anterior on aquest mateix indicador era de 67,9%). S'identifica a més una clara millora en algunes titulacions, per exemple, al Màster Universitari en Social Media: Gestió i Estratègia (que passa d'un 67,4% a un 76,9% de satisfacció en aquest indicador) i el Màster Universitari en Estratègia i Creativitat en Publicitat, que passa d'un 76,3% a un 85,5% de satisfacció amb els recursos d'aprenentatge en el curs 2023-2024. Prenent en consideració la inversió que s'ha fet durant els últims dos anys en la transformació i actualització dels recursos d'aprenentatge de tots els programes, es seguirà treballant en el marc de cada programa per tal assegurar que totes les titulacions arribin al llindar desitjable de 75% de satisfacció.

Un altre aspecte que cal esmentar és la baixa percepció de l'estudiantat sobre la utilitat dels serveis de Biblioteca, que es manté per sota del llindar mínim de 50% en quatre titulacions: el Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca (40%), el Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives (46,7%), el grau de Disseny i Creacions Digital (48,6%) i el Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments (39,1%). Prenent en consideració l'afectació transversal d'aquest indicador, es farà una diagnosi més acurada juntament amb l'equip de Biblioteca per tal d'identificar possibles causes i accions de millora.

D'altra banda, s'accentua la baixa valoració per part dels estudiants del procediment de sol·licitud i gestió de les pràctiques (35,7% de satisfacció), indicador que ja ha estat reportat al Servei de Pràctiques i Mobilitat, responsable per la gestió d'aquest servei. Es corrobora així la necessitat de posar focus en la millora del servei de gestió associat a les pràctiques i la necessitat d'implementar millores a escala institucional.

Pel que fa als mecanismes de funcionament i seguiment dels Treballs Finals, no s'identifiquen canvis significatius respecte a l'informe anterior, i es manté una satisfacció correcta, del 79,91% amb les assignatures TF.

Punts forts

- L'elevada satisfacció amb la tutoria d'inici als graus universitaris
- La bona satisfacció amb els recursos d'aprenentatge

Àmbits de millora

- La baixa percepció sobre la utilitat dels serveis de Biblioteca
- La baixa valoració amb els processos de gestió de pràctiques

4.7 Dimensió 7: Implantació del SIGQ i resultats acadèmics

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

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

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia		x		
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca		x		
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.7.1 Resultats dels programes formatius

Els indicadors de qualitat de tots programes formatius inclosos en aquest informe, des d'una perspectiva global, són adequats i aconsegueixen els valors esperats. Es destaca, en termes

transversals, les bones dades de rendiment i èxit (respectivament, 85,6% i 93%), i de satisfacció global amb les assignatures (74,5%) i l'acció docent (74,6).

Pel que fa a la concreció dels indicadors de cada programa, prenent en consideració la seva diversitat, s'inclou a continuació una breu descripció dels principals resultats de cada titulació.

Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments

Les dades de rendiment i d'èxit se situen de mitjana per sobre del 90% des de l'inici d'impartició de la titulació. La satisfacció amb les assignatures (76,1%), la satisfacció amb l'acció docent (75,8%), la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge (73%) i la satisfacció amb el model d'avaluació (76,7%) se situen en valors superiors o molt propers al llindar òptim de la UOC, i per sobre de la mitjana dels màsters dels ECIC. Des del curs 2019-20, la satisfacció de l'alumnat ha estat força estable, essent els recursos d'aprenentatge l'aspecte menys ben valorat. També es detecta que el darrer curs 2023-24 alguns indicadors de satisfacció han descendit tot i que se situen per damunt del 70%. Cal tenir en compte que, a nivell general, les dades de les enquestes de satisfacció amb les assignatures del darrer curs (2023-24) presenten errors mostrals en molts casos superiors al 40%, la qual cosa fa que la seva representativitat no sigui òptima. Pel que fa a aspectes de millora, es destaca el descens en la satisfacció de l'alumnat en les assignatures *Conceptes i pràctica de la Comunicació Corporativa, Protocol empresarial, Protocol oficial, Lobbyism and Public Affairs i Comunicació interna*; s'analitzarà i se'n derivaran accions de millora. Pel que fa a la taxa d'abandonament (18,7%) i la satisfacció dels graduats (76,5%), es mantenen per sobre del llindar del 75%,

Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària:

Aquest darrer curs 2023-2024, la titulació presenta una taxa de rendiment del 88,5% i una taxa d'èxit del 98,7%, superant àmpliament el llindar esperat. També destaca la satisfacció amb l'acció docent (80,2%) i l'avaluació (81,3%). Pel que fa a la taxa de graduació, en la cohort 23-24 se situa al 37,1%. Aquesta dada també es considera positiva, en relació amb les previsions en la memòria verificada, que van ser del 20%, tenint en compte la dedicació a temps parcial de la majoria de l'estudiantat. La taxa d'abandonament també s'ajusta a la memòria, que preveia un 25%. Tot i això, aquest índex ha augmentat, fins al 25%, quan se situava al 16% el curs anterior. Se'n farà un especial seguiment a aquest indicador des de la direcció del programa, amb accions específiques vinculades a la Tutoria. D'altra banda, els graduats mostren una alta satisfacció vers el programa. Un 80% afirma estar d'acord o molt d'acord en el fet que el màster està ben organitzat (coordinació i seqüenciació d'assignatures, calendaris, etc.); un 83,4% diu estar d'acord o molt d'acord en el fet que el contingut de les assignatures s'adequa al perfil formatiu del màster i gairebé un 70% que la metodologia docent ha afavorit el seu aprenentatge.

Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia

Les dades de rendiment i èxit se situen per sobre dels indicadors ja que el rendiment és del 90,7% i l'èxit és del 94,1%. La revisió en detall de les assignatures ens permet observar que totes presenten dades òptimes llevat de la matèria de Metodologies d'investigació en la comunicació. Aquesta assignatura s'imparteix conjuntament amb estudiants del Màster en Estratègia i Creativitat en Publicitat on les dades í que són positives davant del 50 i 60% respectivament que han registrat els estudiants del Màster de Social Media. Per això es replantejaran els reptes proposats i s'incorporarà

una avaluació progressiva de manera que l'últim lliurament permeti demostrar que s'han assolit els RA vinculats amb la matèria. La satisfacció general amb les assignatures és del 82,7%. En quant a l'acció docent, ja hem apuntat que la valoració és del 81,5%. En detalla, la major part de les assignatures situa la seva satisfacció per sobre del 75% o amb xifres molt properes. Solament l'assignatura de Community management s'allunya d'aquesta dada amb una valoració del 53,8%. Malgrat que la participació en l'enquesta és reduïda i presenta un marge d'error significatiu, es té present aquesta dada per plantejar accions de millora relacionades amb l'acció docent. Sobre els resultats d'aprenentatge, el conjunt de les assignatures té una valoració del 76,1%. Pel que fa als nivells d'abandonament es mantenen similars a anys anteriors (17,3%). Es detecta també una significativa baixada en la satisfacció dels graduats (del 85,7% al 70%), dada que requerirà de seguiment en els semestres vinents.

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

Aquesta titulació té una taxa d'èxit del 88,8%, mentre la taxa de rendiment mitjana de la titulació és del 81%. Pel que fa la taxa de satisfacció amb l'acció docent és d'un 69,8%; 71,6% amb l'assignatura i 66,7% amb el model d'avaluació. La satisfacció de les pràctiques externes és d'un 50%, l'adequació dels recursos del centre de pràctiques és del 100% i l'adequació dels recursos de l'aula virtual també. La titulació implementa accions de millora específica orientades a millorar els resultats d'aquest indicadors. En relació a la taxa de graduació es situa en nivells per sobre dels valors indicats en la memòria, amb un resultat de T+1 en el curs amb 63 graduats (27,8%), la xifra més alta des del naixement de la titulació. La taxa d'abandonament (26,5%) també es situa en nivells per sota del 30% tal i com s'indica en la memòria verificada. Respecte a la satisfacció dels graduats hi ha una millora en tots els indicadors. Destaquem que el 79,2% satisfet amb la titulació i el mateix indicador amb la recomanació de la UOC a tercers. Aquesta mateixa enquesta ens indica que els graduats consideren que assoleixen amb excel·lència les capacitats professionals, amb un 88,9%; les habilitats comunicatives amb un 77,8% i la millora de les competències personals amb un 88,9%. Finalment cal destacar que els resultats de l'informe EUC-AQU en relació a la inserció laboral posicionen a l'alumnat del màster en una situació favorable (95,3% ocupats i un 4,7% aturats, dels ocupats un 86,5% a temps complet) i comparativament a la part alta de la taula.

Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca

Les taxes de rendiment i èxit del màster són molt elevades: 90,1% i 94,1% respectivament. Les dades de satisfacció en que es basen els següents comentaris no es poden considerar fiables en la seva totalitat atès que la participació va ser molt baixa en el segon semestre. Els resultats amb aquesta mínima participació empitjoren una bona part dels indicadors, per tant, les accions sobre les assignatures es planificaran només en aquells casos on l'evidència per altres fonts ens permet identificar problemàtiques concretes associades a aquella assignatura. La millora de les capacitats professionals es valora amb 70,6 %, d'acord amb l'enquesta de valoració del curs. Concretament la resposta a la pregunta: "La formació rebuda m'ha permès millorar les meves capacitats per dur a terme l'activitat professional". La satisfacció global amb l'assignatura és d'un 67,9% (2,1 punts per sota del semestre anterior i la més baixa també de l'històric). Observem que cada segon semestre baixa una mitjana de 5 punts perquè la participació en l'enquesta és molt baixa (responent entre 5 i 8 persones en algunes assignatures) i els resultats solen ser pitjors. El segon semestre fa baixar dues assignatures en concret: *Marca gràfica* i *Cultura del disseny i les marques* (al voltant del 30-33%), que en el global se situen en una satisfacció del 53,3 o el 55,2. Per tant les dades conjuntes surten perjudicades per la percepció del segon semestre en general. En total s'hi han graduat 82 persones

durant el curs 23-24, que coincideix amb la xifra de l'any anterior. La taxa d'abandonament (T+2) és del 18,5 % de la cohort de 22-23. És un valor correcte d'acord amb el plantejat en la memòria de la titulació (<25%).

Grau de Disseny i Creació Digitals (240)

Les dades de rendiment i d'èxit se situen de mitjana per sobre del 70% (concretament, 75,1% rendiment i 86,5% èxit), valors que es consideren adequats. La satisfacció amb les assignatures (84,8%), la satisfacció amb l'acció docent (86,6%) i la satisfacció amb el model d'avaluació (85,1%) se situen en valors superiors al llindar òptim de la UOC. D'altra banda, la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge (80,1%) és molt positiu, i es troba per sobre de les altres titulacions dels Estudis. Prenent en consideració que es tracta d'una titulació de recent creació, caldrà esperar propers semestres per fer una valoració més detallada de la seva evolució.

Grau de Comunicació

Les dades de rendiment i d'èxit se situen de mitjana per sobre del 85% (concretament, 86,9% rendiment i 94,9% èxit), valors que es consideren adequats. La satisfacció amb les assignatures (76,3%), la satisfacció amb l'acció docent (76%), la satisfacció amb els recursos d'aprenentatge (71,9%) i la satisfacció amb el model d'avaluació (77,2%) se situen en valors superiors o molt propers al llindar òptim de la UOC, i compleixen amb els objectius esperats. En contrapartida destaquem que els resultats de rendiment de *Periodisme d'investigació i dades* se situa per sota del 65% (55,2%) i en un 63% d'èxit, per sota de les dades globals de la titulació. Els resultats d'èxit de l'assignatura de *Direcció d'Art* se situen també per sota del 90% (75 %). (10 respostes de 117 estudiants). Finalment, si bé la majoria d'assignatures se situen amb dades de satisfacció per sobre del 75% es detecten algunes sobre les que cal fer un especial seguiment en situar-se per sota del 50%: *Realització audiovisual*, *Disseny del TFG*, *Direcció d'Art* (sense dades).

Punts forts

- Els bons resultats globals en rendiment i èxit
- Els valors globals de satisfacció amb les assignatures i l'acció docent

Àmbits de millora

- La baixa satisfacció amb els recursos d'aprenentatge (62,5%)

4.8 Dimensió 8: Informació pública

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

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

titulacions.

Titulació	En progrés vers l'excel·lència	S'assoleix	S'assoleix amb condicions	No s'assoleix
Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Organització d'Esdeveniments		x		
Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària		x		
Màster Universitari de Social Media: Gestió i Estratègia		x		
Màster Universitari de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives		x		
Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca		x		
Grau de Disseny i Creació Digitals		x		
Grau de Comunicació		x		
Valoració global dels Estudis		x		

Anàlisi i valoració

4.8.1 Qualitat de la informació

La Universitat Oberta de Catalunya i els Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació disposen de diferents mecanismes per a garantir l'accés a informació veraç, completa i actualitzada sobre les diferents titulacions que imparteix, el seu desenvolupament operatiu i els resultats assolits en cada cas. Les dades de satisfacció recollides del curs 2023-2024 relacionades amb aquest estàndard ho corroboren i ens indiquen un nivell de satisfacció global de l'estudiantat amb els processos d'informació de la universitat es manté per sobre del llindar del 75%. (81,5% en el curs 2023-2024).

4.8.2. Contingut de la informació

Tota l'activitat de recerca i transferència dels Estudis, incloses les publicacions del curs 2023-2024, s'actualitza de forma continuada i està disponible a la [web dels Estudis](#). Així mateix, la informació sobre els **resultats acadèmics i de satisfacció**, es poden consultar en l'espai institucional "Qualitat" del portal, mitjançant els següents enllaços:

- [Resultats acadèmics](#)
- [Resultats de satisfacció](#)

- [Espai Informes de qualitat de les titulacions](#)

Sobre aquest punt, s'observa que hi ha hagut un canvi recent en la **informació pública dels resultats (acadèmics i satisfacció)** i no es disposa d'informació específica per titulació. Només es mostra la informació a escala de grau i MU. Aquest canvi afecta a totes les titulacions de la UOC i s'ha fet constar a l'Àrea d'Organització, Processos i Qualitat. Per aquesta raó s'incorpora una acció de millora específica a nivell de centre i d'abast Universitat.

També volem posar en relleu algunes de les accions específiques de difusió i transferència vinculades als programes de grau i màster, portades a terme durant el curs 2023-2024:

- [VIII Jornada MoJoInnova UOC-EFE 2024](#)
- [II Jornada Comunicació i Música \(#UOComMusic\): Prescriptors i influencers, funció i impacte en el discurs i les narratives de la indústria musical](#)
- [VII Edició de la Jornada Almanzora Comparte](#)
- [Periodisme de pau i feminisme: narrar els conflictes des d'un altre lloc](#)
- [El periodisme i la comunicació esportiva en el context actual](#)
- [Patrons foscos. Disseny algorítmic i exclusió social](#)
- [Jornada Estudios Culturales: Movilidades en contexto: cultura popular, comunicación y socialidades](#)
- [EXPANDENT ELS MARGES Congrés internacional de recerca en disseny](#)
- [Premis als Millors Treballs Finals de Grau i Màster Universitari](#)

Destaquem finalment que durant aquest últim curs s'ha implementat la **nova eina de pla docent**, que permet una millora de la visualització de la informació, tant en els plans docents publicats en el portal com dins de l'aula.

Punts forts

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

- La pàgina web ECIC, que integra informació rellevant i d'actualitat sobre l'activitat docent, de recerca, de difusió i de transferència impulsada pels Estudis.
- La Newsletter mensual, dirigida als professors docents col·laboradors i a l'equip propi dels ECIC, on es fa difusió sobre continguts de docència, recerca, transferència i activitats.
- El Blog Tot Comunica, amb notícies i entrevistes d'interès per a tota la comunitat ECIC sobre continguts de docència, recerca, transferència i activitats, així com d'actualitat de l'àmbit.
- L'organització d'esdeveniments impulsats per els Estudis.
- El podcast Parenthesis, dirigit a tota la comunitat UOC en el qual us presentem les darreres tendències en informació i comunicació en format entrevista.

Àmbits de millora

- Manca informació actualitzada sobre els **resultats acadèmics i de satisfacció a nivell de titulació** en l'espai institucional "Qualitat" del portal.

5. Valoració de les titulacions

5.1 Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments

El Màster Universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments ha tingut unes dades de matrícula en el període avaluat (2019-20 a 2023-24) que el situen com el màster universitari dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació (ECIC) amb més volum d'estudiants i de nova matrícula. Les vies d'accés al Màster s'han mantingut similars durant el període. L'alumnat que no prové de les titulacions recomanades però compta amb una titulació oficial, per a poder realitzar el Màster ha de cursar obligatòriament l'assignatura anivelladora (*Conceptes i pràctica de la comunicació corporativa*), que es va començar a impartir el segon semestre del curs anterior (2021-22).

Les dades de rendiment i d'èxit se situen de mitjana per sobre del 90% des de l'inici d'impartició de la titulació. Les dades de satisfacció també es valoren positivament, amb quasi la totalitat d'indicadors situats per sobre del 75% en el període avaluat, per damunt de la satisfacció mitjana dels màsters dels ECIC i dels màsters universitaris de la UOC en el mateix període.

El Treball Final de Màster, que es considera una fita clau en qualsevol titulació, compta amb un equip docent molt consolidat, doctor i amb experiència en recerca i tutorització de TFs. EL TFM té una satisfacció mitjana del 79,6% en el període avaluat. Les persones graduades també valoren favorablement aquesta assignatura crucial. La qualitat dels TFMs s'ha vist reconeguda per premis i reconeixements externs (Premis a l'Excel·lència en Estudis de Protocol per part de l'Associació Espanyola de Protocol (AEP) i Premi UOC Rural).

