



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

AUTOINFORME DE SEGUIMIENTO CURSO 2020 (Convocatoria 2021-22)

Datos de identificación del título	
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	
ID Ministerio	4315990
Denominación del título	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga
Curso académico de implantación	2016/2017
Web de la titulación	https://www.uma.es/master-en-direccion-estrategica-e-innovacion-en-comunicacion-/
Oferta de título doble En su caso especificar la/las titulación/es y el/los centro/s	
Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial-Híbrida, virtual, a distancia)	Presencial
Fecha de verificación (página RUCT)	20/07/2016
En su caso fecha de la última modificación aprobada	20/02/2020
En su caso fecha de la última renovación de la acreditación	19/07/2019
Sistema de Garantía de Calidad: Centro	https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/cms/base/ver/base/basecontent/38145/calidad-ccom/
Información COVID-UMA	https://www.uma.es/informacion-covid-19/info/123065/informacion-general/
Información COVID-Centro	https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/124042/covid-19/

1. Información pública disponible (IPD): web

Análisis

En el proceso [PA04. Información y comunicación](#) del SGC de los Centros se desarrolla cómo se gestiona la información y comunicación, tanto en la página web de la Universidad de Málaga, como en las páginas web de los Centros y títulos oficiales de Grado y Máster.



La estructura de la página web de los títulos de Grado y Máster de la Universidad de Málaga se ha elaborado teniendo en cuenta las exigencias que establece la DEVA en la [Guía para el Seguimiento](#) de los títulos oficiales de Grado y Máster, para la difusión de la información pública disponible.

La Universidad hace pública la información completa y actualizada sobre el título, haciendo pública sus características, perfil de acceso, exigencias de admisión y matrícula, plan de estudios, programa verificado, información sobre el profesorado, programación docente, plan de acción tutorial, información sobre el TFM, etc.; su desarrollo y los resultados alcanzados. La web se puede visitar en <https://www.uma.es/master-en-direccion-estrategica-e-innovacion-en-comunicacion/>

Como se ha indicado, su estructura sigue las premisas generales fijadas por el gestor de contenidos (Merengue), que ofrece la Universidad de Málaga, y que facilita de forma cómoda e intuitiva la información general del Máster. La web se encuentra enlazada con puntos de interés, como el portal de la UMA que incluye la programación docente o la información académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Como ya se señaló en el Informe de Seguimiento previo, en la web del Máster se creó un apartado específico para el Trabajo Fin de Máster (TFM) para facilitar su localización y dar respuesta al interés del estudiantado en torno a esta materia. Además de la información general contenida en dicho espacio y de las líneas especializadas del profesorado, se le ha incorporado una pestaña con la información relativa a los TFM defendidos. De esta forma, se pretende que los diferentes públicos puedan conocer los enfoques que se han ido plasmando en los TFM presentados de cara a futuras investigaciones y también como base de consulta de interés. La información se ofrece [aquí](#).

Para ofrecer información el centro también realiza un [acto de bienvenida](#), al comienzo cada curso, en el que se explica el funcionamiento general del curso, se ofrece información de la infraestructura, de los horarios, etc. Asimismo, los coordinadores académicos del máster realizan una sesión informativa del máster en la que se señalan los aspectos más relevantes de la titulación y se realiza una explicación de la realización del TFM:

Por otro lado, para ofrecer mayor información sobre el máster, para el curso 2021/2021 se elaboró un video promocional. El [video](#) fue elaborado gracias a una ayuda a la gestión, recogida en el Plan Propio de la Universidad de Málaga. La difusión del video se realizó por medio de la radio y televisión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (Comutopía) y estudiantes de grado en prácticas.

El máster también se imparte en la Universidad de Cádiz y cuenta con una [web](#) propia. La información pública del máster en la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Universidad de Cádiz) se estructura siguiendo las recomendaciones de la Agencia Andaluza del Conocimiento, tratando de satisfacer las demandas de información de los diferentes grupos de interés, pero, a la vez, intentando que sea comprensible y de fácil acceso para el alumno. En toda la información publicada aparece la fecha de actualización de la misma.

