
Informe de seguimiento de centro

Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación

Curso 2021-2022

16 de enero de 2023

Índice

1. Datos identificativos básicos	2
2. Elaboración del informe	2
3. Seguimiento de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa	4
4. Valoración de la consecución de los estándares de seguimiento	4
4.1. Estándar 1. Calidad del programa formativo	4
4.2. Estándar 2. Pertinencia de la información pública	8
4.3. Estándar 3. Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación	10
4.4. Estándar 4. Adecuación del profesorado al programa formativo	12
4.5. Estándar 5. Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	17
4.6. Estándar 6. Calidad de los resultados de los programas formativos	20
5. Valoración de las titulaciones	25
5.1. Grado de Comunicación	25
5.2. Grado de Diseño y Creación Digitales	26
5.3. Grado de Información y Documentación	26
5.4. Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	27
5.5. Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia	28
5.6. Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	29
5.7. Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	30
5.8. Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	31
6. Acciones de mejora	31
7. Documentos anexos	31

1. Datos identificativos básicos

Director de los Estudios	Dr. Jordi Sánchez Navarro
Responsables de elaboración	Dr. Jordi Sánchez Navarro (director de los Estudios) Dra. Amalia Creus (subdirectora de docencia)
Órgano y fecha de aprobación	Consejo de Dirección de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, 16 de enero de 2023

Nombre de la titulación	Código RUCT	ECTS	Curso de implantación	Verificación	Modificación	Acreditación	Acreditación institucional
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	4316278	60	2017-2018	07/07/2017	22/06/2020	28/09/2021	01/03/2022
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	4316312	60	2017-2018	31/07/2017	24/07/2020	28/09/2021	01/03/2022
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	4315872	60	2016-2017	09/06/2016	21/07/2021	20/11/2020	01/03/2022
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	4316641	60	2018-2019	06/06/2018	21/07/2021	–	01/03/2022
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	4317162	60	2020-2021	10/03/2020	--	--	01/03/2022
Grado de Información y Documentación	2500598	240	2009-2010	03/03/2009	07/07/2015	08/05/2017	01/03/2022
Grado de Comunicación	2500596	240	2009-2010	03/03/2009	28/10/2019	08/05/2017	01/03/2022
Grado de Diseño y Creación Digitales	2503385	180	2016-2017	17/01/2017	25/07/2019	–	01/03/2022

2. Elaboración del informe

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

- **Dr. Jordi Sánchez Navarro** (director de los Estudios)
- **Dra. Amalia Creus** (subdirectora de docencia)

- **Dr. Daniel Aranda Juárez** (subdirector de investigación)
- **Dra. Sandra Sanz** (subdirectora de programas emergentes)
- **Sra. Montserrat Atienza Alarcón** (máanager de programa)
- **Sra. Núria Busquets Pérez** (administradora de los Estudios)

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

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

En la elaboración de los IST, se ha seguido el procedimiento siguiente:

- Análisis de los datos que son objeto de valoración en la elaboración de los informes.
- Elaboración de la versión inicial del informe por parte del director de programa, que toma en consideración la información y la valoración de las asignaturas que facilita el profesorado.
- Revisión de la primera versión del IST por parte del Área de Planificación y Calidad.
- Reunión de la Comisión de Titulación para poner en común el análisis de esta primera versión.
- Revisión y cierre del informe, teniendo en cuenta las aportaciones de la Comisión de Titulación.
- Entrega del informe al Área de Planificación y Calidad.

Partiendo de los IST, en la elaboración de este ISC se han seguido los pasos siguientes:

- Revisión y validación de los IST, en el seno del Consejo de Dirección.
- Análisis de datos de carácter transversal objeto de valoración.
- Elaboración de la versión inicial del informe por parte de la subdirectora de docencia de los Estudios.
- Revisión de la primera versión del ICS por parte del Consejo de Dirección y el Área de Planificación y Calidad.
- Realización de las enmiendas pertinentes a partir de la mencionada revisión.

- Presentación en la sesión del Consejo de Dirección permanente de los Estudios, en la que ha quedado validado y aprobado con fecha de 16 de enero de 2023.
- Entrega del informe al Área de Planificación y Calidad.

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

Véase el anexo 1, [Recopilación de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa](#).

4. Valoración de la consecución de los estándares de seguimiento

4.1. Estándar 1. Calidad del programa formativo

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

- 1.1. El perfil de competencias de la titulación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el correspondiente nivel formativo del MECES.
- 1.2. El plan de estudios y la estructura del currículo son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación.
- 1.3. Los estudiantes admitidos tienen el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con el número de plazas ofertadas.
- 1.4. La titulación dispone de adecuados mecanismos de coordinación docente.
- 1.5. La aplicación de las distintas normativas se realiza de manera adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación.

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

Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas		X		
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca		X		
Grado de Información y Documentación		X		
Grado de Diseño y Creación Digitales		X		
Grado de Comunicación		X		
Valoración global de los Estudios		X		

Análisis y valoración

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

En cuanto a las cifras de matrícula, como indicador relevante de la sostenibilidad de los programas, el total de estudiantes matriculados sigue una progresión positiva en el conjunto de las titulaciones, ya que es ligeramente superior al del curso anterior (concretamente, un total de 383 estudiantes más matriculados en comparación con el curso 2020-2021). Sin embargo, en lo que respecta al número de estudiantes de nuevo acceso, se aprecia una disminución en las cifras de matrícula (361 matrículas de nuevo acceso menos). Este descenso se ha dado, sobre todo, en las titulaciones de máster universitario y, de forma particular, en aquellas titulaciones vinculadas a profesiones que estuvieron especialmente afectadas en el contexto pandémico y pospandémico, por ejemplo, las del sector de la organización de eventos. También se detecta que las titulaciones más afectadas por esta disminución son aquellas que tienen una trayectoria más larga desde su despliegue, factor que podría indicar una cierta estabilización de la demanda. En los siguientes cursos, una vez recuperada la normalidad pos-COVID-19, se podrá hacer un análisis más cuidadoso del entorno en relación con la evolución longitudinal de matrículas de nuevo acceso para diagnosticar la necesidad de acciones de mejora en este ámbito.

En cuanto a los planes de estudio, reafirmamos su coherencia con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación. En este marco, una acción destacada del curso 2021-2022 ha sido concluir el despliegue de un nuevo complemento de formación en el máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos. Concretamente, la asignatura Conceptos y práctica de la comunicación corporativa, que amplía las opciones que ofrece el programa para asegurar la adecuación del perfil del estudiantado de nuevo ingreso procedente otros ámbitos de conocimiento.

En relación con los mecanismos de coordinación, en términos generales se siguen valorando positivamente.

En cuanto a la coordinación en el marco de las tareas y los roles de dirección (direcciones de estudios y de programas), siguen funcionando con éxito los siguientes mecanismos: las reuniones semanales del Consejo de Dirección de los Estudios, las reuniones mensuales de la Comisión de Programas de los Estudios (integrada por el director de los Estudios, la subdirectora de docencia, la subdirectora de programas emergentes, los mángner de programa, los directores de programa y la administradora de los Estudios) y las reuniones de programa, coordinadas por el director o directora de cada titulación, con la participación de todo el profesorado y el equipo de gestión vinculado.

En relación con los mecanismos de coordinación transversales de los Estudios, además de las reuniones plenarias ordinarias, se valora muy positivamente la tarea del grupo de trabajo transversal (GT) sobre perspectiva de género (liderado por la profesora embajadora de la competencia transversal de compromiso ético y global) y las comisiones específicas de investigación, docencia y transferencia (lideradas por las correspondientes subdirecciones). Este grupo y estas comisiones están formados por un equipo docente propio y personal de gestión de los Estudios y tienen la finalidad de desarrollar acciones vinculadas a los objetivos institucionales de cada ámbito. A continuación, se describen las acciones más relevantes llevadas a cabo en el marco de estos grupos o comisiones durante el curso 2021-2022.

- **Grupo de trabajo de perspectiva de género.** Durante el curso 2021-2022, el grupo de trabajo de perspectiva de género ha avanzado en su propia reorganización aprovechando la convocatoria, por iniciativa de la dirección de los Estudios, de una plaza de profesorado asociado especialista en perspectiva de género, para apoyar de manera transversal la implementación de la docencia de perspectiva de género en los Estudios. Desde el grupo se consensuó el perfil de la plaza, y la coordinadora del grupo llevó a cabo las entrevistas y el proceso de selección. Con esta nueva figura, incorporada en febrero de 2021, se decidió consensuar desde el grupo las líneas estratégicas, de forma que la profesora asociada pudiera ejecutar las tareas propuestas. Estas tareas han sido: 1) Incorporación de una mención de género a los Premios de los Trabajos Finales (TF) de Grado y Máster de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, con la correspondiente introducción de la información y el proceso en las bases. 2) Elaboración de una rúbrica de evaluación de TF de perspectiva de género. 3) Auditoría de las asignaturas del Grado en Comunicación para analizar las fortalezas y carencias a la hora de aplicar la perspectiva de género a la docencia. 4) Propuesta de ampliación del *toolkit* de género para ampliar su aplicación a las aulas y actividades docentes de los diferentes programas. 5) Conversaciones con las diferentes direcciones de programa de los Estudios para detectar necesidades de aplicación de la perspectiva de género.
- **Comisión de Docencia.** Durante el curso 2021-2022, el foco de trabajo más relevante de la Comisión de Docencia ha sido la mejora e innovación de los procesos de evaluación, en un momento clave en el que la UOC consolida la implementación de pruebas finales 100 % en línea. Esta reflexión, transversal y continuada, tuvo como hito destacado la organización de una jornada-taller sobre evaluación formativa impulsada por los Estudios en coordinación con el eLearning Innovation Center (eLinC). Durante el taller, todo el equipo de los Estudios debatió y aportó soluciones compartidas a 8 retos prioritarios vinculados a los procesos de evaluación: 1) cómo evaluar la competencia de compromiso ético y global, 2) cómo podemos asegurar la validación de la autoría y la identidad durante la evaluación continua (EC) y la evaluación final, 3) cómo podemos evaluar procesos y/o productos creativos, 4) cómo

podemos diseñar las asignaturas para fomentar el retorno dialógico, 5) cómo podemos potenciar una experiencia de aprendizaje amable y próxima en el marco de una relación de evaluación asíncrona, 6) cómo podemos flexibilizar la EC para adaptarnos a los diferentes ritmos de aprendizaje, 7) cómo podemos diseñar la evaluación para incluir procesos en los que las estudiantes sean también parte activa de su propia evaluación y la de sus compañeras, y 8) cómo podemos diseñar nuevos formatos de pruebas finales en un contexto 100 % en línea. En el curso 2022-2023 está prevista la realización de un segundo taller de continuidad, enfocado al diseño de pruebas piloto que implementen mejoras e innovaciones docentes vinculadas a estas temáticas.

- **Comisión de Transferencia.** Esta comisión tiene como principal finalidad potenciar la empleabilidad de nuestro estudiantado y la transferencia del conocimiento generado en los Estudios. Las acciones específicas vinculadas a este tema durante el curso 2021-2022 han sido: 1) La participación de profesorado de los Estudios en la tercera edición de la Feria Virtual de Empleo, organizada por el Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, un espacio virtual de encuentro e intercambio entre estudiantes, alumnis de la UOC, profesionales, empresas e instituciones. 2) La propuesta de temas y la participación de profesorado de los Estudios en la segunda edición del ciclo Retos sobre cómo repensar la sociedad, coordinado desde Red Territorial / Alumni UOC. 3) La participación en todas las actividades impulsadas desde el Proyecto Nueva Ruralidad de la UOC con el fin de generar oportunidades de formación y empleabilidad en el territorio. 4) La preparación y organización de un taller sobre la transferencia de la investigación y el conocimiento generados en los Estudios. 5) La participación en el proyecto Col·laboratori Catalunya para buscar sinergias y facilitar las oportunidades de colaborar con el territorio en diferentes ámbitos (formación y emprendimiento).
- **Comisión de Investigación.** Durante el curso 2021-2022, la comisión de investigación de los estudios ha trabajado en el cierre del plan estratégico 2018-2021 con las siguientes acciones: 1) Organizar dos seminarios de investigación, uno sobre *Critical Data Storytelling* y otro sobre *Digital Social Research*. 2) Impulsar la visibilidad de los grupos de investigación de los Estudios en medios de difusión internos y externos. 3) Reorganizar las líneas de investigación del ámbito de la comunicación en los diferentes programas de doctorado de la UOC y dinamizar el Medialab, laboratorio ciudadano: laboratorio abierto a la experimentación cultural orientado a la investigación y la transferencia, la creatividad y la innovación. Su objetivo es la producción de formatos innovadores para la transferencia y difusión del conocimiento integrando aspectos de comunicación y diseño, *storytelling* avanzado, experimentación en *social media* del futuro, creatividad publicitaria de vanguardia y periodismo de innovación. Por otro lado, esta comisión ha elaborado durante este periodo el nuevo plan estratégico de investigación 2022-2025, que basa su estrategia en tres puntos clave: mantener un compromiso efectivo con la investigación, contribuir a la sociedad para ser actor social y potenciar la innovación y el impacto socialmente relevantes.

También en el ámbito de los mecanismos de coordinación transversales, queremos destacar la incorporación de dos profesoras asociadas que apoyan directamente a la docencia desde una perspectiva transversal en dos ámbitos específicos: la mejora e innovación docentes y la incorporación de la perspectiva de género a los programas formativos.

A pesar de la buena valoración de los mecanismos de coordinación tanto específicos como transversales, un aspecto que sigue requiriendo atención es la baja satisfacción, en algunos programas, con la coordinación entre asignaturas. Esta problemática ya se detectó en el curso 2020-2021, por lo que los programas afectados están ya impulsando diferentes acciones de mejora orientadas a este ámbito, con el fin de mejorar la coherencia y complementariedad del plan de estudios. En el curso 2021-2022 se aprecia ya una mejora en este indicador, que pasa de un 45 % a un 50,88 % de satisfacción en los másteres universitarios. A corto o medio plazo se espera conseguir una mejora significativa en este indicador.

Puntos fuertes

- El crecimiento sostenido del número total de estudiantes matriculados a escala global.
- El trabajo de coordinación transversal impulsado por el grupo de trabajo sobre perspectiva de género y las comisiones específicas de docencia, investigación y transferencia.
- La incorporación de dos profesoras asociadas de apoyo transversal a la docencia: una profesora asociada en el ámbito de la mejora e innovación docentes y una profesora asociada en el ámbito de la docencia con perspectiva de género.

Ámbitos de mejora

- En algunas titulaciones hay que mejorar la satisfacción del estudiantado con el indicador de coordinación entre asignaturas, punto débil detectado, sobre todo, en los másteres universitarios.
- La progresión en el número de matrículas de nuevo acceso en algunas titulaciones de máster universitario.

4.2. Estándar 2. Pertinencia de la información pública

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

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

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

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

Titulación	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos		X		

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

Análisis y valoración

La UOC y los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación disponen de diferentes mecanismos para garantizar el acceso a información veraz, completa y actualizada sobre las diferentes titulaciones que imparte, su desarrollo operativo y los resultados alcanzados en cada caso. Los datos de satisfacción recogidos del curso 2021-2022 relacionados con este estándar lo corroboran y nos indican un nivel de satisfacción global del estudiantado con los procesos de información de la universidad que se mantiene por encima del umbral del 75 %. Teniendo en cuenta que no se han producido cambios significativos desde el último informe de seguimiento y que se siguen unas pautas comunes en el ámbito de la institución, se mantiene la valoración emitida en el curso anterior. Sin embargo, sí que queremos poner de relieve algunas de las acciones específicas de difusión y transferencia vinculadas a los programas de grado y máster llevadas a cabo durante el curso:

- [VI Jornada de Periodismo Móvil - MoJoBCN UOC-EFE](#)
- [Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC - Agencia EFE](#)
- [Procesos de diseño orientados al futuro](#)
- [I Jornada sobre Salidas Profesionales del Máster Universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos de la UOC](#)
- [Seminario Wizards of the Web. An Outsider's Journey Into Tech Culture, Programming, and Mathemagics](#)
- [Entrega del IV Premio Brava a la Publicidad Valiente](#)
- [ImCreA \(Imaginario y prácticas de la creación audiovisual\): "¿Cómo imaginamos el presente?"](#)
- [Premios a los Mejores Trabajos Finales de Grado y Máster Universitario](#)
- [II Jornada de Ocupabilidad y Salidas Profesionales en el Ámbito del *Social Media*](#)
- [El valor del dato](#)

- [Ciclo de seminarios Los retos del envejecimiento. Una mirada interdisciplinaria a la vejez](#)

Finalmente, recordamos que toda la actividad de investigación y transferencia de los Estudios, incluidas las publicaciones del curso 2021-2022, se actualiza de forma continua y está disponible en el [sitio web de los Estudios](#).