Des de la titulació, s'ha fet especial atenció a la comunitat de persones graduades de la titulació, amb la Comissió de Graduades i Graduats del Màster, així com l'establiment de comunicacions periòdiques amb aquest *stakeholder* a través del grup de LinkedIn i de *mailings*, i l'organització d'activitats en les quals se'ls convida a participar-hi (jornades, visites, etc.). Són accions destinades a estrènyer el vincle amb aquest públic clau, que manifesta una satisfacció mitjana amb la titulació en el període avaluat del 75,4%.

Els indicadors referents al professorat de la titulació es considera que se situen en progrés vers l'excel·lència, la qual cosa es justifica per: (1) la ràtio total de professorat doctor (propri i col·laborador) superior al 70%, superant amb escreix l'exigut en màsters universitaris; (2) la consolidació de l'equip docent, amb PRAs i PDCs que porten des de la primera edició (2016-17) vinculats a les assignatures; (3) la qualitat de la recerca duta a terme pel professorat propi, amb la participació en projectes de recerca i resultats publicats en prestigioses revistes i editorials; (4) la satisfacció amb l'acció docent per part de l'alumnat, que se situa en un 77,6% en el període avaluat, per sobre de la mitjana dels MUs de la UOC.

El Màster vol estar al dia de les tendències i novetats del sector professional. És per això que al llarg del període avaluat s'han seguit estrenyent els vincles amb el sector professional: manteniment i establint nous convenis de col·laboració amb diverses associacions professionals, així com organitzant activitats conjuntes (xerrades, visites, capítols de pòdcasts, etc.). També amb la

participació de les pròpies persones graduades de la titulació -moltes de les quals són també professionals en actiu-, s'han organitzat jornades de sortides professionals.

L'acompanyament a l'estudiant és un objectiu important. És per això que s'ha fet una aposta per l'organització de diverses sessions informatives semestrals *online* i síncrones. Concretament: sobre la titulació, sobre el TFM, sobre les pràctiques. Aquestes sessions permeten aprofundir en processos i continguts específics, i resoldre dubtes de l'alumnat. De cara al proper curs, es preveu implantar una nova acció: la sessió de benvinguda al nou alumnat.

La coordinació d'assignatures és un aspecte també sobre el qual es treballa semestralment amb tot l'equip de PRAs, realitzant un anàlisi de les assignatures i proposant accions de millora per cadascuna, les quals es recullen en un document compartit i es comenten en les reunions de programa.

Alguns dels àmbits de millora identificats, com la baixa satisfacció amb l'orientació professional i el servei de biblioteca, es proposa analitzar-los conjuntament amb els departaments corresponents de la Universitat. Pel que fa a la satisfacció per sota del llindar òptim d'alguns aspectes que afecten a assignatures concretes, es proposen accions de millora específiques que tenen a veure amb la incorporació de nous recursos d'aprenentatge, el canvi d'algun PDC, i/o la incorporació de rúbriques per millorar el *feedback*.

Pel que fa específicament al darrer curs (2023-24), el Màster ha fet front a tres reptes importants, que també afecten a d'altres titulacions de la UOC: (1) el traspàs al nou format d'aula CANVAS, (2) l'inici de l'elaboració d'un Modifica per donar compliment al RD 822/2021 (previst per la tardor de 2025), i (3) la reflexió sobre com incorporar la intel·ligència artificial (IA) en el procés formatiu i en els continguts sobre la pràctica professional associada al Màster. A banda, el Màster ha format part del pilot sobre (4) noves estratègies d'avaluació digital. La valoració és positiva: l'equip docent considera que el nou model CANVAS no ha generat incidències i ha donat més estabilitat a l'entorn d'aprenentatge. Pel que fa a la reflexió sobre la incorporació de la IA a nivell docent a les aules, es valora com un aspecte important sobre el que es continuarà treballant al llarg dels propers cursos. S'hi ha dedicat una reunió monogràfica per part de la Comissió de la Titulació i s'ha demanat l'assessorament de l'eLinC per a implementar la IA a nivell docent a les aules. També s'ha fet difusió sobre l'impacte de la IA en l'àmbit professional del Màster a través dels canals propis dels Estudis (pòdcast *Parenthesis*, blog *Todo Comunica*, revista *COMeIN*). I, a nivell de recursos d'aprenentatge, s'està preparant una *Guia sobre la IA en Comunicació Corporativa*. També s'ha dut a terme formació per al personal propi, que continuarà el proper curs sota el projecte SOFIA de la UOC. Pel que fa a les noves estratègies d'avaluació digital promogudes des del grup AFIA de la UOC, s'han incorporat també a nivell de pilot en assignatures del Màster (proves orals síncrones, quizzes) amb una valoració positiva per part de l'equip docent. De cara al curs 2024-5 s'ampliaran aquestes estratègies a més assignatures de la titulació, afegint-hi també proves orals asíncrones.

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

La valoració global de la titulació és positiva i l'assoliment és generalitzat. Es sintetitza el més destacable de les dimensions i corroborem que el màster està alineat amb els objectius institucionals i està adequat a les necessitats de l'alumnat (dimensió 1 de polítiques i estratègia). La dimensió 2 de

disseny, aprovació i desplegament també s'assoleix i s'ha resolt favorablement el procés d'acreditació per fer les adaptacions pertinents al RD 822/ 2021. Pel que fa la dimensió 3 els perfils d'accés, d'alumnat, així com els complements formatius i el reconeixement de crèdits es manté amb les dades habituals, però es farà un especial seguiment de les xifres de la nova matrícula en els propers cursos.

La dimensió que recull dades sobre el personal docent i professorat voldria posar en valor la qualificació acadèmica, juntament amb la trajectòria docent i investigadora dels PRA que és valorat com a punt fort; tot i que la recerca estrictament de comunicació i periodisme és minoritària. L'IST ha servit per diagnosticar el baix percentatge de professorat col·laborador doctor, amb un 58.6% (de manera específica podem indicar que dels 43 col·laboradors de la titulació, el 32,6% són doctors). Cal reforçar en els nous fitxatges el requisit del doctorat.

En la dimensió 5 d'aprenentatge, ensenyament i avaluació voldria destacar l'acció de millora focalitzada en el feedback que consistirà en oferir unes pautes per tal de poder ser comptabilitzat amb les eines disponibles i, a més, oferir unes guies per tenir uns mínims o coherència com a titulació.

La dimensió 6 de recursos d'aprenentatge i suport a l'alumnat destacaria la bona feina en l'assignatura del TFM, a nivell global, i la necessitat -ja detectada i treballada històricament- de millora amb els recursos d'aprenentatge del programa, que hem marcat com s'assoleix amb condicions. La implantació del SIGQ té uns valors en sintonia amb la resta de màsters i es destacaria les accions de millora focalitzades en 3 assignatures: Tècniques avançades d'anàlisi i visualització de dades; Periodisme d'investigació i Direcció de projectes de comunicació digital. En la darrera dimensió, la 8a, la informació pública està actualitzada i s'assoleix, sempre en sintonia i alineada amb la universitat.

5.3 Màster universitari de Social Media: Gestió i Estratègia

El desenvolupament del pla de treball global cap a l'excel·lència i les accions recollides als IST han contribuït a la millora general del programa que s'evidencia en la millora de la satisfacció respecte a les assignatures, l'acció docent, els recursos d'aprenentatge i el model d'avaluació al conjunt del Màster. Cap destacar la predisposició per incorporar a diferents matèries innovacions o participar en projectes pilot que puguin contribuir en oferir una millor experiència docent. Solament algunes assignatures presenten dades de satisfacció que demanen actuacions específiques com Analítica avançada, Community management, el TFM i les pràctiques.

El perfil d'accés és adequat i les dades de matrícula es mantenen estables encara que comencen a observar-se senyals de davallada que demanen atenció de cara als pròxims cursos. L'impacte reputacional de l'entorn social media podria tenir els seus efectes per la qual cosa el posicionament ètic del programa serà un dels elements a tenir present de cara a canvis en el programa. En aquest sentit cal destacar la coherència del programa i el seguiment de les demandes del sector professional que es materialitzen en diferents iniciatives, algunes destacades com a bones pràctiques, i que impliquen contactes amb experts i l'establiment d'aliances, també de caire internacional.

La satisfacció amb l'acció tutorial presenta dades positives encara que alguns serveis com els relacionats amb l'orientació professional o biblioteca no ofereixen resultats òptims. En aquest sentit es potenciarà la col·laboració per tal d'acompanyar i visibilitzar les seves tasques entre l'estudiantat.

Destaca el perfil de l'equip docent, amb professorat amb un percentatge de doctors elevat, també de les dades dels membres de l'equip propi acreditats i amb una elevada contribució a la recerca que es concreta tant en la participació de projectes com en les publicacions realitzades.

Pel que fa al procés e informació pública, també els resultats són positius fruit de les accions implementades i de seguiment per mantenir les dades actualitzades després del procés de canvi implementat tant al gestor de continguts del site com a les aules amb el pas a CANVAS.

Les dades de rendiment i èxit es situen en termes generals per sobre dels indicadors i solament Metodologies d'investigació de la comunicació requereix d'actuacions per millorar els resultats. Cal destacar que les dades de graduats es mantenen estables, com també passa amb els percentatges d'abandonament on es veu que les accions d'acompanyament desenvolupades des de tutoria i direcció del programa tenen efectes positius en dades de rematrícula.