Por otro lado, desde la Declaración del Estado de Alarma el 14 de marzo de 2020, tanto la Universidad de Málaga como la Universidad de Cádiz han informado puntualmente de todas aquellas normativas, acuerdos, procedimientos, protocolos o instrucciones adoptadas con motivo de la pandemia y la consecuente transformación de la docencia presencial a virtual. Para ello se habilitó un [espacio en la UMA](#) como en [la UCA](#), específico para la transmisión y difusión de esta información.

Además de esta información de carácter general para toda la comunidad universitaria, la [facultad de Ciencias de la Comunicación \(UMA\)](#) y la [Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación \(UCA\)](#) han venido informando al conjunto de la comunidad a través de sus sitios web.

Asimismo, se ha enviado información a través de diversos canales de información formales e informales:

- Correo electrónico a estudiantado y PDI y PAS.
- Campus Virtual del Máster.



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

Destacar que en ambas universidades se valora positivamente la información pública del master: 4,67 en el caso de Málaga y 4,46 en el de Cádiz.

En el último [Informe de Seguimiento](#) recibido por parte de la DEVA, convocatoria 2020-21, se recoge una recomendación que consideran no resuelta en este criterio:

Recomendación 11: Se recomienda mejorar la visibilidad del plan de mejora del Título

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su despliegue:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?d=27&rid=17533>

Cabe destacar que [se ha incluido enlace en la web del máster](#) al plan de mejora, pero su acceso está limitado a personal autorizado, estando pendientes de que se resuelva por parte de la universidad. Por ello, se considera que continúa pendiente. También en la web del máster en la Universidad de Cádiz se ha atendido las indicaciones y se incluye [información sobre el plan de mejora](#).

2. Aplicación del sistema de garantía interno de la calidad

Análisis

El Sistema de Garantía de la Calidad aplicable al título es el del Centro al que está adscrito dicho título.

En la Universidad de Málaga se diseñaron, siguiendo las directrices del Programa AUDIT de la ANECA, Sistemas de Garantía de la Calidad de Centros. El alcance de dichos Sistemas son los títulos oficiales de Grado y Máster adscritos a dicho Centros.

La documentación relativa a dichos Sistemas se encuentra en una [Sala de Campus Virtual](#). En dicha Sala se puede consultar el mapa de procesos, los planes de mejora, las memorias de resultados, etc.

Además, en el curso 2020-21 se crea un entorno de trabajo en SharePoint para gestionar toda la información relativa a los Sistemas (documentos, indicadores, informes, etc.):

https://uma365.sharepoint.com/sites/COA_Centros

Una de las utilidades destacables de esta herramienta es que permite a los usuarios la descarga de los informes de indicadores para su análisis.

El objetivo a medio/largo plazo es trabajar con este entorno de trabajo puesto que parece ser mucho más útil que el Campus Virtual.

Por otro lado, en la página web del Servicio de Calidad se publica (para la consulta por parte de cualquier usuario interno y externo) el Observatorio de Resultados de la Universidad. En dicho Observatorio, seleccionando el título deseado se pueden consultar los resultados de los indicadores a lo largo de los últimos cursos:

<https://www.uma.es/calidad/info/108545/informacion-estadistica-calidad/>

En el siguiente [enlace](#) se pueden consultar los Indicadores que se recogen en el Sistema, así como su fórmula de cálculo.

En el proceso [PE03. Medición, análisis y mejora](#) del Sistema se establece que el Sistema se debe revisar de forma periódica, con vistas a una mejora continua.

En la página web de cada Centro se recoge un apartado denominado "Calidad" donde se publica la información del Sistema que se considera útil para el usuario: composición de la Comisión responsable del Sistema, actas de dicha Comisión, Memorias de Resultados, etc.



En la página web del centro, existe un apartado en el menú dedicado al Sistema de Garantía de Calidad. En este espacio se puede consultar la información sobre la acreditación de sus títulos y su seguimiento, la comisión de garantía de calidad -composición, [reglamento](#) y [actas](#)- la [memoria de resultados](#) del SGC, el [manual del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro](#) (MSGC), su política de calidad y personal académico y de personal de administración y servicios, el gestor de quejas y sugerencias, y lo procesos generales del Sistema de Garantía de la Calidad.