Puntos fuertes

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

- El portal *Calidad*, donde se integra de manera estructurada y clara la información relativa a los resultados académicos y la satisfacción de todas las titulaciones.
- El espacio web de las titulaciones oficiales, disponible en el *site* UOC, con información actualizada, completa y estructurada sobre cada una de las titulaciones oficiales.
- El sitio web de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, que integra información relevante y de actualidad sobre la actividad docente, de investigación, de difusión y de transferencia impulsada por los Estudios.
- El pódcast *Parenthesis*, dirigido a toda la comunidad UOC, en el cual os presentamos las últimas tendencias en información y comunicación en formato de entrevista.
- Las cuentas de Facebook y Twitter de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, en las que se hace difusión sobre contenidos vinculados a los Estudios (blogs, noticias, etc.), eventos e investigación.
- La organización de eventos impulsados por los Estudios.

Ámbitos de mejora

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

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

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

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

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

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

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

Análisis y valoración

Desde los Estudios, se sigue valorando muy positivamente el SGIC como eje fundamental en el diseño, la aprobación, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones, que garantiza, entre otros aspectos, la recogida de información y de los resultados relevantes para la gestión eficiente de las titulaciones.

En este marco, destacamos que en el año 2021 dos titulaciones de máster superaron con éxito el proceso de acreditación: el máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia y el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas.

Otro aspecto relevante del curso 2021-2022 es que la Comisión Específica de **Certificación del SGIC** (CEC) de la AQU certificó la implantación del SGIC en la UOC con un resultado favorable el 15 de abril de 2021. La obtención de la certificación confirma que el sistema está implantado y desplegado, y que es adecuado para el aseguramiento de la calidad de las titulaciones. Este logro evidencia la adecuación de los mecanismos de actuación que forman parte de los procesos de verificación, seguimiento, modificación y acreditación de títulos y que aseguran su mejora continua. Posteriormente, el Centro UOC obtuvo la **acreditación institucional** del Consejo de Universidades con fecha 1 de marzo del 2022, ya que cumplía los requisitos recogidos en el Real Decreto 640/2021, que establece que se puede solicitar la acreditación institucional si está certificada la implantación del SGIC y se han acreditado como mínimo el 50 % de los grados y el 50 % de los másteres. La

consecución de este hito comporta la acreditación de todos los títulos universitarios oficiales de nivel de grado y máster que imparte y coordina la UOC por un periodo de 6 años renovable.

Durante el transcurso del curso 2021-2022, se realizó la primera revisión anual de procesos del SGIC de forma sistemática, de acuerdo con lo que recoge el proceso estratégico (PE) 03, "Revisar y mejorar el SGIC". Se trata del primer ejercicio de autoevaluación de los procesos y un acontecimiento anual de revisión que impulsa la mejora continua de los procesos y de todo el sistema de gestión interna de la calidad. El informe anual de revisión del SGIC incorpora las acciones de mejora propuestas por las áreas. El estado de estas acciones de mejora es lo que se revisará el próximo año como paso previo a un nuevo ciclo de revisión de los procesos. Esta revisión del SGIC se recogió en el informe anual de revisión, que fue validado por el Comité de Calidad en mayo del 2022 y posteriormente, el 20 junio, fue aprobado por el Consejo de Dirección.

En relación con el funcionamiento interno del SGIC, en el ámbito institucional, teniendo en cuenta que no se han producido cambios significativos desde el último informe de seguimiento, se mantiene la valoración emitida del curso anterior.

Puntos fuertes

- La coherencia y la transversalidad en el planteamiento de objetivos de calidad y la relevancia del Plan estratégico de la UOC como referente principal de las acciones de mejora que se impulsan en los diferentes programas.
- La gran diversidad de datos disponibles y su segmentación por programas y grupos de interés, y la implementación de la herramienta Power BI.
- El soporte personalizado que ofrece el Área de Planificación y Calidad (PyC) a los directores de programa y a la dirección de los Estudios en los procesos de garantía de la calidad de las titulaciones.
- La evaluación positiva hecha por la Comisión Específica de Certificación del SGIC (CEC) de la AQU sobre la implantación del sistema de garantía interna de la calidad de la UOC, y la obtención de la acreditación institucional del Consejo de Universidades.

Ámbitos de mejora

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

4.4. Estándar 4. Adecuación del profesorado al programa formativo

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

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

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

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

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

Análisis y valoración

Durante el curso académico 2020-2021, el equipo de profesorado permanente a tiempo completo de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación ha estado formado por 26 profesores y profesoras (10 hombres y 16 mujeres). Este equipo de profesorado, que conforma el profesorado responsable de asignatura (PRA), cuenta con una amplia experiencia docente en el ámbito universitario, experiencia investigadora acreditada y un profundo conocimiento del sector profesional de la comunicación y la información. Destacamos también el alto nivel de pericia del profesorado permanente de los Estudios: el 100 % son doctores y 23 están acreditados por una agencia de calidad (22 con acreditación de lector y 20 disponen de tramos de investigación/sexenio). En el curso 2021-2022, este equipo de PRA ha sido reforzado con la incorporación de dos personas:

una profesora propia interina, experta en comunicación corporativa y un profesor experto en comunicación y sociedad digital.

Además del profesorado permanente y a tiempo completo de contrastada pericia, el equipo docente de los Estudios cuenta también con 618 profesores colaboradores que hacen la docencia en las aulas, todos y todas con experiencia reconocida en el ámbito profesional, académico o investigador.

También es importante poner de relieve que todas las titulaciones oficiales de los Estudios cumplen los requerimientos de profesorado doctor establecidos por la AQU (50 % en másteres universitarios y 50 % en grados), a excepción del grado de Diseño y Creación Digitales, en el que el porcentaje actual de profesorado doctor es del 45 %, 5 puntos porcentuales más bajo que en el curso 2020-2021. Esta cifra se relaciona con el carácter profesionalizador del ámbito de conocimiento y la dificultad de detectar e incorporar profesorado de perfil más académico. En contrapartida, conviene destacar que en esta misma titulación el estudiantado percibe que el profesorado colaborador domina el contenido (86 %) y la satisfacción docente se sitúa en el 75 % (UOC 73 %). En esta misma línea, destacamos que la satisfacción con la acción docente es uno de los puntos fuertes de las titulaciones analizadas en este informe. A modo de ejemplo mencionamos, además del grado de Diseño y Creación Digitales (75 %), el grado de Comunicación (76 %), el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas (79,4 %) y el máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca (75,9 %).

En el marco del Plan estratégico 2022-2025 y, concretamente, bajo el paraguas de la estrategia de impulso a la transversalidad y la flexibilidad docente que se despliega en el ámbito Next UOC, durante el curso 2021-2022 se avanzó en el despliegue del plan de incorporación del profesorado asociado y de mejora de la calidad del equipo de personal docente colaborador (PDC). El plan prevé implantar una serie de nuevas figuras docentes que complementarán a las actuales de profesor colaborador y de tutor, y también a la función del profesorado propio cuando hace docencia. Esta reordenación quiere reforzar la estructura docente de la UOC para poder dar una mejor respuesta a los programas de gran volumen, a la diversidad creciente de asignaturas, laboratorios, talleres y TF de los programas, y a la importancia cada vez mayor de la orientación laboral del estudiantado. Concretamente, en febrero del 2022 se inició el despliegue de la figura de los profesores y profesoras asociados (PA). En el marco de los Estudios, se han incorporado 23 PA para apoyar a 14 PRA en asignaturas o programas de gran volumen, laboratorios y talleres especializados y asignaturas de prácticas presenciales reguladas.

Otro cambio relevante es la transformación de los roles de tutoría en los grados. Con esta transformación, el tutor o tutora transversal UOC pasa de ser una única figura de seguimiento a constituirse en dos figuras más especializadas: el tutor o tutora de inicio (que se incorpora como personal propio a tiempo completo) y el tutor o tutora de seguimiento. En el curso 2021-2021 se diseñaron estos nuevos roles y se realizó el proceso de reordenación de equipos, que empezará a funcionar en esta nueva ordenación a partir de julio de 2022. En cuanto a la satisfacción del estudiantado con la acción docente del profesorado colaborador, sigue estando bien valorada y se mantiene en el umbral del 70 % en todos los programas.

En cuanto a las acciones de apoyo y oportunidades para mejorar la actividad investigadora del profesorado, en el curso 2021-2022 se ha ofrecido a todo el profesorado propio las siguientes formaciones:

- *Academic writing*
- *Academic Presentations. How to give an effective talk*
- *Writing for the Biomedical Sciences (UOC, FDAE)*

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

Durante el curso 2021-2022 se desarrollaron los siguientes proyectos de investigación, liderados o con participación del profesorado de los Estudios:

- Mobility Lab Anoia, convocatoria de ayudas para proyectos de especialización y competitividad territorial (PECT).
- Gaming & Gambling. Ayuntamiento de Santa Coloma de Gramenet.
- Escape Room para el desarrollo. Fundación Vicente Ferrer.
- Diseñamos por una mirada crítica a la cultura digital (2022 - Ayuntamiento de Barcelona).
- Crossing Borders to Connect Routes. Researching with educational communities to promote equity and fight racism towards immigrants in a post-pandemic world (2022-2025 Spencer Foundation).
- Culturas narrativas: *storytelling* digital, acción social y creación de públicos (D-STORIES): RTI2018-098417-B-E00. I+D+i Plan Nacional.
- Educación Social Digital (ESDIGITAL): PGC2018-095123-B-I00). I+D+i Plan Nacional.
- School Break tiene como objetivo explorar las posibilidades educativas de los juegos de escape (*escape rooms*) DE03-KA201-047321. Erasmus+.
- Curriculum Innovation through Research with Communities: Learning Circles of Educators and Technology (CIRCLET) ERASMUS+.
- European Media Platforms: Assessing Positive and Negative Externalities for European Culture. Challenge 6: Europe in a changing world inclusive, innovative and reflective Societies, TRANSFORMATIONS, Priority 3: Societal Challenges, H2020.
- Safer Cities for Girls in Belgium & Spain. Convenio de colaboración con Plan Internacional.

Destacamos también las publicaciones del año 2022 más directamente vinculadas al ámbito de conocimiento de las titulaciones, lideradas o con participación del profesorado de los Estudios:

- Cuenca-Fontbona, J., Cuenta-Pujol, M. & Zeler, I. 2022. La estrategia aplicada a las relaciones públicas en el medio digital: El caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80(null), 163-182. doi: 10.4185/RLCS-2022-1537
- Cuenca-Fontbona, J., Cuenta-Pujol, M., Martín-Guart, R. & Matilla, K. 2022. Desarrollo de un nuevo modelo de evaluación competencial para la selección de una agencia de relaciones

- públicas y comunicación. *Revista de Comunicació*, 21(1), 137-157. doi: 10.26441/RC21.1-2022-A7
- San Cornelio, G., Hofman, V. Y., Ardèvol, E. & Sivera Bello, S. 2022. Creatividad y futuros en *stop motion*: aprendiendo a construir historias colaborativamente. *Arte, Individuo y Sociedad*, 34(1), 369-388. doi: 10.5209/aris.74339
 - López-Borrull, A. (2022). COVID-19: 8 lecciones de la primera infodemia global que deberían ser una oportunidad para las bibliotecas. *Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra*, null(extra 1), 83-103. doi: 10.14195/2182-7974_extra2022_1_4
 - Fernández de Castro Sanabria, P. M., Bretones Peregrina, E., Solé Blanch, J. & Sampedro Blanco, V. 2022. Educación social digital: Una exploración de la formación y las competencias digitales de los profesionales de la educación social. *TECHNO REVIEW. International Technology, Science and Society Review*, 11(1), 13-27. doi: 10.37467/gkarevtechno.v11.3113
 - Valero-Bover, D., González Alonso, P., Carot-Sans, G., Cano, I., Saura, P., Otermin, P., García, C., Gálvez, M., Lupiáñez Villanueva, F. & Piera-Jiménez, J. 2022. Reducing non-attendance in outpatient appointments: predictive model development, validation, and clinical assessment. *BMC Health Services Research*, 22(1), 1-9. doi: 10.1186/s12913-022-07865-y
 - Marichal, S., Rosales Climent, A., González Perilli, F., Pires, A.C. & Blat, J. 2022. Auditory and haptic feedback to train basic mathematical skills of children with visual impairments. *Behaviour & Information Technology*, null(null), 1-29. doi: 10.1080/0144929X.2022.2060860
 - González Campos, J. S., Arnedo, J. & Sánchez-Navarro, J. 2022. Self-Learning Geometric Transformations: A Framework for the "Before and After" Style of Exercises. *Mathematics*, 10(11), 1-22. doi: 10.3390/math10111859
 - López-Borrull, A. 2022. Els màsters universitaris, una visió estratègica de la professió? *Item. Revista de Biblioteconomia i Documentació*, null(72), 27-37. doi: 10.34810/itemn72id398384
 - González-Teruel, A., López-Borrull, A., Santos Hermosa, G., Abad García, F., Ollé, C. & Serrano-Vicente, R. 2022. Factores facilitadores y barreras en la transición a la ciencia abierta: perspectiva de los agentes del sistema científico español. *Profesional de la Información*. 31(3), 1-20. doi: 10.3145/epi.2022.may.05
 - Blanche-Tarragó, D. & Fernández-Ardèvol, M. (2022). (Non-)Politicized Ageism: Exploring the Multiple Identities of Older Activists. *Societies*, 12(2), 1-14. doi: 10.3390/soc12020040
 - Megias, D., Kuribayashi, M., Rosales Climent, A., Cabaj, K. & Mazurczyk, W. 2022. Architecture of a fake news detection system combining digital watermarking, signal processing, and machine learning. *Journal of Wireless Mobile Networks, Ubiquitous Computing, and Dependable Applications*, 13(1), 33-55. doi: 10.22667/JOWUA.2022.03.31.033
 - Estanyol Casals, E. 2022. Traditional festivals and COVID-19: event management and digitalization in times of physical distancing. *Event Management*, 26(3), 647-659. doi: 10.3727/152599521X16288665119305
 - Martorell, S., Ardèvol, E. & San Cornelio, G. 2022. New species in the Mediterranean: a visual essay on human impact on biodiversity. *Visual Studies*, 37(3), 207-211. doi: 10.1080/1472586X.2022.2090129
 - Fernández Ardèvol, M., Ribera-Fumaz, R. 2022. The Network Society Today. *American Behavioral Scientist*, doi/10.1177/00027642221092800
 - San Cornelio, G., Roig, A. & Foglia, E. 2022. La línea de tiempo como herramienta de visualización y co-diseño de historias. *Kepes*, 19(26), 507-541. <https://doi.org/10.17151/kepes.2022.19.26.16>

En cuanto a la formación del profesorado en el ámbito de la innovación y mejora docente, ponemos de relieve la etapa final del proyecto europeo Erasmus+ *Curriculum Innovation through Research with Communities: Learning Circles of Educators and Technology (CIRCLET)*, impulsado por el Vicerrectorado de Globalización y Cooperación, con participación de la subdirectora de docencia de los Estudios. La finalidad principal de este proyecto es impulsar la innovación curricular mediante iniciativas docentes diseñadas en colaboración con proyectos sociales y organizaciones del tercer sector a partir de metodologías participativas y cocreativas.

Puntos fuertes

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

- El alto nivel de especialización del profesorado permanente de los Estudios, todos doctores con alto porcentaje de acreditados.
- La experiencia profesional y en docencia en línea del profesorado colaborador.
- La relación entre investigación y docencia y las publicaciones vinculadas al ámbito de conocimiento de las titulaciones.
- La incorporación de la nueva figura docente de PA.
- La transformación del rol de tutoría de grado, con perfiles más especializados (tutor de inicio y tutor de seguimiento).

Ámbitos de mejora

Identificamos como punto débil que requiere la continuidad de acciones de mejora:

- La captación y la incorporación al equipo docente del grado de Diseño y Creación Digitales de más profesores colaboradores y profesorado propio con el título de doctor y con acreditaciones de investigación.

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

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

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

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

Titulación	En progreso hacia la excelencia	Se alcanza	Se alcanza con condiciones	No se alcanza
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos		X		

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

Análisis y valoración

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

En cuanto al acompañamiento docente, además de los roles docentes de profesor propio y colaborador, mencionados en el estándar 4, destacamos el rol de seguimiento transversal del equipo de tutores. A pesar de que en el conjunto de las titulaciones de los Estudios la acción tutorial ha estado históricamente bien valorada, en el curso 2021-2022 los niveles de satisfacción a escala global siguen por debajo del 70 %, (66,4 %, 1 punto menos que en el curso anterior). Sin embargo, las dos titulaciones más afectadas por esta problemática presentan una mejora significativa en relación con el curso anterior. En el máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca, la satisfacción con la acción tutorial ha sido del 38 %, muy por debajo de la cifra esperada, pero significativamente mejor que el 27 % del curso 2020-2021. Por otro lado, el máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad presenta una evolución positiva en este indicador: del 59,3 % al 88,2 % en el curso actual. Mención también al máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia, en el que la satisfacción con la acción tutorial ha bajado del 51 % al 45 % en el curso de este informe. Con la transformación del rol de tutoría y la incorporación y formación de nuevos tutores se espera revertir estos resultados a corto plazo.