5.4 Màster Universitari d'Estratègia i Creativitat Publicitària

La valoració global de la titulació en el Màster Universitari en Estratègia i Creativitat en Publicitat és molt positiva, amb indicadors sòlids en rendiment acadèmic i satisfacció dels estudiants. Aquest darrer curs 2023-2024, la taxa de rendiment ha estat del 88,5%, amb una taxa d'èxit del 98,7%, superant àmpliament el llinar esperat. També destaca la satisfacció amb l'acció docent (80,2%) i l'avaluació (81,3%).

Entre els punts forts, sobresurt el nivell de satisfacció de l'alumnat amb el professorat i les pràctiques externes, amb una satisfacció del 100% en aquest últim aspecte. A més, el percentatge d'inserció laboral dels graduats és altament positiu, situant-se en el 98,5%, la qual cosa subratlla la rellevància i l'eficàcia formativa del programa.

No obstant això, hi ha àrees que requereixen millora, com la satisfacció amb el treball final de màster (TFM) i la formalització de la seva matrícula, que han mostrat una davallada. Així mateix, es recomana un seguiment de la coordinació entre assignatures per elevar la percepció dels estudiants gràcies als nous informes de Seguiment de l'Activitat a les Aules (SAA).

Durant aquest curs, el ritme de recerca, projectes i publicacions de l'equip docent ha anat avançant al ritme habitual.

L'activitat fora de les aules vinculada al màster ha estat virtual, però ha comptat amb l'interès de l'estudiantat i s'ha pogut consolidar un dels esdeveniments que més connecta el programa amb el món professional, com són els Premis Brava a la Publicitat Valenta.

La dimensió d'inserció laboral es posiciona a l'excel·lència, gràcies a una taxa d'ocupabilitat gairebé total dels graduats, reflectint una adaptació encertada del pla d'estudis a les necessitats del mercat.

5.5 Màster Universitari de Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca

Després de quatre cursos complets, podem considerar que la titulació es troba ja en fase de consolidació en alguns aspectes. Tot i encara estar en nivells correctes a la normativa sobre el percentatge de doctors, cal tenir-ho present en properes incorporacions. Durant el curs passat vam

consolidar l'adaptació al nou campus CANVAS així que valorem positivament aquest quart curs, malgrat amb certes reticències atesa la baixa participació en les enquestes i alguns resultats de satisfacció inferiors a l'esperat.

El perfil jove i femení s'ha consolidat, tornant a valors molt similars al primer curs de desplegament del màster. El creixement sostingut i estable de la matrícula, ens confirma l'encert en el focus i la definició del pla d'estudis, que el fa atractiu per l'estudiantat. La valoració de l'expertesa del personal col·laborador, així com l'alt rendiment de l'estudiantat també són elements destacables en positiu. També ho és, sens dubte, l'alt nivell del professorat propi que forma part d'aquest programa, part de la dimensió 4, a la qual podríem aspirar a l'assoliment vers l'excel·lència, si no fos per una baixada en la satisfacció amb els professorat col·laborador docent que desequilibra la resta d'indicadors. Esperem poder-lo capgirar i apuntar cap a aquest objectiu en propers informes de seguiment.

Per contra, la satisfacció amb la tutoria és l'assignatura pendent d'aquesta titulació i per tant millorar aquest punt és una línia d'acció prioritària. També estarem especialment atentes a possibles millores en el model d'avaluació (millora d'enunciats i evitar solapament de dates) i la millora de materials i recursos docents, focalitzant-nos en les assignatures assenyalades en els diferents punts de l'informe.

5.6 Grau Universitari de Disseny i Creació Digitals (240 ECTS)

El Grau de Disseny i Creació Digitals ha començat el seu desplegament amb èxit. S'ha pogut donar servei a una demanda elevada (més del doble que la segona titulació de disseny a Catalunya) sense incidències. Es valora molt positivament l'elevada demanda, així com l'adaptabilitat de la UOC a la mateixa, evitant que aquest excés hagi provocat cap incidència als estudiants implicats. La incorporació d'aquest nou Grau reforça la presència de la disciplina del disseny dins de l'àmbit universitari, la inclusió de la qual és relativament recent al mateix, justament des de l'aplicació de l'EEES. Aquesta joventesa comporta certes dificultats, com la de poder comptar amb experts de disseny amb titulació de doctor.

La titulació ha començat amb uns elevats índexs de satisfacció, cosa que revela l'interès i el bon servei aportat als seus estudiants. La incorporació d'un nou LMS (Canvas) i l'eina de portafolis (FOLIO) ha estat efectiva i permet donar un servei excel·lent als estudiants.

Aquesta titulació neix de tres Estudis diferents i la coordinació entre els mateixos és fluïda i constant, la qual cosa permet oferir un nivell elevat d'interdisciplinarietat, difícil d'aconseguir en l'entorn universitari actual.

5.7 Grau Universitari de Disseny i Creació Digitals (180 ECTS)

La titulació ha experimentat una demanda creixent als primers cursos, arribant fins a més de 800 estudiants nous per curs acadèmic. S'ha pogut cobrir la demanda de la societat per uns estudis de disseny online i, per tant, s'ha seguit amb èxit la missió de la pròpia UOC. Al llarg dels cursos acadèmics s'ha incorporat el model pedagògic NIU amb èxit i s'ha adaptat el Grau a la política Digital First impulsada per la universitat a partir del curs 18-19. El Grau, en certa manera, lidera una revolució tecnològica a través de la implantació per reptes i activitats de la titulació (que s'estén al model NIU de la universitat), així com la implantació d'una eina de portafolis que evoluciona a l'eina

FOLIO. A l'entrar en extinció, el Grau continua el ritme de rematriculació esperat, però ja no té entrada de nous estudiants.

Una de les dificultats de la titulació és la de trobar suficient personal doctor entre el col·lectiu de PDC's. Respecte al col·lectiu de PDI, és el Grau amb major percentatge de professorat doctor i acreditat entre les universitats que s'hi dediquen a la disciplina, superant amb escreix les xifres mínimes recomanades. El darrer curs acadèmic ha incorporat nou professorat doctor propi i acreditat a la titulació i continuem les accions per augmentar el nombre de personal doctor entre els PDC's.

En general, els estudiants mostren satisfacció amb la possibilitat d'aplicar els seus coneixements fora de l'àmbit acadèmic. De fet, destaca la darrera enquesta realitzada per l'AQU a graduats, on la satisfacció amb el Grau el situa per damunt de la resta de graus de disseny del sistema universitari català.

Hi ha hagut un treball de millora en l'àrea de TFG i s'ha pogut generar un portafoli de Grau per tal d'augmentar la transparència de la titulació pel que fa al perfil de formació que ofereix.

La titulació pateix una renovació constant de RRAA i els estudiants es mostren crítics quan aquests no estan actualitzats. Les enquestes i l'acció docent permeten identificar ràpidament les necessitats en aquest sentit.

5.8 Grau de Comunicació

La valoració global de la titulació és positiva. Si bé hi ha aspectes sobre els que cal fer seguiment i així queda reflectit en les accions de millora que cal seguir atenent el proper curs 2024-2025.

En aquest sentit de la **Dimensió 1**: creiem important destacar el balanç positiu de la implementació del Modifica de 2019, que ha suposat una revisió a fons de la titulació amb noves propostes d'assignatures i revisió de continguts i recursos adaptant-nos al model Repte-NIU tot donant resposta als canvis del mercat de la comunicació. Aquesta modificació està alineada amb les dades aportades tant d'ocupació, llocs de treball com competències aportades a l'Informe del Mercat de Treball dels Estudis ECIC. Així mateix considerem important destacar els exemples en l'aplicació de la perspectiva de gènere recollits a la Biblioteca de la UOC en el marc d'assignatures com Projectes Audiovisuals. S'ha incorporat el Toolkit de gènere a totes les assignatures del Grau com a recurs. Així mateix, a destacar que el Premi al millor TFG en perspectiva de gènere en el marc dels Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació ha estat aquest curs per a l'estudiant Guillermo Pérez Jiménez del Grau en Comunicació- Menció en Comunicació Audiovisual amb el fotollibre: *'Facunda, retrato íntimo: alzheimer y brecha de género en un ecosistema familiar'*.

Dimensió 2: es valora com a molt positiu el 92,5% de satisfacció la Coordinació amb el professorat col·laborador de les diferents assignatures. Així com el 89,5 % la satisfacció amb el desplegament de les assignatures (continguts, activitats, materials, avaluació, etc.) ha permès assolir els objectius d'aprenentatge definits. A més, en relació a la coordinació amb els/les PRA, el 95,3% considera que ha estat suficient i adequada per desenvolupar el curs correctament.

Ara bé, en aquest punt, cal treballar en la millora de la satisfacció en relació a la **coordinació entre assignatures** en situar-se en un 61,3%. Si bé veiem que ha pujat unes dècimes respecte els darrers cursos, considerem necessari seguir treballant en la millora d'aquest indicador.