La Comisión Académica y de Calidad del centro -que une las anteriores comisiones de ordenación académica y de garantía de calidad-, cuyo reglamento se aprobó la sesión ordinaria de la Junta de Facultad del día 30 de noviembre de 2020, se reúne con carácter ordinario, al menos 3 veces al año, dejando constancia de ello en las [actas compartidas en la página web](#). Entre las funciones de esta comisión, se encuentran el debate, aprobación y estudio de los informes anuales de cada una de las titulaciones, elaborados por la coordinación de grados, dependientes del vicedecanato en materia de Calidad. Dichos informes deben ser aprobados posteriormente en la Junta de Facultad. En la misma línea, las comisiones de másteres del centro asumen las mismas funciones y tareas, desarrolladas, en este caso, junto con la coordinación de cada máster.

Al comienzo de cada curso, desde la dirección del centro, se convoca a todo el alumnado de nuevo ingreso en los títulos de másteres, en un [acto de bienvenida](#), en el que se explica el funcionamiento del Centro, la estructura de los títulos, dónde pueden encontrar la información pública relevante, todo lo relacionado con el plan de estudios, el TFM, las personas de contacto, etc. En dicho acto, intervienen la decana de la facultad, los vicedecanos de Ordenación Académica y de Calidad y la coordinación de los tres másteres.

En la última semana de noviembre, antes de que el alumnado deba elegir tutorización para su Trabajo Fin de Máster, cada título organiza una sesión orientativa en la que se comparte toda la información relativa a los procedimientos, normativa, líneas estratégicas de cada docente, calendario y algunas cuestiones prácticas sobre la preparación y elaboración del TFM. Esta mejora, introducida en el curso 2018/2019 ha sido bien acogida entre el alumnado, como se refleja en las encuestas, las tasas de éxito e incremento de defensa de TFM y en los grupos de discusión puestos en marcha el curso pasado. Concretamente, la sesión tuvo lugar el 24 de noviembre de 2020, como se puede comprobar en los horarios subidos [en información académica](#) del máster.

En el mes de marzo, además, se programaron dos sesiones de orientación, una más profesional, en la que se cuenta con agentes sociales de Málaga, especialmente del sector de la comunicación y el emprendimiento, como el vicerrectorado de Creación de Empresas y Emprendimiento, la incubadora La Farola y antiguos estudiantes de los posgrados del centro que han puesto en marcha algunas iniciativas empresariales en este sentido. El curso pasado, el 17 de marzo de 2021, compartieron estas experiencias con el alumnado [Antonio Peñafiel, Velasco](#), Director de Empleabilidad y Emprendimiento en Universidad de Málaga, Juan Carlos Urbano, responsable de [La Farola](#), de Movistar y Ana Rodríguez, de <https://demium.com/> La acogida y la valoración de esta sesión por parte del alumnado fue bastante satisfactoria, como puede comprobarse en las encuestas .

Estas sesiones están programadas como obligatorias y quedan recogidas en el [horario del título](#).

En la actualidad, el Centro está trabajando en el diseño de un nuevo mapa de procesos, para definir la planificación estratégica del centro, describir los procesos habituales en el seguimiento de la planificación del centro y realizar un seguimiento permanente; con el objetivo de fortalecer el Sistema de Garantía de Calidad. Sus bases están definidas en los criterios y directrices para el aseguramiento de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior (ESG), en [el Sistema de Gestión de la Calidad de la Universidad de Málaga](#), en el [Plan Estratégico de la Universidad de Málaga](#), el [Plan Propio de Investigación](#), [Plan Propio Integral de Docencia](#) y el [Plan Propio de Smart Campus](#).

Anualmente, siempre en el primer trimestre del año, el equipo de decanato, y toda y cada una de sus áreas de trabajo, deberán revisar, a partir de la memoria anterior, sus objetivos y retos para el siguiente curso, adecuando los resultados y los objetivos a la planificación estratégica del centro y de la Universidad.