La satisfacción con los recursos de aprendizaje es, en términos globales, positiva (68,8 %). Sin embargo, se identifica un claro recorrido de mejora en algunas titulaciones, como en el máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia, con una satisfacción del 63,5 % en este indicador. Teniendo en cuenta la inversión que se ha hecho durante los últimos dos años en la transformación y actualización de los recursos de aprendizaje de todos los programas, se plantea la necesidad de realizar una diagnosis y un análisis transversales de este indicador para identificar causas y orientar acciones de mejora en el marco de cada titulación. También en relación con los recursos de

aprendizaje, se pone de relieve la implementación del nuevo web del servicio de biblioteca UOC. Se espera que esta implementación ayude a mejorar el nivel de satisfacción con este servicio, recurrentemente bajo en los últimos cursos.

En cuanto a los mecanismos de funcionamiento y seguimiento de las prácticas, se valora muy positivamente la incorporación de dos profesoras asociadas vinculadas a las asignaturas de prácticas. Por otro lado, se detecta una baja valoración por parte de los estudiantes del procedimiento de solicitud y gestión de las prácticas (51 % de satisfacción). Dado el carácter transversal de este servicio, se eleva a los Servicios de Prácticas y Movilidad (responsables de este proceso) la necesidad de implementar acciones de mejora en este ámbito. En cuanto a los mecanismos de funcionamiento y seguimiento de los trabajos finales, no se identifican cambios significativos respecto al informe anterior.

En lo que respecta a la comunidad UOC en red, un aspecto que sigue requiriendo especial atención son los servicios de orientación profesional, que siguen estando poco valorados en las encuestas de satisfacción (40,4% en el ámbito de los Estudios). Sobre este punto, cabe detallar que en febrero de 2019 se creó un nuevo Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, que se ocupa de dirigir y liderar la estrategia de aproximación y de relación con el mundo económico e industrial y de proyectar la transferencia y el emprendimiento mediante una relación activa con los diferentes grupos de interés. Este nuevo vicerrectorado aglutina, entre otros, los servicios de carrera y bolsa de trabajo, que hasta ahora se llevaban a cabo desde UOC Alumni. De esta manera se quieren integrar esfuerzos para proporcionar este servicio al conjunto de graduados de esta universidad, reforzando su acompañamiento en el aprovechamiento profesional de los conocimientos y habilidades adquiridos en la formación, y contribuir a la mejora de su carrera.

En esta línea, cabe destacar que, desde la nueva Área de Empleabilidad y Servicios de Carrera, se ha organizado la [primera edición de la Feria Virtual de Empleo](#) los días 16 y 17 de noviembre de 2022, en la que las empresas disponen de un stand virtual para la captación de talento a través de un espacio con posibilidades de entrevistas rápidas a los candidatos, publicando sus ofertas y accediendo a los currículos de los candidatos interesados, y donde los estudiantes y graduados pueden inscribirse en las ofertas de su interés. Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación lideraron la organización de tres ponencias en el marco de esta feria. Concretamente:

- *Green Shooting y Eco-Managers en la industria audiovisual: nuevos perfiles profesionales para hacer rodajes sostenibles.* Presentada por: Pedro Barbadillo, director de Mallorca Film Commission. Moderada por Cristina Pujol, profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación.
- *Preparados, listos... ¡cohete! Puntos clave para crear nuestro espacio creativo en el mercado laboral.* Presentada por Pink Morro, artista y mentor creativo. Moderada por Lluc Massaguer, profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación.
- *Edadismo.* Presentada por Mireia Fernández-Ardèvol, profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Moderada por Sandra Sanz Martos, profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación.

Puntos fuertes

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

- La acción de los tutores de nuestras titulaciones en la acogida y el seguimiento del estudiante.
- Las acciones impulsadas por el nuevo Vicerrectorado de Competitividad y Empleabilidad, que se ocupa de dirigir y liderar la estrategia de aproximación y de relación con el mundo económico e industrial.

Ámbitos de mejora

Un ámbito que sigue requiriendo mejora son los servicios de orientación profesional, que siguen estando poco valorados por el estudiantado en las encuestas de satisfacción. También se necesita seguir trabajando para mejorar la satisfacción con la gestión de las prácticas profesionales y con la tutoría en algunos programas.

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

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

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

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

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

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

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

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

Análisis y valoración

Los indicadores de calidad de todos programas formativos incluidos en este informe, desde una perspectiva global, son adecuados y cumplen los valores esperados.

En este estándar queremos poner en valor la gran diversidad de proyectos e iniciativas de innovación y mejora docente que se llevaron a cabo en los Estudios con el fin de contribuir a la formación de una ciudadanía responsable y a la construcción de una economía y una sociedad más equitativa, inclusiva y sostenible. Un hito importante en este sentido es la incorporación de la competencia transversal de compromiso ético y global en todas nuestras titulaciones oficiales. Esta competencia nos ha permitido poner el foco en la perspectiva de género, mediante iniciativas como la elaboración del *toolkit* de género o la coorganización de un taller sobre comunicación y violencia machista dirigido a estudiantes y al equipo docente de los Estudios. Destacamos, así, el trabajo continuado y a escala transversal de los estudios alrededor de la perspectiva de género (que integra una de las dimensiones de la nueva competencia transversal CT3, de compromiso ético y global). Ejemplo de este trabajo continuado es la existencia del grupo de trabajo de perspectiva de género de los Estudios (véase el detalle en el apartado 4.1 de este informe).

En esta misma línea, destacamos también la ampliación del proyecto de prácticas virtuales, que permite a nuestro estudiantado hacer prácticas curriculares en un entorno de trabajo virtual, implicándose en la comunicación de iniciativas y proyectos sociales. Esta iniciativa, según datos cualitativos recogidos en el marco de los programas, está muy bien valorada por el estudiantado, que señala como principales puntos fuertes la posibilidad de hacer las prácticas en un entorno 100 % virtual, desarrollando proyectos reales, trabajando en equipo y colaborando con entidades del tercer sector.

En relación con las asignaturas de trabajo final, reiteramos que cumplen con el logro de competencias y presentan metodologías y criterios de evaluación adecuados. La satisfacción con los trabajos finales se mantiene en los valores esperados y, en algunos casos, mejora significativamente (por ejemplo, en el grado de Comunicación, en el que se sitúa en un 70,8 %, con una mejora notable respecto al 60 % del curso anterior). Sin embargo, se detecta un punto de mejora en la satisfacción con el trabajo final del grado de Diseño y Creación Digitales, que será objeto de acciones específicas en el marco de esta titulación.

Es importante mencionar que se detecta una baja satisfacción (51 %) por parte de los estudiantes con los procedimientos de solicitud y gestión de las prácticas, que se traslada a la persona referente en

los Estudios de los Servicios de Prácticas y Movilidad (área responsable de este proceso) para la implementación de acciones de mejora de carácter institucional. Todavía en relación con las prácticas, se destaca como aspecto especialmente bien valorado la incorporación de una profesora asociada vinculada a las asignaturas de prácticas externas y una profesora asociada vinculada a las asignaturas de prácticas virtuales. Estas dos profesoras asociadas apoyan directamente a las profesoras responsables de las asignaturas de prácticas, fortaleciendo así la capacidad de seguimiento, innovación y mejora continuada de estas asignaturas de manera transversal en todos los programas.

En relación con los sistemas de evaluación y en el marco del periodo excepcional por la situación de emergencia sanitaria derivada de la COVID-19, se han seguido desarrollando medidas para reforzar el sistema de evaluación de las asignaturas. Estas medidas se enmarcan en el plan de desarrollo del modelo de evaluación digital que la UOC está llevando a cabo para la transformación progresiva de la evaluación en un modelo completamente digital, manteniendo el rigor y la fiabilidad en la validación de la identidad de los estudiantes y la originalidad de sus trabajos. Para conseguirlo, el profesorado dispone de un conjunto de estrategias que puede adoptar en función de la naturaleza de los contenidos, las competencias de cada asignatura y el fruto de la reflexión en el marco del estudio. Algunas de estas estrategias ya hace tiempo que están en marcha, por lo que se ha generalizado su aplicación (pruebas de evaluación final [PEF] virtuales, defensas de TFM síncronas y públicas, aplicación de VNext a las PEF con comprobación manual de la identidad, etc.). Otras, en cambio, introducen elementos nuevos.

Este modelo de evaluación digital cumple con el **Marco para el aseguramiento de la calidad de la evaluación en línea del proyecto TESLA** y ha sido valorado positivamente en septiembre de 2021 por un equipo de expertos internacionales que analizó el informe elaborado por la universidad de acuerdo con este marco. Posteriormente, y a petición de la agencia de calidad, el informe se actualizó y se presentó la propuesta del nuevo sistema de evaluación a la Comisión de Evaluación Institucional y de Programas (CAIP) de la AQU, que la valoró positivamente en su sesión de 18 de julio de 2022.

Durante el curso 2021-2022, la UOC ha trabajado especialmente en las líneas siguientes:

- a) En relación con las PEF: piloto PEF banco de preguntas aleatorias con Moodle, en la aplicación de VNext con biometría (reconocimiento facial) para garantizar la identidad y en el plagio para garantizar la autoría (Urkund/Original).
- b) En relación con la EC: uso del portafolio como estrategia de evaluación complementaria mediante Folio y desarrollo de un piloto de entrevista síncrona para la EC.

Alineados con este objetivo de los Estudios, llevamos a cabo un trabajo sostenido de reflexión y acción pedagógica alrededor de los procesos evaluativos de nuestros programas formativos que tiene como marco impulsor la comisión de docencia de los Estudios (véase el apartado 4.1 de este informe). Una de las principales acciones impulsadas por esta comisión en el curso 2021-2022 ha sido el taller Retos de evaluación, que se celebró de manera presencial con todo el equipo de los estudios, en el que pudimos debatir sobre retos emergentes vinculados a la virtualización de los procesos de evaluación y aportar soluciones compartidas.

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

Grado de Comunicación

Desde una perspectiva global, los resultados del programa formativo siguen siendo adecuados y cumplen los valores esperados. En el curso 2021-2022 tanto la tasa de rendimiento (85,4 %) como la tasa de éxito (96 %) de la titulación se mantienen altas. La satisfacción de los graduados con la titulación se sitúa en el 72,5 % y la satisfacción con la titulación-curso, en un 76,6 %, de manera que se mantiene en niveles similares a los de cursos anteriores. En cuanto a la satisfacción de los estudiantes con las asignaturas, se sitúa en un 74,5 %, mientras que la coherencia y definición del plan de estudios se evalúa con un 72,6 %. Asimismo, la satisfacción con la acción docente se sitúa en el 76,6 % y la satisfacción con los recursos de aprendizaje, en el 70,7 %.

Cabe destacar también que la satisfacción con el TFG se sitúa en un 70,8 %, de manera que mejora significativamente con respecto al curso anterior (60 %). Por el contrario, algunas asignaturas requieren atención especial, con resultados de satisfacción por debajo de los valores esperados. Entre otras, las asignaturas Dirección de arte (satisfacción con la asignatura: 25,9%; con la acción docente: 25,9%; con los recursos de aprendizaje: 29,6 %; con el modelo de evaluación: 34,6 %), Dirección de cuentas y planificación estratégica (satisfacción con la asignatura: 25 %; con la acción docente: 33,3 %; con los recursos de aprendizaje: 41,2 %; con el modelo de evaluación: 29,4 %), Lobbismo y grupos de influencia (satisfacción con la asignatura: 29,4 %; con la acción docente: 33,3 %; con los recursos de aprendizaje: 33,3 %).

Grado de Diseño y Creación Digitales

Desde una perspectiva global, los resultados del programa formativo siguen siendo adecuados y cumplen los valores esperados. El rendimiento (82 %) y el éxito (93 %) son excelentes. La mayoría de los estudiantes considera que la titulación mejora sus capacidades profesionales (81 %) y comunicativas (78 %). La satisfacción entre graduados (78 %) y no graduados (70 %) es correcta. Por el contrario, algunas asignaturas requieren atención especial, con resultados de satisfacción por debajo de los valores esperados. Entre otras, las asignaturas Trabajo final de grado, Tipografía avanzada, Dirección de arte, Fabricación digital, Ilustración, Lenguajes y estándares web y *Motion graphics*.

Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

En general, en cuanto al estándar 6.1. (Los resultados de aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación), se valora con un 100 % (vs. el 73,7 % del curso anterior) el indicador "El máster me ha ayudado a mejorar las capacidades profesionales" y con un 87 % (vs. el 79,2 % del curso anterior) la definición y la coherencia del plan de estudios. También se recoge que el alumnado considera que el máster mejora las competencias personales (90 %) y las habilidades comunicativas (73,7 %). La satisfacción de los graduados se ha incrementado de manera significativa. Globalmente, en el curso 2021-2022 ha sido del 90 % (vs. el 71,1 % del curso 2020-2021 y el 77,3 % del curso 2019-2020). Así, se considera que se da cumplimiento al requerimiento del informe de acreditación "Asegurar que los graduados perciben valor en la formación recibida y que el máster les ayuda a mejorar su competencia laboral y perspectivas de empleabilidad". La satisfacción global con el trabajo final de máster es del 81,8 % y con las prácticas profesionales, del 75 %. Además, la satisfacción general con el curso académico 2021-2022 es del 75,3 %. Todos estos datos sitúan a la titulación por encima de los umbrales

óptimos.

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

La calidad de los resultados de los programas formativos tiene una tasa de éxito del 96,6 %, una tasa de rendimiento del 82,9 % y una tasa de satisfacción con la acción docente del 79,4 %. Además, los resultados de satisfacción de prácticas externas son muy positivos ("Las prácticas me han permitido aplicar y consolidar conocimientos y habilidades adquiridos durante la titulación": 91,7 %), a excepción de la mejora de la situación laboral una vez hechas las prácticas (16,7 %) y la aplicabilidad de los contenidos y la consolidación de conocimientos (33 %). La asignatura TFM también presenta excelentes resultados de satisfacción, de un 86 % ("El trabajo final me ha permitido valorar el grado de logro de las competencias de la titulación": 93,8 %).

En relación con la tasa de graduación, se sitúa en niveles por encima de los valores indicados en la memoria, con un resultado de T+1 en el curso con 72 graduados (37,5 %), la cifra más alta desde el nacimiento de la titulación. La tasa de abandono (21,8 %) también se sitúa en niveles por debajo del 30 %, tal como se indica en la memoria verificada. Respecto a la satisfacción de los graduados, hay una mejora en todos los indicadores. Destacamos que el 82,4 % manifiesta su satisfacción con el hecho de que la formación recibida le ha permitido mejorar sus capacidades para la actividad profesional, el 80 % mejora habilidades comunicativas, el 75 % mejora capacidades personales y, globalmente, el 87,5 % está satisfecho con la titulación.

En el caso de la asignatura Dirección de proyectos de comunicación digital, se detecta una baja satisfacción (satisfacción con la asignatura: 44,8 %; satisfacción con los recursos de aprendizaje: 40 %), que es actualmente objeto de acciones específicas de mejora.

Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia

La tasa de rendimiento del máster es del 90,4 % (por encima del 88,3 % del curso anterior) y la de éxito, del 98 % (muy similar a la tasa registrada previamente). En cuanto al número de graduados, también se registra un incremento de los datos y en el curso de 2021-2022 llega a los 91 titulados. Para valorar la tasa de abandono, hay que revisar la información por cohortes a partir del tercer curso. En este sentido, mirando la evolución, encontramos que en la cohorte de 2017-2018 la tasa de abandono para el curso 2019-2020 era del 22,3 %, mientras que para la cohorte 2019-2020 la tasa de abandono en el curso 2021-2022 era del 17,2 %. Esta cifra se considera adecuada, aunque la cohorte 2018 tiene un indicador del 29,9 %, muy próximo al 30 % propuesto como límite máximo. Por lo tanto, hay que seguir con las medidas que se han implementado y recogido en el informe de seguimiento anterior aunque se hayan logrado los objetivos. En las prácticas se vuelve a hacer visible que la mejora ha consolidado la buena valoración de los procesos, pero no la satisfacción de los estudiantes. Asimismo, se plantean actuaciones en otras asignaturas además de las prácticas. Concretamente, en las materias *Social media strategy* y *Analítica avanzada*, en las que los datos de satisfacción con la asignatura, la acción docente y los recursos de aprendizaje (y el modelo de evaluación, en el caso de la materia sobre diseño del plan) son los más bajos del programa.

Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

El rendimiento y la tasa de éxito del máster superan con creces el umbral del 65 %. Estos indicadores se sitúan en el 89,9 % y 99,4 %, respectivamente. La tasa de graduación es muy positiva. En la

cohorte 2018-2019 está por encima del 33 %, en la 2019-2020 es del 37 % y en la 2020-2021 es del 42,1 %. Las previsiones en la memoria verificada eran del 20 %, por lo que el resultado logrado es muy positivo en relación con las previsiones y teniendo en cuenta la dedicación a tiempo parcial. La tasa de abandono también se ajusta a la memoria y siempre es inferior al 25 %. El diseño metodológico del programa, centrado en las competencias y los resultados de aprendizaje indicados en la memoria de la titulación y concretado en el planteamiento de retos profesionales que los estudiantes tienen que superar, sigue dando resultados satisfactorios en todos los indicadores y logra, en conjunto, un 73,5 % en la acción docente. El indicador de si el estudiantado considera que el profesorado domina las materias presenta un resultado excelente, del 87,7 % frente al 89,3 % del curso pasado. Sin embargo, hay que mejorar los datos de satisfacción con las asignaturas (67,7 %) y los recursos de aprendizaje (63,4 %), que han disminuido en el último curso. Se hará un análisis y un seguimiento de estos datos de cerca.

Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca

La tasa de rendimiento del máster es muy elevada, del 87,2 %, en la misma línea que el curso anterior. La satisfacción con la asignatura es del 69,1 %, lo que supone una disminución de 4 puntos con respecto al curso anterior. Globalmente, esta disminución se interpreta en el contexto de la baja participación en las encuestas, que hacen aflorar valoraciones negativas que aparecen magnificadas. La acción docente, sin embargo, aparece valorada con un 75,9 %, por lo que sube respecto al curso anterior. Se han graduado 53 estudiantes (11 %) frente a los 21 del curso anterior (45 %). La tasa de abandono es del 0 %.

Puntos fuertes

- El trabajo sostenido de reflexión y la acción pedagógica alrededor de los procesos evaluativos de nuestros programas formativos.
- El trabajo continuado y transversal en los estudios alrededor de la perspectiva de género.
- El proyecto de prácticas virtuales, que permite a nuestro estudiantado hacer prácticas curriculares en un entorno de trabajo virtual e implicarse en la comunicación de iniciativas y proyectos sociales.

Ámbitos de mejora

- El nivel de satisfacción con la asignatura Trabajo final de grado del grado de Diseño y Creación Digitales.
- El nivel de satisfacción con los procesos de solicitud y gestión de las prácticas.

5. Valoración de las titulaciones

5.1. Grado de Comunicación

Desde su despliegue y hasta la actualidad, el grado de Comunicación presenta una buena satisfacción con la titulación que nos hace pensar en su buen funcionamiento, que creemos que está reforzado por los puntos fuertes destacados en el último IST:

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

Destacamos también el esfuerzo que se ha hecho estos últimos cursos para implementar la perspectiva de género en el diseño de todas las asignaturas. Una muestra de las acciones desarrolladas, junto con la incorporación del *toolkit* de género a las asignaturas del grado, queda recogida en el anexo que ya presentamos en el último IST.

Por el contrario, hay que seguir reforzando determinados elementos, en los que hará falta invertir esfuerzos especialmente en los próximos cursos académicos:

- **Prácticas:** seguir trabajando en el ámbito de la asignatura de prácticas para dar respuesta a los requisitos de la última evaluación hechos en el retorno del modifica.
- Trabajar para mejorar los datos de coordinación entre asignaturas. Los datos de satisfacción con la **coordinación entre asignaturas-curso** se mantienen igual que en el curso 2020-2021 (57,2 %), aunque han subido un poco en relación con la satisfacción de los graduados (67,5 % respecto al 62,5 % del curso anterior). Según esto, habrá que seguir trabajando para mejorar los indicadores de la coordinación entre los contenidos de las asignaturas para evitar encabalgamientos.
- Revisar y mejorar los **indicadores** de aquellas **asignaturas** enumeradas en el último punto de este IST.

5.2 Grado de Diseño y Creación Digitales

La valoración de esta titulación durante el curso se considera correcta y plenamente adaptada y normalizada dentro de la situación de pandemia. Los resultados obtenidos son comparables y muy similares a los que se tenían en una situación de normalidad previa a la pandemia.

Adicionalmente, durante este curso se ha experimentado una situación anormal de bajas laborales (dolencias y jubilaciones) que se han podido solucionar sin afectar al desarrollo docente de la titulación. La única afectación es estadística, sobre el porcentaje de doctores, que ha sido algo más bajo por esta razón.

El funcionamiento de la titulación se mantiene estable. La dificultad más grande sigue siendo el porcentaje de doctores entre el personal colaborador y se sigue trabajando en esta línea. Por otro lado, la demanda por parte de los estudiantes continúa en incremento (a pesar de mantenerse el número máximo de plazas ofertadas).

Se ha presentado una propuesta de 240 ECTS para adaptar la titulación a los cambios recogidos en el Real Decreto 822/2021.

5.3 Grado de Información y Documentación

La valoración global de una titulación en extinción es compleja, ya que la muestra de encuestas es cada vez más pequeña a medida que los graduados van acabando (valorando el curso con un

88,9 %), mientras que estudiantes que tienen más dificultades al hacer el seguimiento y a quien próximamente las opciones de hacer la docencia de forma ordinaria se van acabando.

Todo esto y una muestra reducida hacen que año tras año los resultados tengan una forma dentada. Eso sí, en los últimos 3 años el ritmo de graduados (alrededor de los 40) se mantiene constante, con lo cual creemos que el objetivo principal de la extinción, que es graduar al máximo número de estudiantes con la máxima calidad posible, se va llevando a cabo.

En este sentido, los resultados de la encuesta a graduados y graduadas nos muestran una satisfacción general, sobre todo con el curso y también con el equipo tutorial, lo que valida el acompañamiento que se ha realizado. En cuanto a los estudiantes en curso, valoran positivamente la metodología docente (89 %) y la acción docente (80 %).

En este sentido, de nuevo, la coordinación de la dirección del grado con los tutores y tutoras (figura clave) es importante; el hecho de que sean un número menor de estudiantes está permitiendo tratar caso por caso para hacer más eficiente su acompañamiento.

La temática de los TFG nos aporta la heterogeneidad de intereses de los estudiantes y la diferente posición con respecto al mercado laboral.

Finalmente, mantener los estándares de calidad en un proceso de extinción, según nuestro punto de vista, muestra el nivel de compromiso y profesionalidad de unos estudiantes apresurados por terminar y unos profesores colaboradores que, en algunos casos, atendida la baja matrícula, lo compaginan con otras asignaturas de otras titulaciones o bien dejarán de colaborar con un grado en el que estaban consolidados.

5.4 Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

La valoración global del máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos es positiva, teniendo en cuenta los aspectos que se explican a continuación.

En este curso 2021-2022, el máster ha llegado a su sexta edición y se ha consolidado, con una importante demanda de matrícula. A pesar del descenso registrado en el primer semestre del curso, sigue siendo el máster universitario de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación con más volumen de estudiantes y de nueva matrícula.

Los datos de satisfacción se consideran muy adecuados, con casi la totalidad de indicadores situados por encima del 75 % (satisfacción con el programa: 75,3 %, satisfacción con las asignaturas: 78,2 %, satisfacción con el modelo de evaluación: 79,3 %, satisfacción con la acción docente: 77 %, satisfacción con el trabajo final de máster: 81,8 %, satisfacción con las prácticas: 75 %). Se destaca muy positivamente que el alumnado considera que el máster mejora sus competencias personales (90 %) y capacidades profesionales (100 %), y valora con un 87 % la definición y la coherencia del plan de estudios. La satisfacción de los graduados también es un dato positivo, ya que ha mejorado mucho en los últimos dos cursos y en el 2021-2022 se ha situado en el 90 % (este dato se analizó de manera especialmente crítica en el informe de acreditación). La creación de la Comisión de Graduadas y Graduados del máster, así como el establecimiento de comunicaciones periódicas con estos *stakeholders*, puede haber propiciado la mejora significativa de este importante indicador. Por el

contrario, el único indicador que se debe mejorar en cuanto a satisfacción es el de los recursos de aprendizaje (70,9 %). Hay que señalar que la participación del alumnado en las encuestas del segundo semestre del curso 2021-2022 fue muy baja y que se tendría que incentivar más.

El equipo docente es uno de los puntos fuertes del máster, ya que cuenta con profesores con una amplia trayectoria docente y de investigación que durante este curso 2021-2022 ha seguido incrementándose (con acreditaciones, sexenios, proyectos y publicaciones). La satisfacción del alumnado con la acción docente, que se sitúa en el 77 %, el dominio del profesorado colaborador, valorado con un 85,8 %, y la metodología docente, valorada con un 90 %, es un reconocimiento a la pericia del profesorado y a la calidad de la docencia impartida dentro de la titulación.

Del informe de acreditación de fecha 20 de noviembre de 2020 se desprendieron una serie de aspectos para mejorar obligatoriamente y una serie de recomendaciones, a los cuales ya se dio respuesta de manera proactiva en el curso 2019-2020, en el curso 2020-2021 y en el curso 2021-2022 dentro del plan de revisión y mejora constante del programa (véase [Recopilación de recomendaciones y requerimientos](#)). Asimismo, durante el curso 2021-2022 también se han implementado las acciones de mejora del anterior IST y se proponen acciones nuevas para el próximo curso 2022-2023 (véase [PO07 Acciones mejora seguimiento_ECIC](#)).

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

La valoración global del máster universitario de *Social Media*: Gestión y Estrategia es positiva teniendo en cuenta los aspectos que se explican a continuación.

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

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

Los datos de matrícula contribuyen a hablar de la consolidación de este programa de máster, que da respuesta a la demanda de formación especializada y oficial en el ámbito del *social media*. Destaca la valoración recibida tanto de la información pública como de los procesos de incorporación y matrícula y del seguimiento que se da desde tutoría en el momento de acceder al máster. El perfil del equipo docente vinculado al máster también es uno de los puntos fuertes que se destacan del programa.

A pesar de los buenos resultados de rendimiento y éxito de los estudiantes y de que las medidas llevadas a cabo han permitido mejorar la valoración de las asignaturas con percepciones más críticas, se observa de forma cíclica la disminución de otras materias. Por eso, y con el objetivo de mejorar hacia la excelencia del programa, se evidencia la necesidad no de trabajar de manera aislada, que también, en las asignaturas con niveles más bajos de satisfacción, sino de implementar un plan

integral que implique acciones que mejoren la situación de todas las materias y, por lo tanto, impacten también positivamente en la mejora de la valoración general del programa. Este plan se focaliza en los cuatro ejes de actuación indicados a lo largo de este informe. Además, el contexto actual permite explorar las opciones de mejora y aprovechamiento de cambios y nuevas oportunidades generadas a partir de los cambios en sistemas operativos del *site* y de la propia creación de áreas de investigación como el *hub*, que incluye un laboratorio de investigación en el ámbito de *social media*.

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

La valoración global del máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas es positiva teniendo en cuenta los aspectos que se explican a continuación.

La calidad del programa formativo está trabajada satisfactoriamente y el diseño de la titulación está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo requerido en el MECES. El estudiantado admitido responde a los perfiles de ingreso y a las plazas ofertadas, de manera que se consolida la estabilidad de las cifras de nuevo alumnado. A la vez, los mecanismos de coordinación son adecuadas y eficientes. Se ha hecho un gran esfuerzo para implementar la CT3 de compromiso ético y perspectiva de género en todos los ámbitos de la docencia y también para formar al equipo docente. A pesar de los buenos resultados obtenidos, es una acción que se seguirá trabajando.

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

En relación con la tasa de graduación, se sitúa en niveles por encima de los valores indicados en la memoria, con un resultado de T+1 en el curso, con 72 graduados (37,5 %), la cifra más alta desde el nacimiento de la titulación. La tasa de abandono (21,8 %) también se sitúa en niveles por debajo del 30 %, tal como se indica en la memoria verificada. Respecto a la satisfacción de los graduados, hay una mejora en todos los indicadores. Destacamos que el 82,4 % manifiesta su satisfacción con el hecho de que la formación recibida le ha permitido mejorar sus capacidades para la actividad profesional, el 80 % mejora habilidades comunicativas, el 75 % mejora capacidades personales y, globalmente, el 87,5 % está satisfecho con la titulación.

La adecuación del profesorado al programa formativo tiene indicadores favorables (>75 % de satisfacción del estudiantado con la acción docente), también por parte del comité de evaluación externo, que identifica 3 fortalezas en el máster, todas ellas vinculadas con la adecuación del equipo docente.

Las asignaturas de prácticas externas tienen datos positivos como, por ejemplo, "He podido desarrollar las tareas que estaban definidas en mi proyecto formativo de prácticas", con un 83,3 %, e indicadores con margen de mejora. En lo que respecta al TFM, la satisfacción es de un 81,8 % en la encuesta de graduados y de un 89,5 % en la última encuesta de 2021-2. Por lo tanto, podemos expresar que el profesorado reúne los requisitos del nivel de calificación académica exigidos por las titulaciones del centro y tiene una experiencia docente, investigadora y profesional suficiente y valorada.

Y, por último, en cuanto a la calidad de los resultados de los programas formativos, tenemos una tasa de éxito del 98 %, una tasa de rendimiento del 85,6 % y una tasa de satisfacción con la acción docente del 75,1 %. Además, los resultados de prácticas y de TFM también son buenos, como acabamos de mencionar recientemente.

Queremos indicar que se mantiene la baja participación. Semestralmente llevamos a cabo acciones complementarias para intentar incrementar las respuestas vía tutoría, PRA y PDC, pero percibimos que el alumnado está saturado de encuestas y no conectamos con ellos.

La competencia de compromiso ético y perspectiva de género ya ha puesto unas sólidas bases para seguir trabajando, desde los recursos de aprendizaje, el lenguaje inclusivo en las herramientas de comunicación de la titulación y también teniendo presente la importancia de la formación, tanto por parte del alumnado como por parte de los docentes. Para concluir, el TFM ha tenido un número considerable de propuestas vinculadas a la perspectiva de género, y la nueva mención de género vinculada a los premios a los mejores TF de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación ha sido para una estudiante de la titulación.

5.7. Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad

El máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad ha obtenido unos resultados satisfactorios desde su primer año de despliegue. En el último curso, el 2021-2022, ha superado el umbral del 70 % de valoración en la mayoría de los indicadores de calidad de los resultados formativos, con una tasa de rendimiento del 89,9 % y de éxito del 99,4 %, una satisfacción con la acción docente del 73,5 % y con el modelo de evaluación del 75,9 %. Sin embargo, hay que mejorar los datos de satisfacción con las asignaturas (67,7 %) y los recursos de aprendizaje (63,4 %), que han disminuido en el último curso. Se hará un análisis y un seguimiento de estos datos de cerca.

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

Después del contexto de la pandemia, la investigación, los proyectos y las publicaciones del equipo de profesorado han ido avanzando al ritmo habitual.

La actividad fuera de las aulas vinculada al máster ha sido virtual, pero ha contado con el interés de los estudiantes, y se ha podido consolidar uno de los eventos que más conecta el programa con el mundo profesional, como son los premios Brava a la Publicidad Valiente.

Durante este último curso también se han hecho charlas virtuales como "Coloquio sobre el papel de la mujer en la publicidad y la comunicación corporativa", con cuatro referentes del sector, o las realizadas por diferentes expertas "Addressable TV. El modelo de Movistar+" (Sofía Carvajal) y "De la TV convencional a la Connected TV" (Sonia Fernández).

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

La titulación se encuentra todavía al inicio de su recorrido y el segundo curso ha supuesto una consolidación en algunos aspectos, pero, a la vez, el aumento del número de estudiantes ha planteado nuevos retos. Valoramos positivamente este segundo curso, aunque con ciertas reticencias dada la baja participación del segundo semestre en las encuestas y estos resultados de satisfacción inferiores.

El perfil joven y femenino se ha consolidado, a pesar de que se reduce la diferencia, y la edad también se va ampliando. El crecimiento de la matrícula, en la línea de la universidad, nos confirma el acierto en el foco y la definición del plan de estudios, que lo hacen atractivo para el estudiantado. La valoración de la pericia del personal colaborador, así como el alto rendimiento del estudiantado, también son elementos destacables en positivo.

Por el contrario, el reto más importante que se planteó el primer año, la coordinación de asignaturas (no repetición de contenidos y actividades), todavía sigue vigente, a pesar de que hayamos mejorado tímidamente en los indicadores. En este sentido, las dos líneas prioritarias de actuación en el próximo curso son, por un lado, mejorar la satisfacción con la tutoría en lo que respecta tanto a una recomendación cuidadosa de matrícula como al seguimiento del estudiantado a lo largo del semestre. Y, por otro lado, mejorar la satisfacción con la acción docente y con los materiales docentes.