Dimensió 4: És de destacar que el 91,43% de professorat propi (PRA) és Doctor i el 84,38% està acreditat. Així mateix, la valoració del Domini del Professorat Col·laborador (considerant el seu perfil acadèmic, professional i experiència docent) se situa en el 85,7%. En aquest mateix punt destaca el 100% de satisfacció amb l'acció docent en l'assignatura de Pràctiques i el 78% de satisfacció amb seguiment tutor acadèmic extern així com el 87,3% de satisfacció amb el feedback del tutor de TFG.

Ara bé, si bé la satisfacció en l'acció docent de la majoria de les assignatures del Grau se situa per sobre del 75%, es detecten algunes assignatures per sota d'aquest % sobre les quals cal que fem seguiment. En concret caldrà atendre l'evolució i les accions a dur a terme en l'assignatura de Disseny del TFG i en l'assignatura de Direcció d'Art. Així mateix, el % de **professorat doctor** (PRA+col·laborador) se situa en el 48,03%. Dada que cal millorar per arribar al 50% mínim necessari.

Dimensió 5: Destaca la satisfacció en relació a la metodologia i les activitats docents que se situa per sobre del 75%, situant-se en el 81% la satisfacció en el model d'avaluació dels TFG, que van incorporar aquest darrer curs les defenses síncrones. Així com l'especial seguiment que fem en el marc del Grau de Comunicació dels estudiants que tenen necessitats especials, havent-nos dotat d'un protocol d'actuació i comunicació a l'equip docent.

Ara bé, considerem necessari seguir treballant de manera alineada amb la universitat en mecanismes de detecció del plagi, si bé podem destacar el protocol que seguim en el marc del Grau, així com en mecanismes de detecció de mal ús de la IA i en accions formatives i en bones pràctiques d'ús en el marc del Grau de Comunicació. Per ara s'han incorporat al Pla docent i a les diferents assignatures les accions que es poden dur a terme en aquest àmbit en el marc del Grau.

Dimensió 6: Destaca la satisfacció amb la tutoria d'inici se situa en el 96,3% i la satisfacció amb els tràmits del TFG se situa en un 82,28%.

Ara bé, es detecta una baixa satisfacció tant dels estudiants com dels propis tutors del **Servei d'Atenció de Consultes**. La satisfacció amb els serveis universitaris se situa en el 59,3%. I amb el campus: en el 59,5%. Així mateix, la satisfacció amb els tràmits per a sol·licitar les pràctiques és el més crític: amb un 35,7% si bé cal dir, com hem vist en l'elaboració de l'informe, que els darrers mesos, amb la incorporació d'un referent a pràctiques per als nostres estudis, creiem que la satisfacció de cara al curs vinent podria millorar. Finalment, la satisfacció de l'estudiantat amb el servei d'orientació professional continua sent deficient, situant-se en un 58,2%.

Dimensió 7: Destaca la satisfacció dels estudiants amb les assignatures de Pràctiques i de Treball final de Grau.

Ara bé, com hem vist en la Dimensió 2, en aquest punt s'observa també la necessitat de prestar especial atenció en algunes assignatures del Grau amb dades de rendiment, èxit i satisfacció per sota del 60%. Seria el cas dels resultats de rendiment de **Periodisme d'investigació i dades** (que se situa per sota del 65% (55,2%) i en un 63% d'èxit, per sota del 90% esperat a nivell institucional). Dels resultats d'èxit de l'assignatura de **Direcció d'Art**, que se situen també per sota del 90% (75 %). I dels resultats de satisfacció de **Realització audiovisual i Disseny del TFG**.

5.9 Grau d'Informació i Documentació

Tot i que el grau d'Informació i Documentació es troba en extinció, valdria la pena considerar els següents aspectes.

- Es tracta del penúltim any de docència, i el darrer on s'ofereixen amb dret a examen un conjunt important d'assignatures obligatòries.
- Atesa la poca quantitat d'estudiants matriculats (13), es pot fer un seguiment un a un amb l'ajut del darrer tutor de grau que resta, l'Eva Estupinyà.
- En el curs 2023-2024 ja els resultats de les enquestes (baixant de 39 a 13 estudiants) han deixat de tenir valor a nivell quantitatiu, però sí que es té molt en compte el coneixement adquirit en l'intercanvi directe.
- S'ha fet un seguiment específic a alguns estudiants on es veu complex que puguin acabar a menys que tinguin un ritme continu de matriculació i aprovat.
- Es va veure que, en alguns casos, el coll d'ampolla per a enllestir el grau és el TFG, amb estudiants amb dificultats (sobretot de dedicació) per a poder-lo seguir de forma adequada. En aquests casos, s'ha apostat per un seguiment més gran que el que marca l'avaluació continuada i la possibilitat de dur a terme videoconferències de seguiment per a donar el màxim recolzament i suport a l'estudiant per a enllestir el TFG i, en molts casos, el grau.

6. Accions de millora

Veure document ([PO07 Accions millora seguiment_ECIC](#))

7. Documents annexos

Annex nº1 : [Pla de millora de centre Seguiment 23-24](#)

Annex nº1 : Pla de millora de centre. Seguiment 23-24

Seguiment pla de millora. Curs 2022-2023

Titulació	Estàndard	Punt feble detectat	Acció proposada	Estat
Centre	E2	Cal implementar els canvis detectats durant la revisió de la informació pública de les titulacions, i així completar l'acció d'assegurar que, en tots els casos, s'utilitza un llenguatge inclusiu i lliure d'estereotips de gènere.	Implementar els canvis detectats als espais web de les titulacions i dels estudis	Resolt
Centre	E5	Manca d'un protocol d'acompanyament de l'estudiantat amb necessitats específiques.	Dissenyar un protocol d'acompanyament de l'estudiantat amb necessitats específiques	Resolt
GR Comunicació	E6	Seguir treballant en la coordinació i millora de les assignatures de Disseny de TFG i TFG sobretot atenent als canvis que venen amb la implementació del nou modifica: 1 TFG per menció.	Fer seguiment dels resultats en el proper curs i revisar comentaris associats a aquest indicador, per si es poden identificar situacions concretes o causes.	En execució
GR Comunicació	E6	Baixada de resultats en un conjunt d'assignatures del Grau: Llobisme i grups d'influència (Satisfacció assignatura: passa del 29,4% al 33,3%; Acció docent: cau del 33,3% al 31,3%; Recursos aprenentatge: cau del 33,3% al 26,3%; model AC se situa en el 11,8%) Direcció d'Art: Si bé han millorat tots els indicadors alguns segueixen situant-se per sota del 50%: Satisfacció assignatura: puja del 25,9% al 41,2%; Acció docent: puja del 25,9% al 41,2%; Recursos aprenentatge: puja del 29,6% al 47,1%;) Caldrà també prestar especial atenció als indicadors de satisfacció amb l'acció docent de l'assignatura de Disseny Visual i expressió gràfica (que ha baixat al 44,4%).	Fer seguiment dels resultats en el proper curs i revisar comentaris associats a aquest indicador, per si es poden identificar situacions concretes o causes.	Resolt

MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	E5	Baixa satisfacció amb la tutoria	S'ha incorporat una nova tutora	En execució
MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	E6	Millorar la satisfacció de l'assignatura Entorn de marca i identitat sensorial. Satisfacció general 27,8%; Acció docent 41,2%; RA 22,2% Avaluació 44,4%	Fer seguiment durant el 2023-24	Resultat
MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	E6	Millorar la satisfacció de l'assignatura Tipografia i branding. Satisfacció assignatura 38,9 %; acció docent 47,4%; RA 55,6%; avaluació 50%	Fer seguiment durant el 2023-24	Resultat
MU Periodisme i comunicació digital	E6	Baja participación y nivel de respuesta a las encuestas de satisfacción	Implementación de una acción transversal para la concienciación al alumnado por parte de DP/PRA del valor de las encuestas	En execució
MU Periodisme i comunicació digital	E1	Consolidación de la perspectiva de género en el programa	Adecuar las actividades evaluables a los nuevos resultados de aprendizaje establecidos. Completar la formación de todo el profesorado propio en materia de compromiso ético y global. Difundir e integrar todos los recursos incluidos en el nuevo toolkit de perspectiva de género. Realizar una sesión formativa para el claustro de profesorado. Preparar nuevos materiales de Perspectiva género. Trabajar el nuevo Toolkit de género a nivel de programa y PDC. Potenciar la temática de género en los TFM	En execució
MU Periodisme i comunicació digital	E3	Baixa participació i nivell de resposta en les enquestes de satisfacció	Tot i haver expressat que hi ha saturació d'enquestes i el calendari d'enviament no és l'òptim, continuarem fent difusió extra via tutoria i equip de PDC a les aules.	En execució
MU Periodisme i comunicació digital	E1	Consolidación de la perspectiva de género en el programa	Cal seguir treballant en tots els àmbits de docència, l'avaluació i també amb la formació a l'equip de PRA i PDI.	En execució
MU Periodisme i comunicació digital	E6	L'assignatura Direcció de projectes es continuarà revisant, de manera qualitativa, la satisfacció.	Enviarem l'entrevista a l'alumnat una vegada hagi finalitzat el semestre per tal de recollir qualitativament la percepció i poder garantir que els canvis i modificacions són suficients.	En execució