Los contenidos de estos informes deben recoger una reflexión de la memoria del título, sobre los resultados del SGC y de mejoras, que deberán programarse para ser evaluadas en posteriores informes.

Con este nuevo mapa de procesos se pretende identificar los órganos del centro donde se deben analizar y garantizar el SGC; así como definir los criterios de medición y análisis y mejora de los títulos y el funcionamiento del centro.

La Comisión Académica y de Calidad del centro, debe realizar a lo largo del curso académico las tareas continuadas de medición, análisis y seguimiento de las mejoras que garanticen la implantación del SGC, y esto deberá recogerse en las actas de las diferentes sesiones, cuyos acuerdos serán publicados en la página web. Previamente, desde el vicedecanato con las competencias, junto con el equipo de dirección, valorará la memoria anual, así como toda la información disponible para la mejora de los títulos.

El seguimiento de todo ello se realizará a través de la información obtenida de los indicadores del SGC, las encuestas y los grupos de discusión realizados con todos los grupos de interés, siempre en función de las líneas estratégicas del centro y los planes de mejora. Todo esto deberá incluirse en las memorias anuales de los títulos. Toda esta información, además deberá estar visible en la página web del centro, en el espacio dedicado a Calidad.

La reflexión y la valoración de los datos y la información referida a este punto, se realizará en las reuniones periódicas del equipo de dirección del centro y junto con la coordinación de títulos, que se celebrarán al menos una vez al semestre, para valorar también cualquier incidencia al comienzo y finalización del curso.

El objetivo del centro es tener aprobado y en funcionamiento este nuevo mapa de procesos antes de la finalización del curso académico actual. En este sentido, los retos estratégicos que se propone el Centro para los próximos años son fortalecer su trabajo y la conexión de sus estudios con el objetivo de fomentar la transferencia social del conocimiento y la investigación, el desarrollo de estrategias de comunicación especializadas en cooperación internacional, el desarrollo de estrategias de comunicación e investigación en materia de igualdad, el fomento del emprendimiento social desde el ámbito de la comunicación, la internacionalización, la formación transversal, y la búsqueda de alianzas con otras disciplinas, el apoyo al profesorado y órganos competentes en investigación e incentivar la inclusión de los ODS en el diseño de la oferta formativa del centro.

En este esquema de trabajo quedarán reflejados toda la planificación del centro, su despliegue a través de los procesos y procedimientos previamente diseñados, y medibles a través de diferentes indicadores de calidad, con el compromiso de rendir cuentas ante los diferentes grupos de interés y en los órganos competentes. En esta metodología de trabajo se recogen los procesos claves -como el estudio de los perfiles de alumnado de nuevo ingreso y egresado, las tareas de captación, acogida y orientación, coordinación docente, movilidad, prácticas, trabajos fin de estudios, investigación, evaluación orientación profesional e innovación- y procesos de apoyo -en acceso y matrícula, recursos e infraestructuras, gestión del personal, comunicación-

En el último [Informe de Seguimiento](#) recibido por parte de la DEVA, convocatoria 2020-21, se recogen tres recomendaciones que consideran no resueltas en este criterio:

Tipo: Recomendación Especial Seguimiento

Recomendación 1: Se debe contar con un SGC del programa que coordine los procedimientos de manera homogénea en las dos Universidades participantes

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su despliegue:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17543>

Continúa en proceso. Se espera pueda quedar resuelta en los próximos meses.

Tipo: Recomendación



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

Recomendación 2: Se recomienda revisar el gestor documental en la Universidad de Cádiz para unificarlo y evitar la complejidad que genera la dispersión en distintas plataformas con distintas contraseñas

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su despliegue:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?d=27&rid=17538>

Continúa en proceso. Se espera pueda quedar resuelta en los próximos meses.

Tipo: Recomendación

Recomendación 13: Se recomienda poner en marcha el procedimiento general para valorar el proceso y los resultados que prevé la Memoria de Verificación (apartado 8.2).

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?d=27&rid=17539>

Se ha fortalecido la evaluación del máster. La Universidad de Cádiz se ha coordinado con los responsables del título. También se han realizado focus group.

