

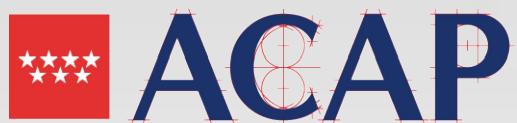
**Informe final de evaluación del
seguimiento de la implantación
de títulos oficiales**

2012

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN
IMAGEN, PUBLICIDAD E
IDENTIDAD CORPORATIVA**

**Facultad de Ciencias de la
Comunicación**

UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA



MÁSTER UNIVERSITARIO EN IMAGEN, PUBLICIDAD E IDENTIDAD CORPORATIVA

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

VALORACIÓN GLOBAL

Información pública ofrecida por el título en su página web

El presente informe de evaluación del seguimiento de la implantación se realiza a partir de la información disponible en la página web proporcionada por el Título en el momento de realizar el proceso de evaluación, por lo que cualquier modificación llevada a cabo con posterioridad no ha sido considerada.

En el anexo detallado de evaluación se hacen constar la totalidad de advertencias y recomendaciones que deberán ser corregidas para futuros seguimientos al objeto de orientar el Título a la mejora continua.

El Título deberá corregir los siguientes elementos.

Al margen de que la “Información completa del Grado” no cumple plenamente los criterios de accesibilidad y publicidad, que esta carencia afecta al sistema de quejas y reclamaciones, que deberá ser mejorado, que dicha mejora debe extenderse a la información relativa a los módulos y materia que figuran en el plan de estudios y que la información relativa al sistema interno de garantía de la calidad debe ser más comprensible para los estudiantes y el resto de los agentes implicados, existen determinadas cuestiones que con carácter ineludible deberán ser subsanadas.

En primer lugar, respecto de la institución que efectivamente imparte la docencia. En segundo lugar, respecto a la entidad que realiza el proceso de admisión del Master en relación con la entidad colaboradora que lo comercializa. En tercer lugar, en orden a la modalidad de impartición “semipresencial” y, por último, la secuencia temporal de algunas de las asignaturas que aparecen en la web y que no concuerdan con la información de la Memoria de verificación.

Autoinforme

“Este informe de evaluación se realiza a partir del autoinforme de seguimiento presentado por el título en los plazos establecidos por la convocatoria y una vez estudiadas las alegaciones formuladas.

En el proceso de evaluación se han detectado las siguientes deficiencias que requieren una inmediata actuación por parte de la Universidad. Debe dejarse constancia fehaciente e inequívoca de que el sistema de garantía de calidad del Centro esté implantado en el nivel de la titulación, desglosándolo del sistema general para toda la Universidad. Es menester asimismo, justificar el desequilibrio en el tercer curso de implantación entre las plazas de nuevo ingreso y las matrículas efectuadas.

MÁSTER UNIVERSITARIO EN IMAGEN, PUBLICIDAD E IDENTIDAD CORPORATIVA

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

En orden a los sistemas para la mejora de la calidad del Título es imprescindible asegurar que los mecanismos de coordinación docente estén plenamente implantados, detallando si las comisiones en ellos involucradas están en pleno funcionamiento. También con carácter concluyente deben aportarse datos concretos referidos al Título con el consiguiente análisis, al margen de los planteamientos generales de la Universidad, respecto a la satisfacción de los colectivos implicados. Con carácter complementario, a estos dos aspectos es aconsejable ampliar el análisis de los resultados obtenidos en la evaluación de la calidad de la docencia y la valoración de la calidad de las prácticas externas. Asimismo, deberá profundizarse en la medición de la calidad de los programas de movilidad con datos específicos para la titulación de referencia, y en el estudio de los resultados de inserción laboral con mayor concreción si es que existen evidencias al respecto. En orden al sistema quejas y reclamaciones deberán hacerse explícitos los mecanismos de análisis y toma de decisiones que redunden en la mejora del Título. Por último, la enumeración descriptiva y genérica de las fortalezas del Título deberá ser sustituida por una valoración de mayor profundidad. Complementariamente, respecto al análisis de los puntos débiles deberán indicarse los elementos objetivos que permitan su identificación y las medidas concretas de mejora.