MU Periodisme i comunicació digital	E1	Es presentarà Modificació de la titulació per adaptar-la al nou RD.	Elaboració d'un Modifica per donar compliment al RD 822/2021 (redefinició de les competències i resultats d'aprenentatge).	Result
MU Social Media: gestió i estratègia	E6	Baja satisfacción con las prácticas	Hacer un diagnóstico que permita comprender las necesidades y expectativas de los estudiantes cuando cursan las prácticas. Implementar las buenas prácticas que se adapten a las expectativas de los estudiantes. Potenciar los canales de comunicación de información previa al inicio de las prácticas. Incorporar entrevistas síncronas con los estudiantes. Profundizar en la adaptación de los retos del aula y la actividad realizada en la empresa o el entorno virtual. Major seguiment i coordinació de l'equip docent de la universitat amb el centre extern per reforçar la informació sobre el seguiment que ha de fer el tutor del centre i els recursos que s'han d'oferir. Valorar si algun dels centres de pràctiques no respon a les expectatives per tal d'establir, si cal, conveni amb d'altres. Canvis a l'equip docent, consolidació de les proves síncrones dins del model d'avaluació de les pràctiques, renovar els recursos amb la incorporació d'un cicle de podcast.	En execució
MU Social Media: gestió i estratègia	E1	Baja satisfacción con recursos y modelo de evaluación en analítica avanzada en redes sociales	Mejorar la descripción en el aula de los materiales disponibles (contextualizar). Incluir nuevos casos de estudio o datos de análisis. Revisar y ajustar las actividades evaluables y mecanismos de evaluación. Implementación de talleres con expertos, diversificar los recursos y optimizar el uso de Folio para el seguimiento del proceso de aprendizaje y visibilizar la acción docente. Consolidació del feedback formatiu, actualitzar els recursos incorporant l'ús de la IA en l'analítica, i ajustar el model d'avaluació amb lliuraments parcials i mecanismes de coavaluació.	En execució
MU Social Media: gestió i estratègia	E5	Baixa valoració dels tràmits, en especial dels relacionats amb els pràctiques	Revisar els mecanismes de coordinació amb gestió per millorar la comunicació de terminis i seguiment de processos.	En execució

			Amb la col·laboració de tutoria, facilitar una millor informació sobre el tràmits, en especial sobre la documentació i terminis, i la resolució o estat de cada petició amb missatges més personalitzats i provant a l'efectivitat de nous formats per tal de transmetre aquestes dades. Millorar la informació i la visibilització de les sessions informatives.	
MU Social Media: gestió i estratègia	E6	Baixa satisfacció en indicadors del TFM	Adaptar els processos així com les actuacions per tal de garantir la dinamització de l'aula i el suport en el seguiment dels tutors dels treballs sense comptar amb la PA. Renovar alguns dels materials emprats i incorporar nous continguts com vídeos per guiar en moments més crítics d'evolució del TFM i actualitzar exemples de bons treballs. Consolidar les sessions síncrones de seguiment i reforç del feedback, millorar la informació sobre l'avaluació en el TFM i incorporar a professorat responsable com a tutors de TFM. Implementació del procés de dipòsit per millorar la recollida de metadades.	En execució
MU Social Media: gestió i estratègia	E2	Información pública incompleta o desactualizada	Ampliar la información sobre los complementos formativos, ampliar la información sobre el proceso de reconocimiento y las prácticas, hacer visible el número de plazas y ampliar la información relativa al equipo docente, incluyendo mantener actualizado el cv con un estilo lo más homogéneo posible, revisar los planes docentes para garantizar su actualización y estilo unificado en especial la parte bibliográfica teniendo en cuenta que en el site aparece una versión reducida de este, adecuar la redacción y garantizar que esté disponible en los dos idiomas, contribuir a la visibilidad de convenios, resultados de encuestas y documentación relativa al estado del programa (visibilizar enlaces o espacios en los que se encuentre la información disponible)	Resolt
MU Social Media: gestió i estratègia	E2	Inestabilitat en l'actualització de la informació pública i canvi de sistema informàtic per la publicació del site del programa	Revisar i millorar la informació pública del site aprofitant les possibilitats del nou sistema de suport informàtic per posant especial èmfasi en els aspectes assenyalats en el informe d'acreditació com ara la informació sobre els complements de formació, els reconeixements d'estudis previs i	Resolt

			de l'experiència professional, el cv del professorat o la visibilització del convenis amb empreses i d'altra documentació relativa al programa. Garantir que els canvis incorporats als plans docents per tal de visibilitzar la coordinació del programa es visualitza també a la versió pública d'aquests. Revisar que els canvis incorporats mantinguin una redacció correct als dos idiomes i amb un llenguatge inclusiu.	
MU Social Media: gestió i estratègia	E6	Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura Social media strategy: ejecución y gestión	Reforzar el equipo docente con nuevas incorporaciones (cambio del colaborador docente)- Reformular las actividades evaluables y ajustar los retos para dar respuesta a los objetivos de la asignatura Actualización y renovación de los recursos de aprendizaje, Reducir la carga de trabajo para focalizar la dedicación de los estudiantes en las competencias específicas de la materia. Incorporación de nuevos recursos e implementación y optimización del uso de la herramienta Folio para el seguimiento del proceso de aprendizaje y visibilizar la acción docente. Diseño e implementación de un cambio de nombre de la asignatura que ponga foco en la parte de gestión y elimine posibles solapamientos y confusiones con la otra asignatura vinculada con el social media strategy.	Result
MU Social Media: gestió i estratègia	E1	Percepció baixa de la coordinació i del programa dels interessats i estudiants en curs i graduats	Revisió dels plans docents i millorar l'explicació pel que fa a la complementarietat de les assignatures del mateix focus temàtic i l'encaix de l'assignatura dins del programa formatiu. Revisió les activitats per detectar aquelles on es demanen accions similars per desenvolupar certes competències però amb diferent intensitat o diferents resultats d'aprenentatge per tal de explicar millor les singularitats de cada activitat i el caràcter complementari que presenta amb aquella similar. Detectar les millores pràctiques en la implementació de la competència transversal CT4 per dotar de major coherència i excel·lència la seva implementació. Es planteja un canvi en la recomanació de matrícula que implica recomanar que es cursi en semestres diferents: primer Social media strategy: disseny del pla; i després Social media strategy: execució i gestió. De manera	Result

			complementària, l'assignatura obligatòria de content curation, passaria així a recomanar-se que es cursi abans dins de l'itinerari recomanat. Enviar un butlletí semestral a l'estudiantat per visibilitzar les accions de coordinació internes dutes a terme i fer que això incrementa la visió de coordinació quan finalitzen el màster, és a dir, entre els graduats.	
MU Social Media: gestió i estratègia	E5	Aturar el descens de la satisfacció sobre l'acció tutorial	Detectar amb l'àrea d'acció tutorial mecanismes d'optimització de la tasca duta a terme. Mantenir reunions de treball mensuals amb l'equip tutorial per tal de detectar limitacions, dificultats i punts de millora. Establir una calendarització de comunicacions per tal de mantenir viva la sala de tutoria tant d'estudiants nous com de veterans. Realitzar sessions síncrones virtuals i periòdiques del tutor amb l'estudiantat per fomentar la seva interacció i augmentar la seva visibilitat i funció/utilitat	Resolt
MU Social Media: gestió i estratègia	E6	Baixa satisfacció en indicadors de l'assignatura Big Data i social media	Centrar l'activitat en l'obtenció de dades, descàrrega, anàlisi i visualització a d'altres contextos faciliten la seva comprensió i utilitat i per poder millorar el disseny de les preguntes a les que donar resposta amb dades. També es posarà més èmfasi en el feedback del col·laborador docent i la dinamització de l'aula.	Resolt
GR Disseny i creació digitals	E6	Satisfacció de RRAA a Programació pel disseny i les arts	Nova versió del Quadern de Programació en p5js, nous vídeo tutorials associats, refer tots els exercicis de CodeLab i totes les PAC de nou	Resolt
GR Disseny i creació digitals	E4	Baix nivell global de doctors	Augmentar doctors en TFG i obrir convocatòries específiques per doctors	Resolt
GR Disseny i creació digitals	E6	Satisfacció global amb les assignatures de Il·lustració, LEW, Programació pel disseny i les arts, Cultura visual, Projecte II i Gestió del Disseny	Il·lustració: - Canvi de PDC i millorant. Revisió d'enunciats i exercicis - Nou RA de guia per a la il·lustració LEW: - Canvi en la flexibilització de les entregues Programació pel disseny i les arts:	Resolt