3. Diseño, Organización y Desarrollo del Programa

Análisis

El Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación se imparte de forma presencial en la Universidad de Málaga y la Universidad de Cádiz. Ofrece formación especializada sobre un sector que cada vez adquiere mayor importancia. Por ello, este máster pretende capacitar y preparar a los futuros profesionales en una creciente especialización en dirección estratégica, que sirva para que las organizaciones establezcan relaciones mutuamente satisfactorias con sus públicos y que estos puedan sentirse satisfechos de las acciones organizativas. El máster incluye una capacitación sobre dirección de comunicación, encaminada a preparar a directores y gestores, con una especialización en comunicación en sectores productivos y sociales y una parte destinada a la innovación en comunicación, a partir de la aplicación de las tecnologías de la comunicación. Es el caso, por ejemplo, del sector turístico, de gran importancia tanto en Málaga como en Cádiz, provincias en las que se imparte el máster. Por ello, se incluyen materias centradas en el turismo, pero también otras sobre marca digital personal, ciberpolítica y participación ciudadana, lobby, transpublicidad, tendencias en comunicación, igualdad y violencia de género, sin olvidar asignaturas de metodología y taller de investigación.

Los [objetivos generales](#) del máster son:

- Potenciación de la capacidad analítico-crítica e interpretativa de las prácticas profesionales en comunicación en las organizaciones.
- Acercamiento, desde la reflexión y el estudio, al quehacer comunicativo entendido como el conjunto de sus diferentes acciones, especialmente publicitarias y de relaciones públicas, promocional, etc., de patrocinio y mecenazgo, de comunicación relacional, directo, etc.
- Capacidad de desarrollo de nuevos enfoques creativos en las tareas asignadas.
- Capacidad de comunicar eficazmente para el desarrollo y optimización de sinergias grupales y para la toma de decisiones.
- Actitud estratégica que permita la anticipación y adaptación a los cambios (tanto por causas endógenas como exógenas) y la detección de problemas, así como la resolución de los mismos.
- Formación investigadora y capacitación en las técnicas de investigación y en la elaboración de análisis científicos.
- Profundizar en la aplicación de campañas de comunicación basadas en los principios y valores de una cultura de la paz y de valores democráticos.
- Analizar las estrategias de comunicación realizadas por las organizaciones que trabajan para la defensa de los derechos fundamentales entre hombres y mujeres.
- Fomentar la elaboración de campañas de comunicación institucionales basadas en los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.
- Capacidad para integrar conocimiento y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos.



- Conocimiento para comunicar, con razonamiento, las conclusiones y los conocimientos a públicos especializados en comunicación con propiedad científica.
- Capacidad para realizar acciones comunicativas de difusión de los conocimientos en comunicación a públicos no especializados que permita una transferencia educadora de las estrategias de comunicación.

Y los [objetivos específicos](#) del título son:

1. Proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, especialmente publicitaria y las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica.
2. Construcción, planificación y evaluación de acciones y discursos propios de la comunicación estratégica en las organizaciones para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías.
3. Formación en el conocimiento y uso de las tecnologías de la comunicación en los distintos entornos multimedia e hipermedia, para su aplicación en el ámbito de la comunicación y el desarrollo de nuevos soportes.
4. Formación en habilidades de adecuación de las estrategias y mensajes a los objetivos de comunicación y a los diferentes públicos con los que interactúa la organización aplicando tácticas de comunicación específicas.
5. Formación en el seguimiento de los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua.
6. Iniciación a la metodología y a las técnicas de investigación en el campo de la comunicación empresarial e institucional, y adquisición de habilidades para la docencia en dicho ámbito.

En cuanto a las [competencias](#), son competencias básicas:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Son competencias generales:

- Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
- Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
- Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
- Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales.
- Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
- Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas.



Son competencias transversales:

- Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
- Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
- Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
- Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
- Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional.

Y son competencias específicas:

- Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
- Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales.
- Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
- Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
- Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados.
- Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
- Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.
- Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.
- Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica.
- Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación.
- Capacidad para profundizar en la innovación y las tecnologías de la comunicación aplicadas a la comunicación publicitaria y estratégica.
- Dominio de los conocimientos necesarios para elaboración de planes estratégicos de comunicación.
- Capacidad expositiva y argumentativa para explicar y proponer planes estratégicos en comunicación.