6. Acciones de mejora

Véase el anexo 2, [Plan de mejora de centro. Seguimiento 2021-2022](#)

7. Documentos anexos

- **Anexo 1.** [Recopilación de los requerimientos y recomendaciones de los procesos de evaluación externa](#)
- **Anexo 2.** [Plan de mejora de centro. Seguimiento 2021-2022](#)

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

Código	Nivel (Centro/Titulación)	Descripción original del informe final de evaluación externo	Respuesta	Estado actual	Observaciones
PM-AC-2020_11	Centro	La institución publica en la web, a través del portal de transparencia, los resultados académicos por titulación, excepto la tasa de abandono, que aparece agregada en el conjunto de los másteres así como la tasa de graduación, que aparece con datos absolutos. La UOC publica, también, por titulación, no el grado de satisfacción, sino el porcentaje de estudiantes satisfechos con diferentes estándares. Si bien se comenta que la institución se rige por criterios de transparencia en la publicación y comunicación de la información, se desconoce si los grupos de interés conocen dónde encontrar dicha información.	Este 2022, la UOC ha obtenido el reconocimiento de transparencia de su información pública. La Fundación Haz (antigua Fundación Compromiso y Transparencia) ha otorgado a la UOC la máxima distinción, T***, del sello "t de transparente" por su portal de transparencia. Así, este sello certifica el esfuerzo de la UOC por difundir y publicar la información relevante de la organización, haciéndola visible y accesible a todos los grupos de interés de manera íntegra y actualizada.	Resuelto	
PM-AC-2021_02	Centro	Visibilizar las empresas con las que se tiene convenio para llevar a cabo las prácticas externas en cada uno de los dos títulos.		Pendiente	En el sitio web del centro se publicará semestralmente el listado de empresas con las que mantenemos convenio de colaboración de prácticas curriculares. Esta acción queda pendiente de la implementación

					del nuevo portal de la universidad.
PM-AC-2021_03	Centro	Detallar mejor cómo se realiza el reconocimiento de las prácticas externas.	En el ámbito de las titulaciones, esta acción se trabajará en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas y en el máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia.	Descartado	
PM-AC-2021_06	Centro	Revisar varios errores ortotipográficos en las páginas web de ambos títulos.	Con motivo de la implementación del nuevo portal, se han revisado las páginas de las titulaciones. En el ámbito de las titulaciones, se hará un seguimiento de esta acción en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas y en el máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia.	Descartado	
PM-AC-2021_07	Centro	Continuar explorando medidas para incrementar las tasas de participación en las encuestas por parte de todos los colectivos.		En ejecución	Se establecerá comunicación con PyC para definir medidas de impacto en este ámbito. En el centro se llevan a cabo de forma continuada acciones de comunicación mediante los equipos de tutoría de las titulaciones.
PM-AC-2021_13	Centro	Elaborar una guía de TFM que resulte más sencilla y amigable (por ejemplo, formato de pregunta y respuesta).	En el ámbito de las titulaciones, esta acción se trabajará en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas y en el máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia.	Descartado	
PM-AC-2021_15	Centro	Reforzar los contenidos relacionados con el emprendimiento para desarrollar proyectos e iniciativas propias.	En el ámbito de las titulaciones, esta acción se trabajará en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas y en el máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia. (Véase la fila 59).	Descartado	

PM-AC-2021_16	Centro	Reforzar los contenidos relacionados con todo el apartado relativo al SEO y a la construcción de noticias orientadas al posicionamiento en Google.	En el ámbito de las titulaciones, esta acción se trabajará en el máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas y en el máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia. (Véase la fila 59).	Descartado	
PM-AC-2021_17	Centro	En el caso del Máster en Periodismo y comunicación digital, convendría seguir actualizando el plan de estudios para acoger contenidos emergentes como los relacionados con técnicas avanzadas de verificación digital e inteligencia artificial en su aplicación al periodismo.	Desde la titulación se lideran de forma continuada diferentes actividades que dan respuesta a esta petición. En concreto, los talleres Google News Initiative, que son una formación regular, breve y muy focalizada en tendencias y novedades del sector (es síncrona y opcional) y que incorpora herramientas y recursos para el desarrollo del día a día en el trabajo de los periodistas. Destaca el taller realizado en mayo de 2020, impartido por Pablo Sanguinetti, "La verificación en tiempos de desinformación: taller de herramientas para el <i>fact-checking</i> ". Además, las Jornadas MoJo y los Premios Internacionales de Periodismo Móvil UOC-EFE (segunda edición) son un elemento central de la titulación por su apuesta por la innovación en el sector y también la difusión de una modalidad, el Mobile Journalism, tanto para el colectivo de alumnado como de profesionales del sector. Un ejemplo es la mesa redonda "La realidad aumentada llega a los platós", con Jesús Lozano Corchón, Atresmedia (sección informativos) y Francisco Javier Riloba, Telefónica (sección deportes), que tuvo lugar en MoJo IV Jornada de Periodismo Móvil 2020. https://youtu.be/m-zqcdd8yjm	Resuelto	
PM-AC-2021_19	Centro	Explorar la posibilidad de cambiar la valoración A, B, C por una de tipo numérica	En el centro y en las titulaciones se aplican los criterios de calificación cualitativa de la evaluación de la universidad.	Descartado	

MO-MO-2019_01	Grado de Comunicación	<p>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 orientar 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.</p>	<p>Estamos estudiando los mecanismos que establecimos para seguir la recomendación formulada de hacer un seguimiento del perfil del estudiante con el fin de orientarlo de manera adecuada para que se matricule en las prácticas optativas según su perfil. Primera propuesta: seguimiento a través de tutoría + envío de una encuesta sobre las prácticas a los estudiantes.</p>	En ejecución	<p>En este curso 2021-2022 hemos seguido aplicando los mecanismos necesarios para seguir la recomendación formulada de hacer un seguimiento del perfil del estudiante con el fin de orientarlo de manera adecuada para que se matricule en las prácticas optativas según su perfil.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Seguimiento del Protocolo de información de prácticas del grado de Comunicación, análisis de la situación y definición de acciones que se deben llevar a cabo. 2. Elaboración de una encuesta sobre las prácticas y envío a los estudiantes. 3. Recogida del cuestionario de ampliación de datos (vía tutoría) para detectar estudiantes que tienen experiencia profesional en el ámbito. 4. Mejora de la información sobre las prácticas mediante tutoría, con mensajes específicos de comunicación. <p>Seguiremos implementando las acciones diseñadas para hacer el seguimiento y el acompañamiento de los estudiantes con el fin de reforzar el vínculo con las prácticas profesionales.</p>
---------------	-----------------------	---	--	--------------	--

PM-AC-2020_49	Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	Los profesores colaboradores, según consta en la web, son 58. El 46% doctores. No se informa, sin embargo de la actividad investigadora de este grupo numeroso de profesores.	La universidad recoge de manera sistemática la información académica y profesional del PDC, pero no el detalle de la actividad investigadora. Se valora la propuesta de mejora para trasladar al ISC. Cabe destacar que, durante el curso 2021-2022, en la UOC se ha actualizado la ficha de información pública de todo el profesorado y personal investigador propio (ejemplo: https://talent.uoc.edu/es/elisenda-estanyol-casals.html). En el curso 2021-2022, la ratio de profesorado doctor es del 74,42 %, por lo que supera la ratio para máster universitario, con especial atención en los tutores del trabajo final de máster. Concretamente, el 100 % del PRA es doctor y está acreditado. En cuanto al profesorado colaborador, 37 son doctores y 22, no.	Resuelto	
PM-AC-2020_56	Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	Falta información relativa al calendario de tutorizaciones, las tutorías anuales que se realizan y el ratio alumnos/tutores.	La titulación cuenta con un plan de tutoría, que incluye todas las acciones y su planificación. Esta planificación se lleva a cabo desde la responsabilidad de la función tutorial del Área de Servicios de Orientación y Carrera Profesional. Existe un calendario detallado con todas las comunicaciones que se trasladan al alumnado en las aulas de tutoría. Hay que tener en cuenta que, en el curso 2021-2022, la satisfacción con la acción tutorial ha sido del 67,5 %, lo que implica un descenso respecto a los datos del curso anterior, que fue del 77,2 %, y se sitúa más próxima al dato del curso 2019-20, que fue del 69,7 %. No obstante, la utilidad de la tutoría es valorada por parte del alumnado con un 85 %. Asimismo, los alumnos de nueva incorporación valoran en un 71,4 % la información facilitada desde tutoría (PBI Tabla 15). La ratio de estudiantes por tutor es de 58.	Resuelto	

PM-AC-2020_60	Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	Se conoce el grado de satisfacción de los graduados en relación con los recursos de la biblioteca y de apoyo a la docencia. Este índice ha mejorado en el último año, pasando del 44,4% al 56,2 %. Se desconoce, sin embargo, el grado de satisfacción en relación con otros posibles recursos.	En el curso 2020-2021, la Biblioteca ha estrenado una nueva web, con la que se espera conseguir una mejora de satisfacción de los estudiantes. La universidad también mide los resultados relativos a otros servicios y se presentan segmentados por titulación: prácticas, orientación profesional, trámites académicos, etc. En el curso 2020-2021, los datos de satisfacción son: los recursos contribuyen al éxito: 76,1 %, la Biblioteca responde a las necesidades: 50 %, satisfacción con el Campus: 68,3 %, satisfacción con los servicios universitarios: 71,9 % y trámites académicos: 75,7 %. En el curso 2021-2022, los datos de satisfacción fueron: los recursos contribuyen al éxito: 74,6 %, la Biblioteca responde a las necesidades: 52,9 %, satisfacción con el Campus: 68,8 %, satisfacción con los servicios universitarios: 55,9 % y trámites académicos: 80 %.	Resuelto	
PM-AC-2020_61	Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	(E6) Potenciar la conexión con el mundo profesional a través de actividades fuera del aula (virtual académica). Barcelona es una ciudad con mucha actividad y eventos. Debería aprovecharse mejor este potencial. De la reunión con los empleadores se comenta que a lo largo de los estudios se debería poner más énfasis en las siguientes competencias: versatilidad, flexibilidad, compromiso. Fortalecer los vínculos con las empresas empleadoras intentando un contacto más directo durante todo el proceso de prácticas de los estudiantes, desde la idea de prácticas, hasta la evaluación final.	En el pasado, se habían llevado a cabo visitas con alumnado a CaixaForum y a la Feria Alimentaria. Durante el curso 2021-2022 se ha promovido la participación del alumnado en la feria especializada del sector de los eventos Event Industry Business Travel and Meeting (EIBTM). La participación en línea ha facilitado el acceso a todo aquel alumnado que no es de Barcelona. Durante el curso 2021-2022 también se ha organizado la Primera Jornada sobre Salidas Profesionales del Máster Universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos de la UOC, con la participación de graduados y otros profesionales del sector. Además, el 16 de diciembre de 2021 se organizó el debate coloquio "El papel de la mujer en publicidad y comunicación corporativa" (véase el sitio del debate coloquio), en el que participaron, entre otros, Ludi García, presidenta de la Asociación de Consultoras de Comunicación (ADC),	Resuelto	

			<p>entidad que ha elaborado la 2.^a edición del informe "La mujer en comunicación y RRPP en España", y Cristina Fuentes Lara, profesora de la Universidad Rey Juan Carlos e investigadora especializada en temas de género, migraciones y gestión de la comunicación, quien presentó los resultados del informe "Gendercom: brechas y oportunidades de género en la profesión de gestión de la comunicación en España". Por otro lado, se ha participado en el acto PARK(ing) DAY Barcelona, organizado por el Colegio del Marketing y la Comunicación de Cataluña y la agencia de relaciones públicas Lewis PR, sobre sostenibilidad en comunicación y organización de actos. Asimismo, se ha colaborado con la Asociación Española de Protocolo (AEP) en la presentación del libro <i>Protocolo para periodistas y comunicadoras</i>, escrito por la Dra. María del Carmen Portugal, una de las profesoras colaboradoras del máster.</p> <p>- Las competencias versatilidad, flexibilidad y compromiso se trabajan en asignaturas obligatorias, como Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces, y en todas aquellas en las que los alumnos trabajan en equipo (Comunicación corporativa y relaciones institucionales, Organización estratégica de eventos, etc.).</p> <p>-Se ha reforzado la comunicación con los centros de prácticas a través de la figura del PRA de prácticas y de la facilitación de un correo electrónico de contacto. Durante todo el curso académico, la PRA, juntamente con el departamento responsable de la gestión de las prácticas, hace un seguimiento de todo el proceso de prácticas (reuniones semanales), para asegurar el desarrollo adecuado, resolver incidencias y hacer propuestas de mejoras. Además, al inicio del semestre</p>		
--	--	--	--	--	--

			se establece una reunión síncrona entre el alumno, el tutor de prácticas y el tutor de empresa de prácticas, para definir conjuntamente el plan formativo que el alumnado tendrá que realizar en la empresa durante sus prácticas. Esta reunión se repite al finalizar el semestre para hacer una valoración.		
MO-VE-2019_02	Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	Realizar un seguimiento sistemático y atento de aquel estudiantado que ha accedido al máster mediante la acreditación de 2 años ejerciendo algunas de las funciones relacionadas o la realización de los 11 ECTS de complementos formativos	Ningún estudiante que ha accedido por las vías no recomendadas, hasta la fecha, ha pedido convalidar su experiencia profesional para no realizar los CF. No obstante, se ha realizado un análisis de los estudiantes que sí han cursado estos créditos durante el curso pasado y se ha observado su rendimiento, como aparece en el primer estándar de este informe. A saber, 29 estudiantes han realizado estos CF de los cuales un 58,62% continúa activo en sus estudios al inicio del curso siguiente. Este valor es sensiblemente inferior si lo comparamos con el 80% de estudiantes que ingresaron por las vías recomendadas que tienen actualmente la matrícula activa. El resto pueden estar en periodo de descanso. Seguiremos atentos estos estudiantes para observar el volumen de abandono en estos estudiantes.	En ejecución	Se seguirá haciendo un seguimiento de este requerimiento.
MO-VE-2019_05	Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	La Comisión considera que existe la posibilidad de que este perfil no esté al mismo nivel que los candidatos que aporten una titulación de las requeridas - que contienen 60, 120 o más ECTS enfocados al diseño, la creatividad, la comunicación o el marketing. Esto podría implicar la necesidad de bajar el nivel o incluso cuestionar si se ofrecen contenidos de nivel de máster. Por este motivo este aspecto será objeto de	Véase la respuesta MO-VE-2019_02.	En ejecución	Se seguirá haciendo un seguimiento de este requerimiento.

		seguimiento y especial atención durante la acreditación.			
PM-MO-2021_01	Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	<p>Con relación a la doble vertiente profesionalizadora y de investigación del programa, garantizada a través de la optatividad de asignaturas, se actualiza que los estudiantes que deseen seguir el camino de la investigación pueden cursar una asignatura metodológica específica en lugar de dos.</p> <p>La Comisión evalúa favorablemente la propuesta, sin embargo, aconseja que la denominación de la nueva asignatura sea "Métodos de investigación en comunicación" en tanto que esta terminología responde de manera más adecuada a los contenidos que se imparten.</p>	<p>Incorporación de la nueva asignatura optativa Metodologías de investigación en la comunicación (2.º semestre del curso 2020-2021).</p> <p>Después de estudiar un posible cambio de nombre ("Métodos" en lugar de "Metodologías"), se ha optado por no modificarlo, ya que se trata de una asignatura compartida con el máster universitario de <i>Social Media: Gestión y Estrategia</i>. El cambio de nomenclatura tendría que ser conjunto.</p>	En análisis	
MO-AC-2021_21	Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Concretar de forma clara y específica los complementos de formación y qué perfiles de alumnado los debe cursar.	Esta petición se materializará con la revisión del texto explicativo en el web del programa y con información específica facilitada por los tutores.	Resuelto	
MO-AC-2021_23	Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Incluir el CV de todo el profesorado y adoptar un formato homogéneo.	Se hará una revisión de la información de los CV publicada en el web.	En ejecución	
MO-AC-2021_26	Máster universitario de Periodismo y Comunicación	Especificar mejor cómo se realiza el reconocimiento de las prácticas externas.	Esta petición se materializará con un texto explicativo en el web del programa y en la información específica facilitada por los tutores.	Resuelto	

	Digital: Datos y Nuevas Narrativas				
MO-AC-2021_27	Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	Revisar que todos los contenidos estén publicados en español en los grupos en los que dichos contenidos se imparten en este idioma.	Se hará una revisión sistemática de los recursos de aprendizaje de las asignaturas que estén traducidos o subtítulos, según sea el caso.	Resuelto	
MO-AC-2021_28	Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Concretar de forma clara y específica los complementos de formación y qué perfiles de alumnado los debe cursar.	Para dar respuesta a este requerimiento se revisa la información pública actual y se trabaja en la redacción de un texto explicativo para ampliar la información del <i>site</i> del programa y también a través de los canales internos. Todo con especial énfasis en la información que facilitan los tutores del programa a los interesados y nuevos matriculados. Se aprovecha el cambio de sistema de publicación del <i>site</i> para incorporar las mejoras y optimizar las posibilidades informativas que ofrece.	En ejecución	Esta acción se continúa para aprovechar el cambio de sistema de publicación del <i>site</i> . Se añade una frase al final de la respuesta para explicarlo.
MO-AC-2021_29	Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Incluir el CV de todo el profesorado y adoptar un formato homogéneo.	Cada semestre se actualiza la información sobre el CV del profesorado para hacerla pública. Se intenta trabajar en un formato homogéneo, pero la visualización final no depende del criterio del programa. Se ha elevado la petición para poder dar respuesta a este requerimiento y unificar el estilo de publicación final. Se incorporarán todas las mejoras al nuevo sistema de publicación del <i>site</i> .	En ejecución	Esta acción se continúa para aprovechar el cambio de sistema de publicación del <i>site</i> . Se añade una frase al final de la respuesta para explicarlo.
MO-AC-2021_30	Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Completar las guías docentes y actualizar la bibliografía básica y complementaria.	La información pública de los planes docentes ofrece una versión reducida de los planes que se publican en el aula, siguiendo el esquema del web UOC. En el ámbito del aula, aunque los paneles ofrecen información muy completa, crearemos un grupo de trabajo para revisar toda la información publicada y homogeneizar el estilo y los apartados informados, con especial atención en los apartados de bibliografía y las	En ejecución	Se añade la última frase de la respuesta porque esta acción se sigue desarrollando dentro del plan de trabajo explicado en el informe.