			- Millora de propostes d'exercicis. Materials renovats Projecte II: - Adaptació i acompanyament de nous professors col·laboradors. Substitució d'un que no va funcionar correctament Gestió del disseny: - Reforçament de comunicació setmanalment amb els estudiants - incorporació de nou material - incentivació de la resposta a l'enquesta"	
GR Disseny i creació digitals	E6	Satisfacció de RRAA a Motion graphics, Projecte IV i disseny d'interfícies	Motion graphics: - Reorganització dels RRAA, augmentant els destinats a explicar fonaments teòrics Projecte IV: - Inclusió de més varietat de RRAA i fonts. - Preparació de guies visuals Disseny d'interfícies: - Visibilitzar millor els RRAA a Pacs i Anuncis.	Result
GR Disseny i creació digitals	E5	Tendència a la baixa a la Satisfacció del TFG	Reflexió i anàlisi del funcionament de les diferents àrees del TFG	Result
MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	E6	Lleuger descens en les dades de satisfacció amb el TFM (71,2%)	Reorganització de les tasques docents prescindint de la figura de les PAs assignades al TFM. Consolidació de l'equip de PRAs del TFM. Millora de la coordinació docent. Consolidació de les sessions informatives sobre el TFM prèvies al semestre. Reforç també de l'acció tutorial per informar sobre el TFM.	Result
MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	E1	Canvi a nou entorn LMS, traspàs a nova aula CANVAS	Formació i suport a tot l'equip docent. Supervisió que el traspàs s'hagi realitzat correctament a totes les aules.	Result

MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	E5	Baixa satisfacció amb l'acció tutorial. La satisfacció amb l'acció tutorial s'ha situat el curs 2022-23 en un 65,2%, que son dades properes a les del curs anterior, on era del 67,5% (taula PBI E2.1 T15 - Info pública i processos accés/matrícula). Fixant-nos en els graduats, la utilitat de la tutoria és valorada amb un 52,9%. Per altra banda, els alumnes de nova incorporació valoren "El tracte i suport rebut per part del tutor durant el procés de matriculació" amb un 69,6% (el segon semestre del curs 2022-23). Aquestes dades son susceptibles de millora, tot i que se situen properes a les de la mitjana dels MU de la UOC. Així, durant el primer semestre del curs 2022-23, l'informe elaborat per l'àrea de Tutoria situa la satisfacció amb els tutors de la titulació en un 3,86 sobre 5, per sobre del 3,82 (que és el de la mitjana dels MUs de la UOC).	Reorganització de l'equip de tutors. Reforç de la coordinació tutorial.	Result
MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	E6	Provar noves eines per a l'avaluació digital a l'assignatura Protocol empresarial (que participa al pilot del grup d'Avaluació Digital d'AFIA de la UOC)	A partir del segon semestre del curs 2023-2024 s'implantaran activitats orals d'avaluació amb caràcter obligatori i avaluable, com a prova pilot a l'assignatura Protocol empresarial. Es tracta de la participació a la iniciativa del grup de treball sobre Avaluació Digital d'AFIA de la Universitat, per tal d'avaluar el contingut i validar la identitat i autoria de l'estudiantat. També per a aquesta assignatura, s'elaborarà un qüestionari LMS per a avaluar els coneixements adquirits per part de l'alumnat.	Result
MU Estratègia i creativitat en publicitat	E6	Satisfacció Publicitat en Social Media	Es farà una nova diagnosi i es proposaran accions de millora, com l'ús d'un nou programari.	Result
MU Estratègia i creativitat en publicitat	E6	Baix nombre de TFM que treballin la perspectiva de gènere i els TFM participatius.	Es farà una comunicació específica abans que proposin la temàtica	Result
MU Estratègia i creativitat en publicitat	E3	Millora respostes enquestes	Es farà més èmfasi en la importància de respondre a les enquestes, des dels Taulers de les aules i Tutoria	Result

MU Estratègia i creativitat en publicitat	E6	Satisfacció Investigació, estratègia i planificació de mitjans	Es farà una nova diagnosi i es proposaran accions de millora	Result
MU Estratègia i creativitat en publicitat	E1	Es presentarà Modificació de la titulació per adaptar-la al nou RD. També, es farà modificació del pla d'estudis: Creació i gestió de l'empresa publicitària, fins ara assignatura obligatòria, passa a ser optativa. Al mateix temps, Màrqueting de continguts i branded content, optativa fins ara, passarà a ser obligatòria	Es proposa que l'assignatura Creació i gestió de l'empresa publicitària, fins ara assignatura obligatòria, passi a ser optativa. Al mateix temps, Màrqueting de continguts i branded content passarà a ser obligatòria. Aquests canvis s'inclouran en el procés de Modificació presentat al gener de 2024 i seran d'aplicació en el curs 24-25, segon semestre.	Result

Estàndard: (E1)Qualitat del programa formatiu, (E2) Pertinència de la informació pública, (E3) Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació, (E4) Adequació del professorat al programa formatiu, (E5) Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge, (E6) Qualitat dels resultats dels programes formatius.

Pla de millora. Seguiment del curs 2023-2024

Titulació	Dimensió	Punt feble detectat	Descripció de la causa	Acció proposada
Centre	D6	Donar suport al professorat en les situacions d'adaptació curricular a l'estudiantat		Jornada de docència ECIC sobre aspectes de diversitat Participació en el grup de treball institucional
Centre	D8	No s'ofereix informació actualitzada dels resultats acadèmics i de satisfacció per titulació al portal	Es desconeix la causa. En els cursos anteriors, aquests resultats estaven disponibles.	
GR Disseny i creació digitals	D7	Baixa satisfacció a motion graphics, direcció d'art, Anglès B2.2	Baixa satisfacció general	Motion Graphics: - Canvis en els reptes - Disseny i producció de nous recursos d'aprenentatge - Noves polítiques de comunicació a l'aula Direcció d'Art: - Canvi de PDC.

				- Comunicació amb l'estudiant dirigit pel PRA a fi d'informar en continguts i formes correctament. - Potenciar l'espai compartit de creació i deliberació entre estudiants (Folio) Anglès B2.2: - Dissenyar i implementar un infographic explicant els beneficis per a l'adquisició lingüística de l'escriptura "independent" (és a dir l'escriptura sense tirar de la IA). - Proposar un nou model d'avaluació per a les assignatures davant de la poca fiabilitat de l'autoria dels treballs lliurats durant l'AC.
GR Disseny i creació digitals	D7	Satisfacció de RRAA a Cultura visual i nous mitjans, Packaging	Baixa satisfacció d'RRAA	Dissenyar i implementar un infographic explicant els beneficis per a l'adquisició lingüística de l'escriptura "independent" (és a dir l'escriptura sense tirar de la IA).
GR Disseny i creació digitals	D7	Satisfacció amb l'assignatura de pràctiques	Baixa satisfacció general	Canvi de referent de gestió de pràctiques
GR Disseny i creació digitals (pla nou)	D6	Satisfacció amb Biblioteca	Baixa satisfacció amb el servei de Biblioteca	
GR Disseny i creació digitals (pla nou)	D6	Atenció a la diversitat	Dificultat en l'atenció a persones amb dificultats en l'aprenentatge	
GR Disseny i creació digitals (pla nou)	D4	Baix nivell global de doctors	Baix nivell de doctors entre els PDC's	Augmentar doctors en la titulació, especialment entre el professorat col·laborador
MU Estratègia i creativitat en publicitat	D7	Descens en la satisfacció amb el TFM	Es detecta aquest descens el curs d'incorporació d'una nova PDC i nous tutors de TFM.	Especial seguiment amb la PDC i els 3 PRAs de l'assignatura, revisant que els tutors facin el feedback a temps i que els estudiants no es perdin.
MU Estratègia i creativitat en publicitat	D3	Incrementar matrícula nous estudiants	Es detecta descens en noves matrícules	Es farà una acció, personalitzada, des de Tutoria, per contactar amb tots els accessos que no han esdevingut matrícula.
MU Estratègia i creativitat en publicitat	D7	Reduir taxa d'abandonament	Es detecta un increment en la taxa d'abandonament (del 16% al 25% en un curs)	Es farà una acció, personalitzada, des de Tutoria, per contactar amb aquells estudiants que no han realitzat rematrícula.