Este título tiene un interés profesional, pero es especialmente investigador. Este máster habilita para poder realizar un doctorado. De hecho, parte del estudiantado que realiza el máster se decanta por hacer un doctorado en los años siguientes. De hecho, en el Doctorado Interuniversitario en Comunicación, consta que en el curso 2018/2019 se matricularon 3 estudiantes procedentes de este máster, en el curso 2019/2020 fueron 2, el curso 2020/2021, 4 y en el actual curso son otros 4 egresados de los últimos años del máster quienes se han unido la doctorado. Se pueden consultar [aquí](#).

Pero, como se indicaba, este máster también tiene un [perfil profesional](#) y quiere dar respuesta a las necesidades de formación de profesionales capacitados para:

- Diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.



- Identificar y poner en uso las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales.
- Aprender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
- Organizar, ejecutar y evaluar eventos, cuidando especialmente su diseño, control de costes y protocolo.
- Identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos.
- Detectar oportunidades del mercado.
- Capacitar para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento del proyecto y la estrategia a seguir.
- Interpretar las implicaciones y efectos culturales de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.
- Dominar recursos y habilidades para diseñar campañas y acciones de comunicación (tanto comercial como no comercial) para la transformación del entorno.
- Seleccionar las técnicas de análisis adecuadas en función de las necesidades de investigación.
- Diseñar, ejecutar y controlar el Plan de Comunicación de las organizaciones.
- Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
- Definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.

Las clases se han impartido en su totalidad, según el calendario previsto cada curso académico y según lo indicado en la Memoria de Verificación del título. Las clases se han impartido de manera presencial, salvo cuando la crisis sanitaria lo impidió. En marzo de 2020, ante el confinamiento domiciliario, las clases pasaron a impartirse de manera virtual. Durante los meses de confinamiento se usó principalmente el Campus Virtual para las clases, bien facilitando recursos y materiales al estudiantado (grabaciones de clase en video, audiopresentaciones u otros recursos, así como se impartieron clases por videollamada). Se impartió el 100% de las asignaturas y también el depósito y defensa de los TFM se adaptó a la nueva situación.

El curso 2020/2021 comenzó a impartirse de forma presencial, pero una nueva ola de la pandemia (noviembre 2020) obligó a que las clases fueran virtuales. Para estos momentos la UMA ya disponía de plataformas de videollamada que permitieron poder impartir la docencia de forma síncrona. La virtualidad se mantuvo buena parte del curso (siguiendo las directrices de la UMA), hasta que la situación mejoró (abril 2021) y se volvió a la presencialidad.

Las guías docentes incluyen competencias, contenidos, metodología de enseñanza, actividades previstas, sistema de evaluación y bibliografía cumplen con el desarrollo del plan de estudios. Con la crisis sanitaria se incorporaron adendas a estas guías, con las instrucciones específicas ante la situación. La evaluación del alumnado se realiza principalmente mediante un trabajo de asignatura y, también, otras actividades realizadas. En ningún caso, hay examen. La evaluación de las distintas asignaturas es similar, aunque existen algunas diferencias en cuanto al peso del trabajo de curso, estableciendo cada profesor el porcentaje que considera más adecuado, teniendo en cuenta las características del trabajo y el resto de actividades a desarrollar. Las guías docentes de cada asignatura del título, en la Universidad de Málaga, se pueden consultar [aquí](#).

En la Universidad de Cádiz, a finales del curso 19/20 se abrió un periodo para que el profesorado actualizase, ampliase y mejorase las guías docentes de las asignaturas, invitándose al profesorado a la mejora de las guías. También está recogida la ficha docente de la asignatura Trabajo de Fin de Máster. Las guías docentes del curso 20/21 están disponibles [aquí](#).