			lecturas recomendadas para incrementar y mantener actualizado el contenido de estos apartados. Para mejorar y trabajar la línea de explicar la complementariedad y la reducción de la percepción de solapamientos entre materias, se incorpora esta acción dentro del plan de trabajo global especificado en el presente informe de seguimiento.		
MO-AC-2021_32	Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	Especificar mejor cómo se realiza el reconocimiento de las prácticas externas.	En el portal del máster, en el apartado <i>Reconocimiento de créditos</i> , se detalla el circuito específico de reconocimiento. Y también se ha incorporado una frase sobre el procedimiento de reconocimiento al apartado "Prácticas" del plan de estudios.	Resuelto	

Anexo 2. Plan de mejora de centro. Seguimiento 2021-2022

Seguimiento del plan de mejora. Curso 2020-2021

Titulación	Estándar	Punto débil detectado	Descripción de la causa	Acción propuesta	Estado	Observaciones
GR de Comunicación	E6	Al haber pasado la materia Prácticas de obligatoria a optativa, se recomienda a la institución utilizar la información sobre el perfil profesional de los	La materia Prácticas pasa de obligatoria optativa. Con el modifica, la asignatura se convierte en optativa y ampliamos el creditaje de 6 a 12 créditos.	Estamos estudiando qué mecanismos podemos establecer para seguir la recomendación formulada sobre hacer seguimiento del perfil del estudiante con el fin de orientarlo de manera adecuada para que se matricule en las prácticas optativas según su perfil.	En ejecución	En este curso 2020-2021 hemos empezado a aplicar los mecanismos necesarios para seguir la recomendación formulada de hacer un seguimiento del perfil del estudiante con el fin de orientarlo de manera adecuada para que se matricule en las prácticas optativas según

		estudiantes para orientarlos a la hora de matricularse o no en esta materia optativa.		Primera propuesta: seguimiento a través de tutoría.		<p>su perfil.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Protocolo de información de prácticas del grado de Comunicación, análisis de la situación y definición de acciones que hay que llevar a cabo. 2. Recogida del cuestionario de ampliación de datos (vía tutoría) para detectar estudiantes que tienen experiencia profesional en el ámbito. 3. Mejora de la información sobre las prácticas mediante tutoría con mensajes específicos de comunicación. <p>Seguiremos implementando las acciones diseñadas para hacer el seguimiento y el acompañamiento de los estudiantes con el fin de reforzar el vínculo con las prácticas profesionales.</p>
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	E6	Baja satisfacción con la asignatura <i>Comunicación de crisis y de riesgo</i> .	Bajos niveles de satisfacción.	Incorporar nuevo profesorado colaborador y mejorar los recursos de aprendizaje.	En ejecución	Se han realizado cambios en el equipo de PDC y se ha recuperado una PDC que estaba "descansando" el pasado semestre y que había recibido mejores valoraciones. En el curso 2021-2022, la satisfacción con la asignatura ha subido hasta el 74,4 %; la satisfacción con la acción docente, hasta el 76,3 %, y la satisfacción con el modelo de evaluación, hasta el 82,1 %. En cambio, en cuanto a los recursos de aprendizaje, la satisfacción se sitúa en un 44,7 %, de manera que se tendrá que seguir estando encima. De hecho, en el mismo curso 2021-2022 se ha realizado una infografía sobre cómo prevenir crisis reputacionales, que está ya disponible en las aulas y de la que también se hizo difusión a través del

						blog Todo Comunica. Además, se han encargado nuevos recursos de aprendizaje, aunque los resultados no se verán dentro del aula hasta el curso 2022-2023.
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	E6	Mejorar la información que ofrecemos al alumnado sobre las salidas profesionales de la titulación.	Falta una mayor difusión sobre las salidas profesionales de la titulación.	Organizar una jornada sobre salidas profesionales, con la participación de graduados.	Resuelto	Se ha organizado una jornada virtual sobre salidas profesionales de la titulación, a la que se invitó a actuar como ponientes a algunos de los graduados del máster, así como a otros profesionales referentes. El resultado está disponible en YouTube.
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	E6	Proyecto piloto GALA, de ludificación con aprendizaje digital, en la asignatura Organización estratégica de eventos.	Innovación para motivar al alumnado.	Incorporar actividades ludificadas a uno de los retos de la asignatura Organización estratégica de eventos.	En ejecución	Durante el curso 2021-2022 se ha trabajado conjuntamente con el eLearn Center en el diseño de los ítems e indicadores, los premios, los <i>rankings</i> , etc. Finalmente se decide que la prueba se debe realizar en una asignatura que pase a Canvas y, como el máster pasará a Canvas más adelante, se probará en otra asignatura, pero aplicando el diseño que se ha creado.
GR de Diseño y Creación Digitales	E4	Bajo nivel global de doctores.	Bajo nivel de doctores entre el PDC.	Crear una bolsa de PDC doctores para compartir entre el claustro.	En ejecución	La bolsa de doctores no ha resultado efectiva. Las nuevas contrataciones de asociados se presentan como una oportunidad para mejorar la ratio.
GR de Diseño y Creación Digitales	E6	Satisfacción con los recursos de aprendizaje de Programación para el diseño y las artes.	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje.	Reorganizar las actividades evaluables e incluir el recurso CodeLab.	En ejecución	Biblioteca: está prevista la transformación Niu dentro de 2021-2 Satisfacción con los recursos de aprendizaje en 2020-2021: 31,7 % Satisfacción con los recursos de aprendizaje en 2021-2022: 32,2 %

GR de Diseño y Creación Digitales	E5	Satisfacción con la Biblioteca.	Baja satisfacción con el servicio de Biblioteca.	Seguir con las acciones propuestas por la Biblioteca en el informe anterior.	Resuelto	La Biblioteca es consciente de la problemática general. Trasladamos la mejora a la unidad de Biblioteca y mantenemos el seguimiento.
GR de Diseño y Creación Digitales	E6	Satisfacción global con la asignatura Gestión del diseño.	Baja satisfacción general con la asignatura.	Reorganizar las PEC. Revisar de nuevo los retos y los recursos de aprendizaje de la asignatura para el semestre 2021-1.	En ejecución	Biblioteca: se ha pedido un servicio de análisis de los recursos de aprendizaje de la asignatura y una búsqueda, y se deben elaborar nuevos recursos de aprendizaje propios y realizar cambios en los externos. También se ha rediseñado el plan de transformación a Niu. Se sigue trabajando en la acción porque no ha dado los resultados previstos. Satisfacción global 2020-2021: 37 %. Satisfacción global 2021-2022: 61,8 %.
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	E6	Asignaturas Lobbyism and public affairs y Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces	Bajos niveles de satisfacción	Incorporar nuevo profesorado colaborador y mejorar los recursos de aprendizaje	En ejecución	En cursos anteriores ya se habían transformado a Niu los recursos de <i>Lobbyism and public affairs</i> . También se habían hecho cambios en los recursos de aprendizaje de la asignatura Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces, con nuevos recursos propios y un nuevo libro-manual. Se incorporaron también nuevos PDC a Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces. Sin embargo, estas dos asignaturas siguen presentando resultados de satisfacción por debajo de la media del máster en el curso 2021-2022, que es del 78,2 %: Habilidades directivas, liderazgo y formación de portavoces, del 58,8 %, y <i>Lobbyism and public affairs</i> , del 42,9 %. En lo que respecta a Habilidades

						<p>directivas, liderazgo y formación de portavoces, en el curso 2021-2022 se ha incorporado una nueva PRA y se ha reorganizado también el equipo de PDC. En cuanto a <i>Lobbyism and public affairs</i>, al impartirse en inglés, hay muy pocos alumnos, lo que hace que los datos de satisfacción no sean representativos. Aun así, se sigue prestando especial atención.</p>
<p>Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos</p>	E5	<p>Baja satisfacción con la asignatura de prácticas.</p>	<p>La satisfacción con la asignatura de prácticas es muy baja, a pesar de que el cambio a modalidad optativa (implantado en el segundo semestre del curso 2019-2020) ha permitido mejorarla.</p>	<p>Diagnosis con la PRA. Incorporación de nuevos recursos de aprendizaje. La gestión de contacto con los centros se hará desde los Servicios de Prácticas y Movilidad.</p>	Resuelto	<p>Durante el curso 2021-2022 ha habido 3 cambios de PRA en esta asignatura. La asignatura ha podido resentirse de la falta de estabilidad. Además, actualmente las prácticas virtuales se llevan a cabo de manera conjunta con otras titulaciones de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Se trata de una asignatura que requiere el apoyo de los Servicios de Prácticas y Movilidad. Biblioteca: en el curso 2020-2021 se encargaron nuevos materiales, pero no se han añadido al aula (<i>site</i> Océpate) hasta el 2021-1. La satisfacción con la asignatura de prácticas se ha incrementado significativamente, y ha llegado al 75 % en el curso 2021-2022.</p>
<p>Centro</p>	E2	<p>Información pública de las asignaturas.</p>	<p>Los planes docentes publicados en la web no contienen datos que los alumnos pueden necesitar, como el nombre de los profesores o los criterios detallados de evaluación.</p>	<p>Actualizar el documento del plan docente y mejorar su integración en diferentes espacios de difusión.</p>	Descartado	<p>Pendiente de proyecto institucional.</p>

Centro	E2	Información agregada sobre el profesorado propio y el personal docente colaborador.	Falta información agregada y fácilmente accesible para los equipos docentes de gestión sobre el perfil del profesorado propio y el personal docente colaborador.	Se está analizando un proyecto tecnológico de información pública mediante la herramienta Power BI que podrá mostrar el perfil agregado del profesorado propio y el personal docente colaborador en la titulación.	En análisis	Se está analizando una nueva forma de licenciamiento de Power BI que incluye la posibilidad de publicar los informes en el portal. Pendiente de la nueva herramienta de portal.
Centro	E3	Se identifican procedimientos que no quedan recogidos en las encuestas de satisfacción.	Se está trabajando en la creación de nuevos cuestionarios para tutores internos y externos de prácticas, y en la incorporación de la recogida de información sobre los laboratorios en la encuesta de fin de curso.	Se está trabajando en la creación de nuevos cuestionarios para tutores internos y externos de prácticas, y en la incorporación de la recogida de información sobre los laboratorios en la encuesta de fin de curso.	En ejecución	Pendiente del trabajo realizado en el GOSPyM y la PyC.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E1	Consolidación de la perspectiva de género en el programa	Necesidad de adaptarse a los requerimientos sociales y de calidad académica	Establecer resultados de aprendizaje que desarrollen la competencia CT4 en todas las asignaturas que la tienen vinculada. Adecuar las actividades evaluables a los nuevos resultados de aprendizaje establecidos. Completar la formación de todo el profesorado propio en materia de compromiso ético y global. Difundir e integrar todos los recursos incluidos en el nuevo <i>toolkit</i> de perspectiva de género.	Resuelto	Además de profundizar en la formación del equipo, se ha intentado identificar y trabajar la perspectiva de género en las diferentes asignaturas vinculadas con la competencia CT4. Hay que destacar la incorporación del <i>toolkit</i> de género, con diferentes herramientas y recursos para poder tratar esta cuestión en los retos. La incorporación de una profesora asociada especializada en perspectiva de género a los Estudios nos ha ayudado tanto en el análisis de la actividad desarrollada en las materias como con la rúbrica del TFM, ya que nos ha dado pautas claras de evaluación. Esta rúbrica se explicó al equipo docente propio y colaborador para poder tener criterios homogéneos en las diferentes asignaturas que trabajan la

						competencia vinculada y que incorpora la perspectiva de género.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E1	Concretar de manera clara los CF y qué perfiles los tienen que cursar.	Hay que revisar la información pública y reforzar la tarea de los tutores.	Revisar la información pública actual; se está trabajando en la redacción de un texto explicativo para ampliar la información del <i>site</i> del programa y también a través de los canales internos. Especial énfasis en la información que facilitan los tutores del programa a los interesados y nuevos matriculados.	Resuelto	Se amplía el plazo para poder aprovechar y trasladar las mejoras al nuevo sistema de publicación del <i>site</i> .
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E5	Niveles de satisfacción con la acción docente y tutorial bajos	Descenso en la valoración de la acción tutorial y necesidad de mejorar el acompañamiento que realiza el equipo docente	Profundizar en el conocimiento de las necesidades y expectativas del alumnado del programa con respecto a la acción tutorial. Incrementar la visibilidad de las tutoras en el conjunto del alumnado y compartir pautas de actuación y criterios de atención para incrementar la transparencia y conocimiento de sus tareas. Contribuir a la mejora y enriquecimiento de la guía de actuación tutorial del máster. Consolidar las acciones de mejora previas y las buenas prácticas desarrolladas como la realización de una reunión anual con el conjunto de colaboradores docentes. Explorar canales de comunicación como la lista de distribución del grupo de trabajo para enviar resúmenes mensuales sobre la evolución del programa, recordatorios de las tareas	Descartado	Se descarta porque las acciones indicadas no han contribuido a lograr los objetivos marcados. Para trabajar este punto débil, se proponen acciones nuevas y diferenciadas en lo que respecta a la tarea tutorial y la acción docente.

				y sugerencias de mejora de la acción docente. Fomentar buenas prácticas en el feedback y seguimiento de la actividad realizada en la evaluación continua.		
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E6	Baja participación y nivel de respuesta a las encuestas de satisfacción	Necesidad de mejorar la motivación / compromiso de los estudiantes con el programa	Potenciar y concienciar desde la dirección del programa la importancia de que el alumnado participe en las encuestas. Implementación de una acción transversal (concurso).	En ejecución	Se amplía el plazo para desarrollar esta acción de mejora destinada a consolidar actuaciones y poner en ejecución otras que están en fase de diseño.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E5	Niveles bajos de satisfacción con respecto a la respuesta ofrecida por Biblioteca las necesidades de los alumnos	Mala valoración de alumnado sobre búsquedas y respuesta recibida consultas en Biblioteca	Actualizar información sobre las dificultades que encuentran los estudiantes del programa. Ampliar la información del servicio de Biblioteca que se da a estudiantes mediante vídeo tutorial. Crear dinámicas de consulta más cercanas a los estudiantes (como grupos de trabajo o focus groups) para poder recoger inquietudes y demandas que puedan tener de la biblioteca y poder dar respuesta a estas con una guía o FAQs específica para el programa	En ejecución	Se amplía el plazo para desarrollar esta acción de mejora destinada a consolidar actuaciones que se han realizado de manera coordinada con la Biblioteca y desarrollar otras líneas de actuación que se han incorporado a las propuestas para dar una respuesta más personalizada a las necesidades del alumnado del programa.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E6	Satisfacción baja con los principales indicadores de la asignatura Publicidad en social media	Necesidad de revisar y mejorar los recursos en el aula	Actualización y ampliación de los recursos de aprendizaje Incorporación de nuevo software especializado acorde con el empleado en el ámbito profesional	Resuelto	Los indicadores del curso 2021-2022 muestran una satisfacción del 80 % con la asignatura, del 81,8 % con la acción docente y del 81,8 % con los recursos de aprendizaje; por eso se da por resuelta la acción.
Máster universitario de	E6	Satisfacción baja con los principales	Necesidad de revisar actividades y recursos en el	Reforzar el equipo docente con nuevas incorporaciones reformular las	En ejecución	Se amplía el plazo para poder seguir desarrollando las acciones indicadas,

Social Media: Gestión y Estrategia		indicadores de la asignatura Social media strategy: ejecución y gestión	aula, y renovar PDC	actividades evaluables Actualización 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 y 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.		pero, para garantizar la consecución de los objetivos indicados, se incorporan, además, otras acciones nuevas, como la relacionada con la manera de enfocar la asignatura (desde el nombre hasta la manera de mostrar los retos) para dejar claro qué se evalúa y qué se pide y evitar la sensación de solapamientos entre materias.
Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia	E6	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje de la asignatura métrica y evaluación en social media	Necesidad de revisar actividades e incorporar soluciones tecnológicas específicas	Gestionar el uso de licencias y programario específico que permita a los estudiantes acceder a datos reales y actualizados que faciliten el análisis de métricas concretas de social media	Resuelto	Los indicadores del curso 2021-2022 muestran niveles de satisfacción con los recursos del 72,7 %.
Máster universitario de Social Media: Gestión y Estrategia	E6	Baja satisfacción con las prácticas	Necesidad de consolidar el modelo actual de gestión de prácticas personalizado	Hacer un diagnóstico que permita comprender las necesidades y expectativas de los estudiantes cuando cursan las prácticas. Implementar las buenas prácticas que se adapten a las expectativas de los estudiantes. Potenciar los canales de comunicación de información previa al inicio de las prácticas. Incorporar entrevistas sincrónicas con los estudiantes. Profundizar en la	En ejecución	Se amplía el plazo para poder consolidar las acciones desarrolladas y también se incorporan actuaciones relacionadas con la adaptación y/o descripción de los retos, a la vez que se potencia el seguimiento con sesiones sincrónicas.