MU Periodisme i comunicació digital	D6	Les assignatures de Tècniques d'anàlisi i visualització avançada, Periodisme d'investigació i Direcció de projectes de Comunicació Digital.	No hi ha dades que ens ho justifiquin, perquè els comentaris oberts hi ha aspectes positius i negatius.	Tot i la baixa resposta, errors mostrals que no entren en els barems raonables, s'encarreguen nous recursos d'aprenentatge i es farà seguiment.
MU Periodisme i comunicació digital	D5	Accions vinculades a l'anàlisi i millora del feedback	Una vegada sabem les dades de feedback del power bi, més les dades obtingudes per la DP cal proposar pautes i mínims per tal de tenir una visió de programa.	Accions vinculades a l'anàlisi i millora del feedback
MU Periodisme i comunicació digital	D4	Baix percentatge de PDC doctors	58.6% (de manera específica podem indicar que dels 43 col·laboradors de la titulació, el 32,6% són doctors	Es traslladarà a l'equip docent la informació, perquè les noves incorporacions siguin doctors i es pugui millorar la xifra.
GR Comunicació	D7	Seguiment de la satisfacció de les quatre assignatures : Direcció d'art, Disseny del TFG , Periodisme i investigació de dades i Realització audiovisual.	Baixa satisfacció en alguns dels indicadors d'aquestes assignatures de les quals cal fer especial seguiment	Fer seguiment dels resultats en el proper curs i revisar comentaris associats a aquest indicador, per si es poden identificar situacions concretes o causes.
GR Comunicació	D7	Seguiment de la satisfacció de les assignatura de Pràctiques	Baixa satisfacció en alguns dels indicadors d'aquesta assignatura de les quals cal fer especial seguiment	Fer seguiment dels resultats en el proper curs i revisar comentaris associats a aquest indicador de l'assignatura de pràctiques
MU Social Media: gestió i estratègia	D7	Resultats acadèmics baixos en l'assignatura de Metodologia de la investigació de la comunicació	Els resultats de rendiment i èxit no assoleixen els llindars òptims	Aquesta assignatura canviarà en el seu nom metodologies per mètodes per atendre millor al contingut de la matèria. D'altra banda, s'incorporaran ajustos en els reptes proposats i es planteja una avaluació progressiva de manera que, comptant amb el feedback de la col·laboradora docent, l'estudiant pugui demostrar que ha comprès les correccions i saps aplicar-les per tal de millorar els seus resultats.
MU Social Media: gestió i estratègia	D7	Baixa satisfacció de l'assignatura de Community management	La satisfacció global de l'assignatura i en concret de l'acció docent, dels recursos d'aprenentatge i del sistema d'avaluació han baixat i es situen per sota dels llindars marcats.	Incorporar canvis a l'equip docent, actualitzar els recursos i reforçar el feedback per tal que l'estudiant entengui millor l'avaluació
MU Social Media: gestió i estratègia	D6	Baixa satisfacció amb el servei d'orientació professional	La satisfacció amb el servei d'orientació és del 44%	Cooperar amb el servei d'atenció per tal de visibilitzar la seva actuació. Organitzar xerrades específiques abans de finalitzar

				el semestre amb la direcció i el servei per promoure'l entre l'alumnat. Coordinar amb ells les accions destinades a les jornades i tallers sobre sortides professionals que s'organitzen al Màster, contribuir des de tutoria a informar i compartir els recursos del servei.
MU Social Media: gestió i estratègia	D6	Baixa satisfacció amb Biblioteca	Encara que des del programa es considera que el servei de Biblioteca ajuda en el procés formatiu, la satisfacció per part de l'alumnat és baixa	Reprendre les accions de divulgació dels serveis que ofereix Biblioteca combinant les accions informatives des de tutoria i amb la participació de la direcció per fer xerrades específiques amb Biblioteca dirigides als estudiants.
MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	D3	Millorar la comunicació amb les tutores en la resolució dels tràmits d'AEP i RAEP i millorar la informació que es facilita a l'estudiantat respecte aquests tràmits	Es detecta que alguns estudiants no sol·liciten el tràmit en el moment adequat, es vol millorar la informació i la resolució dels tràmits	Seguir molt a prop cada cas amb les tutores, sense dilació, i recomanar les opcions més adients i realistes per cada estudiant. Contactar amb acció tutorial.
MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	D6	Millorar la satisfacció en els RA d'algunes assignatures.	Millora satisfacció RA de Taller d'eines de producció gràfica (el segon semestre baixa a 40%) i Cultura del disseny i les marques (48,8%)	Es faran canvis en la planificació de Cultura del disseny, per dotar-la d'una seqüència de treball més consistent. S'incorporaran nous recursos a Taller d'eines.
MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	D4	Millorar la satisfacció docent en el conjunt de la titulació.	Millora de la satisfacció docent en les assignatures de Marca gràfica i identitat visual i Mitjà digital i motion brands	Es realitzarà un canvi en l'equip de Mitjà digital i Estratègia de branding. També es farà un seguiment proper a Marca gràfica per detectar elements de millora.
MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	D4	Ratio de doctors. Es vetllarà per millorar la participació de doctors en l'àmbit del professorat col·laborador en el programa tot i la dificultat en l'àmbit de coneixement.	Dificultat per incorporar professorat col·laborador doctor en les assignatures del MU.	Incorporar més col·laboradors docents amb el doctorat. Serà una feina que durarà alguns cursos.
MU Disseny, Identitat Visual i Construcció de Marca	D7	Baixa satisfacció en la pregunta "El pla d'estudis i els coneixements, les habilitats i les aptituds que s'han d'assolir en la titulació han estat ben definits i coneguts". Millorar el coneixement que tenen els estudiants sobre el pla d'estudis	Es detecta poc coneixement del pla d'estudis per part de l'estudiantat i es vol millorar la comunicació mitjançant vídeos de presentació de les assignatures que permeti al tutor una millor tutorització.	Realització d'un vídeo presentació per assignatura i per blocs, similar al de la sessió informativa, per a aconsellar itineraris consistents i que permetin un major gaudi per combinar la teoria i pràctica en la mesura correcta.
MU Comunicació	D6	Baixa satisfacció amb el servei d'orientació	Satisfacció de l'alumnat i els graduats	Concertar una reunió amb els responsables del Servei

corporativa, protocol i esdeveniments		professional: 37% (el curs anterior era del 54,2%). Es tracta d'una valoració baixa, però que ho és també de mitjana en els màsters dels ECIC (mitjana de 52,2% el curs 2023-24, 45,7% si agafem la dada mitjan des del curs 2019-20). Les accions que s'han dut a terme tant des de la Universitat (Fira Virtual d'Ocupació; Cicle Skills), com des de la titulació (jornades de sortides professionals, informació al blog Todo Comunica -veure article Què és la comunicació corporativa i quines són les seves sortides professionals?-), no repercuteixen en una millora d'aquest indicador.	amb l'orientació professional	d'Orientació Professional, per a que ens expliquin en una Comissió de Programes dels ECIC les accions que duen a terme i mirar si es pot reforçar la informació relativa a aquest servei des de la tutoria de cada titulació. S'apunta també que, a nivell Universitat, està en marxa el programa Projectat't i que la Fira Virtual d'ocupació està prevista pel 2 i 3 d'abril de 2025.
MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	D6	Baixa satisfacció amb la Biblioteca: 39,1%. Les accions implementades des de la titulació sembla que no donen resultat: es va preparar conjuntament amb Biblioteca, un missatge explicant-ne els serveis i utilitat, que es penja com a Anunci a les aules. També s'encoratja l'ús de la biblioteca en els enunciats dels reptes.	Satisfacció de l'alumnat amb la Biblioteca	Traslladar les dades de satisfacció a la Biblioteca. Treballar conjuntament amb Biblioteca per a reforçar la informació que es pot traslladar des de les titulacions.
MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	D6	Nous RAs per a les assignatures Comunicació digital i reputació online, Comunicació interna i Protocol oficial	Satisfacció de l'alumnat de les assignatures concretes amb els RAs una vegada disponibles a les aules	Encàrrec de nous RAs per a les assignatures Comunicació digital i reputació online, Comunicació interna i Protocol oficial
MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	D2	Coordinació d'assignatures: Poca satisfacció per part de l'alumnat de la coordinació d'assignatures: 59,4%, una dada que, tot i que representa una millora respecte a l'any anterior (51,6%), se situa per sota de la mitjana des del curs 2019-20.	Satisfacció de l'alumnat i dels graduats amb la coordinació amb les assignatures	Seguir reforçant la coordinació entre assignatures a partir de les eines de coordinació que es fan servir a la titulació i de les reunions periòdiques amb l'equip docent, amb especial focus en: evitar els solapaments de contingut entre assignatures, revisar els formats dels lliurables i dels recursos d'aprenentatge, implementació de la IA, implementació de noves estratègies d'avaluació digital. Es preveu també que la nova eina de Seguiment de l'Activitat a les Aules (SAA), ajudi a millorar aquesta coordinació.

MU Comunicació corporativa, protocol i esdeveniments	D7	Descens de satisfacció d'algunes assignatures (Conceptes i pràctica de la ComCorporativa, Protocol empresarial, Protocol oficial, Lobbyism, Comunicació interna)	Satisfacció de l'alumnat amb les assignatures, anàlisi tenint en compte altres variables (errors mostrals, etc.) i valoració realitzada per part del propi equip docent	Conceptes i pràctica de la ComCorporativa: incorporació de rúbriques; Protocol oficial: canvi de PDC i modificació dels enunciats dels reptes; Protocol empresarial: canvi de prova oral síncrona a prova oral asíncrona; Lobbyism: importància d'obtenir més respostes a les enquestes. Aplicar les accions de millora proposades per a cadascuna de les assignatures (veure'n el detall al document Anàlisi_Assignatures_2023_24.gsheet)
--	----	--	---	--

Dimensions: (D1) *Polítiques i estratègia*, (D2) *Disseny, aprovació i desplegament dels programes formatius*, (D3) *Admissió, progressió, reconeixement i certificació de l'alumnat*, (D4) *Personal docent*, (D5) *Aprenentatge, ensenyament i avaluació centrats en l'estudiant*, (D6) *Recursos d'aprenentatge i de suport a l'alumnat*, (D7) *Implantació del SGIQ i resultats acadèmics*, (D8) *Informació pública*.