ANEXO I

1. INFORMACIÓN PÚBLICA

Descripción del título

Comentario	Tipo
En lo que se refiere a la información pública definida como necesaria por el Documento Marco General del Proceso de Seguimiento de la Implantación de Títulos Universitarios Oficiales de la ACAP, se estima necesario que la Universidad inicie un proceso de integración de dichos contenidos en la propia página web del título. El apartado donde se contiene mayoritariamente la información exigida, " Información completa del grado " resulta poco intuitivo por lo que no se cumple plenamente los criterios de accesibilidad y publicidad.	Recomendación
La información proporcionada por la página web del título en lo que se refiere a la institución en la que se imparte la docencia es confusa, no quedando clara si la impartición del mismo se lleva a cabo en la Universidad Camilo José Cela, en el EAE Business School, centro colaborador de la Universidad o en ambas. Es preciso aclarar este aspecto.	Advertencias
Existe una contradicción en la información sobre los criterios de admisión al máster en la pestaña de admisión se cita literalmente " <i>El proceso de admisión de este máster está derivado a la entidad colaboradora que lo comercializa</i> " mientras que si se accede a la pestaña denominada "Información completa del máster" se alude a la normativa propia de la universidad.	Advertencias
La modalidad de impartición " semipresencial" no consta como verificada en la memoria de verificación	Advertencias
La secuencia temporal de algunas de las asignaturas mostradas en la web no coinciden con la información de la memoria de verificación	Advertencias
Mejorar la información relativa a módulos y materias que figuran en el Plan de Estudios	Recomendaciones
Es recomendable que se ofrezca al público una información sencilla, asequible y breve sobre el SIGC, pues la extensión del manual de calidad que se ha publicado de modo íntegro disuade de su lectura, y su complejidad para el no iniciado dificulta su comprensión.	Recomendaciones
El sistema de quejas y reclamaciones no tiene niveles óptimos de accesibilidad	Recomendaciones

ANEXO II

2. AUTOINFORME

Estructura y funcionamiento del Sistema de Garantía de Calidad del Título/Centro

Comentario	Tipo
No hay constancia de que el SIGC esté implantado en el nivel de la titulación. Sólo se procede a una descripción general del sistema para toda la Universidad y la Facultad.	Advertencias

Indicadores cuantitativos

Comentario	Tipo
Se constata un desequilibrio en el tercer curso de implantación entre las plazas de nuevo ingreso y las matrículas (plazas de nuevo ingreso 50 y matrículas 84).	Recomendaciones

Sistemas para la mejora de la calidad del título

Comentario	Tipo
Del análisis realizado de los mecanismos de coordinación docente no se puede concluir que éstos estén completamente implantados. Es necesario indicar si las comisiones descritas están operativas o en proceso.	Advertencias
En el apartado relativo al análisis de los resultados obtenidos en la evaluación de la calidad de la docencia sólo se aportan datos de las encuestas realizadas a alumnos. El párrafo es demasiado descriptivo y no se analizan dichos resultados.	Recomendaciones
En el análisis de las prácticas externas sólo se enumeran algunos resultados de una encuesta realizada a los alumnos. No se realiza un análisis de la calidad de las prácticas.	Recomendaciones
En el apartado de medición de la calidad de los programas de movilidad se aportan datos generales relativos a la universidad y sólo en el párrafo final se alude al título, advirtiendo que en el máster los alumnos no han solicitado participar en el programa de movilidad. Por lo que no hay datos para analizar.	Recomendaciones
En el análisis de los resultados relativos a la satisfacción de los colectivos implicados, no se aportan datos concretos referidos al título ni se procede al análisis. Únicamente se exponen planteamientos generales de la Universidad que no responden a lo requerido en el apartado concreto.	Advertencias
En el apartado de los resultados de inserción laboral no se aportan datos concretos ni se procede a su análisis, lo que esencialmente se aportan son datos generales referidos a la Universidad mezclados con declaraciones de principios y futuribles. Se requiere mayor concreción o simplemente decir que no se tiene información sobre este respecto.	Recomendaciones
Aunque existe un sistema de quejas y reclamaciones no se han encontrado evidencias de mecanismos de análisis y toma de decisiones que redunden en la mejora del título.	Recomendaciones

MÁSTER UNIVERSITARIO EN IMAGEN, PUBLICIDAD E IDENTIDAD CORPORATIVA

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

Relación y análisis de las fortalezas del título

Comentario	Tipo
Se hace una enumeración meramente descriptiva y de carácter excesivamente genérico de las fortalezas del título, sin realizar un análisis de las mismas y sin extraer conclusiones. Se recomienda realizar este análisis en futuras evaluaciones.	Recomendaciones

Relación y análisis de los puntos débiles del título

Comentario	Tipo
Se hace una enumeración de dos puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, pero no existe suficiente indicación de los elementos objetivos que han permitido su identificación ni de las concretas medidas de mejora. Se recomienda incluir este análisis en futuras evaluaciones, pues la identificación de puntos débiles sólo tiene sentido en la medida en que conduzca a la reacción.	Recomendaciones



El Secretario Académico de la Comisión
de Seguimiento de Títulos Oficiales
Prof. Dr. D. Celso Rodríguez



VºBº:
El Presidente de la Comisión
de Seguimiento de Títulos Oficiales
Prof. Dr. D. José Carlos Fernández
Rozas