				adaptación de los retos del aula y la actividad realizada en la empresa o el entorno virtual.		
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E5	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje en periodismo y social media	Necesidad de actualización y diversificación de los recursos de aprendizaje	Revisar el material con el objetivo de actualizarlo e incorporar fenómenos emergentes Completar con tipos de materiales diferentes incluyendo piezas audiovisuales	Resuelto	Se seguirán desarrollando las acciones previstas, aunque se marca como resuelto, para lograr el indicador marcado de una satisfacción con la asignatura, con la acción docente y con los recursos de aprendizaje del 77,8 %.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E1	Baja satisfacción con recursos y modelo de evaluación en Contenidos audiovisuales en social media	Necesidad de actualización y diversificación de los recursos de aprendizaje. Necesidad de revisar el modelo de evaluación para adaptarlo y que de respuesta a las competencias y resultados de aprendizaje esperados	Revisar material para actualizarlo. Incorporar fenómenos y tendencias emergentes. Diversificar el tipo de recurso. Revisar y ajustar las actividades evaluables y mecanismos de evaluación	Resuelto	Se seguirán desarrollando las acciones previstas, aunque se marca como resuelto, para lograr el indicador marcado de una satisfacción con la asignatura del 75 %, con la acción docente del 73,3 %, con los recursos de aprendizaje del 73,3 % y con el modelo de evaluación del 73,3 %.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E1	Baja satisfacción con recursos y modelo de evaluación en analítica avanzada en redes sociales	Necesidad de mejorar la explicación de los recursos disponibles en el aula. Necesidad de completar el material. Al ser una asignatura nueva, es necesario hacer seguimiento de la valoración del modelo de evaluación e incorporar ajustes para favorecer el proceso de aprendizaje	Mejorar la descripción en el aula de los materiales disponibles (contextualizar). Incluir nuevos casos de estudio o datos de análisis. Revisar y ajustar las actividades evaluables y 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.	En ejecución	Se amplía el plazo para consolidar las acciones implementadas y poder llegar al objetivo. Además, se completan con la incorporación de otras acciones como el desarrollo de talleres con expertos y otros recursos.
Máster universitario de <i>Social Media</i> :	E1	Baja satisfacción con content curation	Necesidad de actualización y diversificación de los recursos de aprendizaje	Revisar el material con el objetivo de actualizarlo e incorporar fenómenos emergentes. Completar con tipos de	Resuelto	Se seguirán desarrollando las acciones previstas, aunque se marca como resuelto, para lograr el indicador marcado

Gestión y Estrategia				materiales diferentes incluyendo piezas audiovisuales		de una satisfacción con la asignatura del 81,3 %, con la acción docente del 75 %, con los recursos de aprendizaje del 77,4 % y con el modelo de evaluación del 77,4 %.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E6	Baja satisfacción con el programa y las competencias adquiridas	Descenso de la satisfacción con respecto a las competencias adquiridas	Visibilizar el trabajo realizado por los estudiantes y el proceso formativo realizado en las asignaturas a través de la creación de portafolios. Fomentar procesos de trabajo más colaborativo y comunicativo y procesos de metacognición	Resuelto	Mejora de la valoración de las competencias personales (88,9 %), de las habilidades comunicativas (88,9 %) y de las capacidades profesionales (88,9 %). Por lo tanto, se marca como resuelto, aunque se consolidarán las acciones implementadas.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E1	Baja valoración de la coordinación	Satisfacción baja	Consolidar acciones de coordinación ya implementadas, Favorecer el seguimiento de resultados con sesiones individuales entre la dirección del programa y el responsable de la asignatura y, si es posible con los colaboradores docentes. Sistematizar actas de reuniones	Resuelto	Las acciones implementadas han permitido mejorar la satisfacción de los graduados, con un incremento superior a los 10 puntos porcentuales (del 50 al 66,7 %). Las acciones desarrolladas se consolidarán, pero se ve que no son suficientemente efectivas para mejorar la satisfacción de los estudiantes en curso. Por eso, esta acción se marca como resuelta y se proponen nuevas acciones específicas para mejorar la visión de la coordinación por parte de los alumnos.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E4	No se visibiliza la excelencia del profesorado del programa en términos de investigación	Mejorar las posibilidades de actividad investigadora y la visibilidad de la investigación desarrollada	Recopilar las líneas de investigación en social media que se desarrollan en diferentes proyectos de investigación dada la transversalidad del ámbito. Descubrir y favorecer la colaboración entre proyectos e investigadores. Sistematizar procesos para visibilizar y poner en valor los estudios y publicaciones realizados	Resuelto	Se dispone de esta visión desde el programa, una información que se irá actualizando cada curso para incorporar las novedades y adaptar la información a los cambios derivados de las modificaciones del equipo docente. Se han trabajado propuestas de nuevos proyectos de investigación que incorporan a profesorado del equipo tanto propio como colaborador. Este diseño para

						sistematizar la investigación ha permitido detectar nuevos puntos débiles y oportunidades, que se detallan en nuevas acciones de mejora propuestas en el nuevo informe de seguimiento.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E5	Necesidad de reforzar la acción tutorial	El incremento del número de estudiantes e interesados demanda más recursos y procesos optimizados	Ampliar, mejorar y mantener actualizada la información disponible en las salas de tutoría incluyendo información sobre procesos y reconocimientos, resultados de las encuestas de satisfacción y servicios que ofrece la universidad. Reforzar el equipo docente ampliando el número de tutores	Descartado	Las acciones propuestas no han permitido mejorar la valoración de la satisfacción con la utilidad tutorial y por eso se propone un nuevo marco de actuación (fila).
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E5	Mejorar la satisfacción con la orientación profesional en el ámbito del programa.	Baja satisfacción con el servicio.	Dar visibilidad a la trayectoria profesional de nuestros graduados, compartir buenas prácticas e invitar a expertos en el ámbito que puedan dar claves sobre la empleabilidad en el sector. En este sentido, tratamos de colaborar activamente con el vicerrectorado y la subdirección específica de los Estudios. Buscar nuevas formas de colaboración con empresas que pongan en valor las competencias y habilidades de nuestros estudiantes y graduados	En ejecución	Estaba previsto que esta acción se siguiera desarrollando durante el curso 2022-2023, pero se amplía a una nueva línea de actuación relacionada con la búsqueda de nuevas formas de colaboración para poner en valor las competencias de nuestros estudiantes.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E2	Información pública incompleta o desactualizada	Cumplir con los requerimientos indicados en el informe de acreditación y que puedan realizarse a nivel de programa	Ampliar la información sobre los complementos formativos, ampliar la información sobre el proceso de reconocimiento y las prácticas, hacer visible el número de plazas y ampliar la información relativa al equipo docente, incluyendo mantener	En ejecución	Se amplía el plazo para poder aprovechar y trasladar las mejoras al nuevo sistema de publicación del <i>site</i> .

				<p>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)</p>		
<p>Máster universitario de <i>Social Media</i>: Gestión y Estrategia</p>	E6	<p>Necesidad de hacer seguimiento de la tasa de abandono ahora que se ofrece la quinta edición del Máster</p>	<p>Aumenta la tasa de abandono de las primeras cohortes del programa</p>	<p>Establecer pautas de seguimiento de las tasas de abandono. Fijar acciones encaminadas a la reducción (por debajo del 30%) como seguimiento individualizado y calendario periódico de recordatorios de plazos y condiciones de matrícula</p>	Resuelto	<p>Se mantiene dentro del umbral marcado, aunque se continuarán las acciones desarrolladas.</p>
<p>Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas</p>	E1	<p>Consolidación de la perspectiva de género en el programa</p>	<p>Necesidad de adaptarse a los requerimientos sociales y de calidad académica</p>	<p>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 <i>toolkit</i> de perspectiva de género. Realizar una sesión formativa para el claustro de profesorado. Preparar nuevos materiales de</p>	En ejecución	<p>Se continuará con el seguimiento de esta acción.</p>

				Perspectiva género. Trabajar el nuevo Toolkit de género a nivel de programa y PDC. Potenciar la temática de género en los TFM.		
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	E6	Recuperación insuficiente de la satisfacción global con la acción docente de: Modelos de Negocio y Emprendimiento Laboratorio de producción audiovisual y transmedia	La recuperación de los datos de satisfacción registrada es aún mejorable.	Incorporación de nuevo profesorado	Resuelto	Los indicadores de satisfacción con la acción docente han mejorado en ambas asignaturas durante el curso 2020-2021. En la asignatura Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital se ha alcanzado el 50 % y en Laboratorio de producción audiovisual y transmedia, el 63,6 %. Las respuestas obtenidas son muy pocas y se valora mantener el seguimiento para observar el resultado en el siguiente año académico, 2021-2022. En cuanto a Modelos de negocio y emprendimiento en comunicación digital, solo una persona ha respondido con el 100 % de satisfacción. Laboratorio de producción audiovisual ha conseguido una satisfacción con la acción docente del 81,8 %.
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	E5	Baja satisfacción con Biblioteca	Mala valoración de alumnado sobre búsquedas y respuesta recibida consultas en Biblioteca	Actualizar Información sobre las dificultades que encuentran los estudiantes del programa. Ampliar la información del servicio de Biblioteca que se da a estudiantes mediante el equipo tutorial y contenidos explicativos audiovisuales	Resuelto	A partir de septiembre de 2021, se pone en marcha una nueva versión del web de la Biblioteca. Se mantiene la acción para hacer un seguimiento de la evolución de la satisfacción.
Máster universitario de	E4	A partir del proceso reflexivo del	Subindicadores que actualmente se pueden	Coordinación con la subdirección de investigación para alinear los objetivos	Resuelto	Disponemos de las orientaciones para acreditar un estándar con excelencia y

Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas		autoinforme, alcanzar la excelencia en la adecuación del profesorado al programa formativo en la siguiente acreditación	considerar hacia la excelencia, con posible margen de mejoras.	de investigación del profesorado con la disciplina		llevaremos a cabo acciones coordinadas con la subdirección de investigación.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E1	Hay que mejorar la coordinación entre los contenidos de las asignaturas para evitar posibles solapamientos.	En las respuestas abiertas, se detecta que este solapamiento viene dado por las asignaturas Marketing de contenidos y <i>branded content</i> y Taller de narrativa publicitaria transmedia.	Coordinación y revisión de los contenidos de estas asignaturas.	En ejecución	La satisfacción con la coordinación entre asignaturas sigue siendo baja, del 55,6 %. Se enviará un formulario a todos los PRA para tener una "foto" de cómo y qué se trabaja en cada asignatura de la titulación antes del 2022-2.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6	Satisfacción con Creación y gestión de la empresa publicitaria.	Baja satisfacción con la acción docente y con los recursos de aprendizaje.	Se hace una nueva diagnosis y se proponen acciones de mejora, como incorporar un PDC nuevo, modificar los tipos de enunciados y dar criterios más claros, con ejemplos, y mejorar los recursos de aprendizaje.	En ejecución	A pesar de los cambios realizados en el último año, en cuanto a recursos y PDC, los datos siguen siendo no satisfactorios. Se hará un seguimiento especial y se llevarán a cabo acciones nuevas: experta en el aula, etc.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6	Satisfacción con Publicidad programática	Todos los indicadores de satisfacción al 100 %, menos el de satisfacción global con la asignatura, que baja hasta el 50 %.	Se hace una nueva diagnosis y se proponen acciones de mejora, como invitar al aula a un profesional experto que muestre un caso práctico.	En ejecución	No hay datos de satisfacción en las encuestas del último curso.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6	Satisfacción con Publicidad en <i>social media</i> .	Baja satisfacción global, con la acción docente, con los recursos y con el modelo de evaluación.	Se hará una nueva diagnosis y se propondrán acciones de mejora, como el uso de un nuevo software.	En ejecución	Los datos de satisfacción se sitúan por encima del 75 %, menos en lo que respecta a los recursos de aprendizaje y al modelo de evaluación, ambos en el 60 %.
Máster universitario de Estrategia y	E6	Satisfacción con Publicidad alternativa, <i>mobile</i> y <i>cross-device</i> .	Bajo satisfacción con la acción docente.	Se hará una nueva diagnosis y se propondrán acciones de mejora.	En ejecución	Los datos de satisfacción siguen muy bajos (40 % con la asignatura y 44,4 % con la acción docente). Se hará una

Creatividad en Publicidad						nueva reunión con el PRA para tratar el tema.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6	Bajo número de TFM que trabajen la perspectiva de género y TFM participativos.	Reducción del número de TFM participativos o de perspectiva de género.	Se hará una comunicación específica antes de que propongan la temática.	En ejecución	A pesar de tener TFM que tratan la perspectiva de género, todavía se conoce poco la modalidad participativa. Se están haciendo reuniones con el Parque de Collserola para ofrecer nuevos proyectos en este sentido.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E3	Mejora de las respuestas de las encuestas.	Bajo índice de respuesta en las encuestas de graduados y #latevaOPINIÓensimportaM OLT	Se pondrá más énfasis en la importancia de responder a las encuestas desde los tableros de las aulas y la tutoría.	En ejecución	El índice de respuesta a esta encuesta sigue siendo muy bajo, a pesar de reforzarse desde el aula de TFM y las aulas de tutoría. Plantearse buscar una nueva manera cualitativa de ver la satisfacción de los graduados (reunión, etc.). Se concretarán con PyC acciones que refuercen la respuesta de las encuestas institucionales.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E5	Baja valoración del servicio de orientación profesional.	Faltaban herramientas.	Potenciar el uso del <i>toolkit</i> Ocupa't, disponible desde octubre del 2021.	En ejecución	A pesar del uso de la nueva herramienta, la satisfacción sigue siendo baja. Desde la asignatura de prácticas, la PRA, Inés M., propondrá una nueva acción sobre empleabilidad (charla, etc.).
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E5	Baja satisfacción en lo referente a los servicios de la Biblioteca.	Disminución de la valoración en las encuestas.	Seguir actualizando la compilación bibliográfica del máster, ofrecer mensajes con información práctica desde las aulas de las asignaturas. Incorporar el taller de la Biblioteca al inicio del TFM.	En ejecución	La satisfacción con la Biblioteca sigue siendo muy baja. Hay que seguir trabajando este tema: seguimos con el taller de Biblioteca sobre el TFM, y se incorporará el pódcast <i>Parenthesis</i> de Candela y Àgueda sobre la Biblioteca como recurso transversal del máster.
GR de Diseño y Creación Digitales	E6	Satisfacción global con las asignaturas Tipografía avanzada, Gestión del diseño,	Baja satisfacción general con la asignatura.	En Gestión del diseño: revisión conceptual de la asignatura, busca de nuevos colaboradores y realización de nuevos materiales y vídeos.	Resuelto	La satisfacción con Programación para el diseño y las artes y con Gestión del diseño mejora. No obstante, Dirección de arte y Tipografía avanzada todavía están

		Dirección de arte y Programación para el diseño y las artes.		En Dirección de arte: nueva búsqueda de PDC, reenfoco global de la asignatura. En Tipografía avanzada: realización de Niu, creación de nuevos recursos y actividades, incorporación de Folio y mejora de la dinamización del aula. En Programación para el diseño y las artes: adaptación a Niu de la asignatura, con incorporación de retorno en CodeLab, elaboración de nuevos recursos textuales y videotutoriales.		en proceso. Se propondrá una nueva acción de mejora que contemple estas asignaturas. Dirección de arte y Tipografía avanzada también sufrieron cambios de PRA.
GR de Diseño y Creación Digitales	E1	Adaptación al Real Decreto 822/2021.	Adaptación al nuevo marco legal.	Preparar una propuesta de 240 ECTS.	Resuelto	
GR de Diseño y Creación Digitales	E6	Satisfacción con los recursos de aprendizaje de Cultura visual y nuevos medios, Fabricación digital y Lenguajes y estándares web.	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje.	En Cultura visual y nuevos medios: refuerzo de recursos dentro de las actividades y creación de materiales nuevos de colaboradores expertos. En Fabricación digital: proporcionar un abanico de herramientas de modelado 3D, inclusión de tutoriales de Autodesk 360 e inclusión de recursos de apoyo al Lab. En Lenguajes y estándares web: migración de materiales de MSDN a un recurso propio WordPress UOC.	Resuelto	Los resultados todavía no han mejorado lo suficiente. Se propone mantener la acción. Cerramos esta y abrimos una nueva, porque añadimos más asignaturas. En Lenguajes y estándares web ha habido una incidencia con los materiales abiertos de Mozilla que ha provocado muy mala imagen a los estudiantes. Se ha cambiado el servicio FTP por un nuevo WebFTP, que no es ideal, pero no tenemos alternativa. En Fabricación digital, la jubilación parcial de un PRA ha resultado ser un proceso muy largo y ha provocado que no se llevaran a cabo mejoras en el <i>lab</i> asociado. Adicionalmente, se valorará si seguir con la misma PDC, dados los resultados ajustados. También se mejorará la descripción de la asignatura

						para destacar su alto carácter experimental. En Cultura visual y nuevos medios se han recibido buenas críticas sobre los nuevos materiales de apoyo, pero son insuficientes y hay que repensar el conjunto de recursos globales. No se ha hecho debido a los cambios de PRA que ha habido. Se propone hacerlo en este curso.
GR de Diseño y Creación Digitales	E6	Satisfacción con la acción docente en Proyecto II.	Baja satisfacción con la acción docente.	Inclusión de nuevas actividades, evaluaciones previas a los envíos, corrección grupal síncrona optativa y uso de vídeo en el retorno.	Resuelto	La satisfacción ha mejorado considerablemente (30 puntos porcentuales).
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	E6	Mejora de la satisfacción con los recursos de aprendizaje de la asignatura Modelos de negocio y emprendimiento.		Preparación de nuevas autorías.	En ejecución	La asignatura Modelos de negocio y emprendimiento tiene nuevos materiales en 2021-2. Análisis y visualización de fechas del nuevo libro entre los recursos para el 2021-2. 2021-2022: Dirección de proyectos, 40 %. Comunicación digital y sociedad, 73,1 %. Modelos de negocio, 100 % (1 sola respuesta)
GR de Comunicación	E1	Disminución significativa de la satisfacción con la coordinación entre asignaturas, expresada tanto en la encuesta de fin de curso como en la de graduados.	Se debe valorar.	Hacer un seguimiento de los resultados en el próximo curso y revisar los comentarios asociados a este indicador por si se pueden identificar situaciones o causas concretas.	En ejecución	Organizar sesiones de trabajo por ámbitos para mejorar la satisfacción con la coordinación entre asignaturas. Trabajar para mejorar los datos de coordinación entre asignaturas. Los datos de satisfacción hacia la coordinación entre asignaturas-curso se mantienen igual que en el último curso 2020-2021 (57,2 %) y los datos de satisfacción de los graduados han subido un poco (67,5 % frente al

						62,5 % del curso anterior). Según esto, habrá que seguir trabajando para mejorar los indicadores relativos a la coordinación entre los contenidos de las asignaturas para evitar encabalgamientos.
GR de Comunicación	E4	Valoraciones bajas del retorno recibido por parte del PC en la asignatura de prácticas.			Resuelto	
GR de Comunicación	E4	Adecuación de los equipos docentes a las líneas de TFG.			Resuelto	
GR de Comunicación	E6	Valoraciones bajas del sistema de evaluación en la asignatura de prácticas.	Seguimiento especial y valorar si tiene que ver con el contexto del COVID-19.		Resuelto	
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	E1	Valoración baja de la coordinación entre asignaturas y la coherencia del plan de estudios.	Repetición de los planteamientos y contenidos de algunas asignaturas del programa.	Mejorar la coordinación entre el profesorado para evitar solapamientos. Reunión con el PC para identificar situaciones concretas.	Resuelto	Mejora de la percepción de la coherencia del programa, con margen de mejora.
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	E1	Sensación de carga docente demasiado elevada.	La media de créditos matriculados está por encima de 20, mientras que la media de la UOC por máster ha sido de 15,7.	Seguimiento próximo de la matrícula por parte de la tutoría. Aconsejar mejor sobre los itinerarios.	Resuelto	Disminución de dos créditos por semestre de la ratio de créditos por persona (hasta 19,30).
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y	E5	Baja satisfacción con la tutoría.	Las causas están asociadas al tiempo de respuesta a las consultas de los estudiantes.	Se ha incorporado una nueva tutora.	En ejecución	Mejora del indicador de satisfacción, a pesar de que todavía es bajo (38,3 %).

Construcción de Marca						
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	E6	Baja satisfacción general en dos asignaturas: Identidad verbal y <i>storytelling</i> (31 %) y Tendencias y enfoques emergentes del diseño (43 %).	Se considera que esto está relacionado con el retorno y la comunicación. Se valora la posibilidad de sustituir a algún PC.	Hacer un seguimiento durante el curso 2021-2022.	Resuelto	Mejora de la satisfacción con la acción docente: Identidad verbal y <i>storytelling</i> (de 31 % a 61,8 %) y Tendencias y enfoques emergentes del diseño (de 43 % a 70,6 %). Satisfacción general con la asignatura Identidad verbal y <i>storytelling</i> : 61,8 %. Tendencias y enfoques emergentes del diseño: 64,7 %.
GR de Información y Documentación	E1	Pocos estudios de TF relacionados con la perspectiva de género.	Promoción activa de la elección de temas relacionados con la profesión y el género.	Hacer un seguimiento durante el curso 2021-2022.	Resuelto	De acuerdo con los resultados de satisfacción, rendimiento y éxito, se considera que la evolución de la titulación en el periodo de extinción está siendo correcta.
GR de Información y Documentación	E4	Extinción de la mayor parte de las asignaturas del grado de Información y Documentación.	Dado que el próximo curso 2021-2022 casi todas las asignaturas se extinguen en docencia ordinaria, habría que hacer un seguimiento de las implicaciones que esto tiene en cuanto a los recursos de aprendizaje, las distintas metodologías y el método de evaluación elegido.	Hacer un seguimiento durante el curso 2021-2022.	Resuelto	De acuerdo con los resultados de satisfacción, rendimiento y éxito, se considera que la evolución de la titulación en el periodo de extinción está siendo correcta.
GR de Información y Documentación	E5	Disminución de la satisfacción con la tutoría.	Reuniones grupales con los tutores y tutoras para valorar la extinción de la docencia ordinaria de una serie de asignaturas de distinta complejidad, como Inglés I y	Hacer un seguimiento durante el curso 2021-2022.	Resuelto	De acuerdo con los resultados de satisfacción, rendimiento y éxito, se considera que la evolución de la titulación en el periodo de extinción está siendo correcta.

			II, Estadística o <i>Big Data</i> .			
GR de Información y Documentación	E6	Paso a derecho a examen en la mayor parte de asignaturas.	Diseñar el paso a derecho a examen de un conjunto de asignaturas que pueden necesitar recursos más actuales en cuanto a las temáticas ofrecidas para evitar la obsolescencia de algunos contenidos.	Hacer un seguimiento durante el curso 2021-2022.	Resuelto	De acuerdo con los resultados de satisfacción, rendimiento y éxito, se considera que la evolución de la titulación en el periodo de extinción está siendo correcta.
Centro	E6	Avanzar en el diseño de actividades y la evaluación con perspectiva de género.	A pesar de que conceptualmente se ha avanzado en el diseño de instrumentos y contenidos relacionados con la docencia con perspectiva de género, hay que avanzar en su aplicación práctica a la docencia.	Incorporar una nueva figura de profesor o profesora asociado que esté vinculada a la competencia de compromiso ético y global y a la perspectiva de género, para apoyar al profesorado en esta materia.	Resuelto	
Centro	E4	Necesidad de más apoyo docente en las asignaturas de trabajo final y prácticas, y en las de gran volumen.	Las asignaturas de trabajo final y prácticas, y las de gran volumen requieren de más apoyo docente en tareas de coordinación.	Incorporar una nueva figura de profesor o profesora asociado a las asignaturas de trabajo final y prácticas, y a las de más de 4 aulas.	Resuelto	

Plan de mejora. Seguimiento del curso 2021-2022

Titulación	Estándar	Punto débil detectado	Descripción de la causa	Acción propuesta
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y	E1	Percepción baja de la coordinación y del programa por parte de los	La valoración de la coordinación de los estudiantes activos del máster no es	Revisión de los planes docentes y mejora de la explicación en cuanto a la complementariedad de las

Estrategia		interesados y estudiantes en curso.	óptima.	asignaturas del mismo foco temático y al ajuste de la asignatura dentro del programa formativo. Revisión de las actividades para detectar aquellas en las que se piden acciones similares para desarrollar ciertas competencias, pero con distinta intensidad o diferentes resultados de aprendizaje, con el fin de explicar mejor las singularidades de cada actividad y el carácter complementario que presenta con aquella similar. Detectar las mejoras prácticas en la implementación de la competencia transversal CT4 para dotar de mayor coherencia y excelencia su implementación. Se plantea un cambio en la recomendación de matrícula que implica recomendar que se curse en semestres diferentes: primero <i>Social media strategy</i> : diseño del plan y después <i>Social media strategy</i> : ejecución y gestión. De manera complementaria, pasaría a recomendarse que la asignatura obligatoria de <i>content curation</i> se curse antes dentro del itinerario recomendado.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E2	Inestabilidad en la actualización de la información pública y cambio de sistema informático por la publicación del <i>site</i> del programa.	Garantizar la eficiencia y adecuación de la información pública.	Revisar y mejorar la información pública del <i>site</i> aprovechando las posibilidades del nuevo sistema de apoyo informático, con el fin de poner un énfasis especial en los aspectos señalados en el informe de acreditación, como la información sobre los complementos de formación, los reconocimientos de estudios previos y de la experiencia profesional, el currículum del profesorado, la visibilización de convenios con empresas y de otra documentación relativa al programa. Garantizar que los cambios incorporados a los planes docentes para visibilizar la coordinación del programa se vean también en la versión pública. Revisar que los cambios incorporados tengan una redacción correcta y con un lenguaje inclusivo en los dos idiomas.

Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E4	Mejora limitada de la acción docente con las acciones implementadas hasta ahora.	Optimizar la acción docente para mejorar la satisfacción.	Revisión sistemática de la acción docente de las diferentes aulas y asignaturas para identificar las mejoras prácticas y transferirlas. A partir de la guía de las mejores prácticas de evaluación del programa y de los resultados de las jornadas de evaluación desarrolladas en los Estudios, valorar las que se puedan hacer extensivas a las distintas asignaturas e implementarlas. Establecer criterios de evaluación y retorno claros a partir de rúbricas y solucionarios.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E4	Falta de definición de sinergias entre el <i>hub</i> o laboratorio de <i>social media</i> creado y la aplicación de los avances en las aulas.	Optimizar los recursos para dotar de herramientas y nuevas posibilidades de mejora al equipo docente.	Fomentar el contacto con expertos externos. Fomentar la formación interna de las herramientas y el software que se usen en el <i>hub</i> y/o las aulas. Diseñar un plan de comunicación y aprovechamiento de sinergias entre el programa y el laboratorio del <i>social media</i> del nuevo <i>hub</i> creado en la UOC.
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E6	Baja satisfacción según los indicadores de la asignatura <i>Social media strategy</i> : diseño del plan.	La valoración de la asignatura, la acción docente, los recursos de aprendizaje y el modelo de evaluación es baja.	
Máster universitario de <i>Social Media</i> : Gestión y Estrategia	E5	Frenar el descenso de la satisfacción con la acción tutorial.	Sigue bajando la satisfacción con la acción tutorial y su utilidad.	Detectar, junto con el área de acción tutorial, mecanismos de optimización de la tarea llevada a cabo. Mantener reuniones de trabajo mensuales con el equipo tutorial para detectar limitaciones, dificultades y puntos de mejora. Establecer un calendario de comunicaciones para mantener viva la sala de tutoría, tanto para estudiantes nuevos como para veteranos. Realizar sesiones sincronas virtuales y periódicas con el estudiantado para fomentar su interacción y aumentar la visibilidad y la función del tutor.
GR de Diseño y Creación Digitales	E6	Satisfacción global con las asignaturas Tipografía avanzada, Dirección de arte, Fabricación digital, Ilustración,	Baja satisfacción general con la asignatura.	Tipografía avanzada - Acabar Niu, nuevos materiales, reformulación general de la asignatura.

		Lenguajes y estándares web y <i>Motion graphics</i> .		<p>Dirección de arte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potenciar PDC excelentes, crear nuevos recursos de aprendizaje (con vídeo-debate), reducir el número de PEC, adaptar las exigencias formales al perfil de diseño. <p>Fabricación digital</p> <ul style="list-style-type: none"> - Añadir más herramientas de modelado 3D, incluir recursos de apoyo al <i>lab</i>. <p>Ilustración</p> <ul style="list-style-type: none"> - Añadir recursos de aprendizaje, refinamiento y trabajo conjunto con PDC para centrar mejor el objetivo de la asignatura. <p>Lenguajes y estándares web</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incluir guías para hacer las PEC y cambio en la flexibilización ESPRIA. <p><i>Motion graphics</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Introducir más herramientas prácticas en los Niu. - Ofrecer nuevos recursos de aprendizaje. - Centralizar más la información en los Niu. - Añadir nuevo género al proyecto final de la asignatura.
GR de Diseño y Creación Digitales	E6	Satisfacción con los recursos de aprendizaje de Proyecto IV, <i>Packaging</i> , Gestión del diseño, Cultura visual y nuevos medios y Programación para el diseño y las artes.	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje.	<p>Proyecto IV <i>Packaging</i> Programación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nueva versión del cuaderno de programación, siete vídeos nuevos y coordinación entre PDC para crear vídeos de resolución de dudas. <p>Cultura visual</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reformulación de los recursos de la asignatura.

				Gestión del diseño - Cambio de modelo de recursos de aprendizaje: de recursos en abierto a propios.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6	Satisfacción con Investigación, estrategia y planificación de medios.	Baja satisfacción con los recursos y con el modelo de aprendizaje.	Se hará una nueva diagnosis y se propondrán acciones de mejora.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6	Satisfacción con Metodologías de investigación en la comunicación.	Baja satisfacción con los recursos de aprendizaje.	Se hará una diagnosis y se propondrán acciones de mejora.
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6	Satisfacción con Taller de dirección de arte.	Baja satisfacción con los recursos, solo en el 2.º semestre.	Se hará una nueva diagnosis y se propondrán acciones de mejora.
GR de Comunicación	E6	Disminución de los resultados en un conjunto de asignaturas del grado (véase el listado en el IST 2021-2022). Cultura de la imagen: satisfacción con los recursos de aprendizaje del 43,3 %. Creatividad publicitaria: satisfacción con la asignatura del 45,9 % y con la acción docente del 36,8 %. Diseño de TFG: satisfacción con la asignatura del 48,1 %. Ejercicio de la profesión periodística: satisfacción con la acción docente del 48,6 %. Proyectos audiovisuales: satisfacción con la asignatura del 41,9 % y con los recursos de aprendizaje del 48,4 %. Dirección de cuentas y planificación estratégica: satisfacción con los recursos de aprendizaje del 40 %. Lobbismo y grupos de influencia:	Especial seguimiento	Hacer un seguimiento de los resultados en el próximo curso y revisar comentarios asociados a este indicador para tratar de identificar situaciones concretas o causas.

		<p>satisfacción con la asignatura del 29,4 %, con la acción docente del 33,3 % y con los recursos aprendizaje del 33,3 %.</p> <p>Dirección de arte: satisfacción con la asignatura del 25,9%, con la acción docente del 25,9%, con los recursos aprendizaje del 29,6 % y con el modelo de evaluación del 34,6 %.</p> <p>Dirección de cuentas y planificación estratégica: satisfacción con la asignatura del 25 %, con la acción docente del 33,3 %, con los recursos aprendizaje del 41,2 % y con el modelo de evaluación del 29,4 %.</p> <p>Planificación de medios publicitarios: satisfacción con los recursos de aprendizaje del 45,5 %.</p>		
Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	E6	Mejorar la satisfacción de los alumnos con la información sobre los trámites de las prácticas profesionales.	En el curso 2021-22, la satisfacción de los alumnos con la información sobre los trámites de las prácticas profesionales solo ha sido del 45,8 %.	Se propone organizar una sesión informativa sobre prácticas profesionales, del mismo modo que se ha establecido la del trabajo final de máster y que ha dado tan buenos resultados (valoración del 90 % de satisfacción con la información sobre los trámites del TFM).
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	E1	Seguimiento de los estudiantes que acceden por las vías no recomendadas.	Indicación de los evaluadores del programa en el informe final de evaluación externa.	Hacer un seguimiento durante el 2022-2023.
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y Construcción de Marca	E1	Mejorar la satisfacción con dos asignaturas: Cultura del diseño y las marcas (45,2 %) y Entorno de marca e identidad sensorial (46,2 %).	Se considera que tiene que ver con la calidad de los materiales y recursos docentes y con el planteamiento de los enunciados de los retos.	Hacer un seguimiento durante el 2022-2023.
Máster universitario de Diseño, Identidad Visual y	E1	Implementar acciones para garantizar el logro de la competencia de género.	No hemos trabajado la cuestión de género a fondo en el programa.	Elaborar un listado de bibliografía y recursos.

Construcción de Marca				
Máster universitario de Estrategia y Creatividad en Publicidad	E6			
Máster universitario de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	E2	Mejora de la información pública.	Cumplir con los requerimientos indicados en el informe de acreditación MO-AC-2021_23	Se ha revisado la información relativa al equipo docente, pero a nivel institucional la universidad está en un proceso de mejora de la información pública de la oferta formativa, que ha de permitir una mejora en la navegación del usuario. En este escenario se revisará de nuevo toda la información de la titulación, incluida la información del profesorado.
Centro	E2	Hay que llevar a cabo una revisión sistemática de la información pública de las titulaciones para asegurar que, en todos los casos, se utiliza un lenguaje inclusivo y libre de estereotipos de género.		Revisión de los espacios web de las titulaciones y de los estudios.

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