El estudiantado se mantiene permanentemente informado por la web del máster, pero también por el espacio creado en el Campus Virtual, bajo el nombre de [Información General](#) del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación. En este espacio creado en el Campus Virtual de la Universidad de Málaga, se ofrece información sobre el desarrollo del máster (eventos próximos, calendario, horarios, etc.), impresos, documentos, guías, etc.; siendo también un medio para estar en contacto permanente, bien por los foros, bien por el correo interno.



Al comienzo del curso académico tanto en Málaga como en Cádiz se organiza un [acto de bienvenida](#), de orientación y acogida, en el que el equipo decanal y los coordinadores del curso explican las nociones básicas de funcionamiento del máster. Se le suministra al alumnado las indicaciones que se estimen necesarias sobre cuestiones variadas de cara a la realización de los estudios.

Poco después, los coordinadores en la UMA mantienen otra [reunión](#) con el estudiantado del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación, para profundizar en aspectos más concretos, como es el caso del TFM. En el curso 2020/2021 tuvo lugar en Málaga el 24 de noviembre de 2020, como puede observarse en los [horarios](#) del curso. Se explicitan los objetivos de la titulación, su organización, horarios, asignaturas, infraestructuras, página web, Campus Virtual, así como se da respuesta a las preguntas que se puedan plantear. En este primer encuentro los coordinadores ponen en marcha un plan de acción tutorial interno del máster, que consiste en la asignación a cada estudiante de un tutor (uno de los tres coordinadores), que le acompañará durante todo el proceso de forma personal ante las dudas o dificultades que puedan surgir.

Para hacer seguimiento de los avances en el TFM y para potenciar que llegue a buen término, los coordinadores realizan otra [reunión](#), con el estudiantado, en la que se informa de la situación en la que se encuentra cada trabajo y se exponen problemas que hayan podido encontrarse, para intentar solventarlos. En el curso 2020/2021 esta reunión se celebró en Málaga el 27 de abril de 2021, como aparece en los [horarios](#). También la asignatura *Taller de Investigación Aplicada* (del segundo semestre) sirve de gran ayuda al alumnado, para resolver dudas que puedan tener sobre investigación y sobre cómo se realiza un TFM.

Por otro lado, el estudiantado también recibe una Sesión de Empleo y Formación, en la que responsables de empleabilidad de la Universidad y organizaciones especializadas le ofrecen orientación profesional y resuelven las dudas e inquietudes que puedan existir. El curso pasado, el 17 de marzo de 2021, compartieron estas experiencias con el alumnado [Antonio Peñafiel, Velasco](#), Director de Empleabilidad y Emprendimiento en Universidad de Málaga, Juan Carlos Urbano, responsable de [La Farola](#), de Movistar y Ana Rodríguez, de <https://demium.com/>. La cita quedó recogida en [horarios](#).

En el caso de la Universidad de Cádiz, en la web hay disponible una guía con los tutores y sus [líneas de investigación del TFM](#). En la web también se publicó la [Guía de Orientación al alumnado](#). En cuanto al indicador sobre la satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional, éste muestra asimismo un valor positivo (4,8), superando en gran medida los resultados del curso 2018/2019 (1,67) y los del centro (3,08). En este sentido, cabe señalar que el Máster desde el curso dispone, en colaboración con el Vicerrectorado de Docencia y Formación, la Dirección General de Universidad y Empresa, y la Unidad de Prácticas en Empresa y Empleo de la UCA, de un Plan Integral de Formación para el Empleo (PIFE) consiste en un conjunto de actuaciones con el objetivo de facilitar a los alumnos la asimilación de sus objetivos profesionales. Este pone a disposición del alumnado los servicios que ofrece la Unidad de Prácticas en Empresa y Empleo de la Dirección General de Universidad y Empresa de la Universidad de Cádiz, de forma coordinada, con el fin último de mejorar y desarrollar la empleabilidad de los estudiantes. El centro en 2020 diseñó y aprobó su [plan de orientación profesional](#) para establecer las directrices y objetivos del de la facultad en cuanto a esta materia, donde se indican las acciones llevadas a cabo en el máster. De forma específica dentro del máster, se han llevado a cabo la presentación de la Centro de Promoción de Empleo y Prácticas, así como una charla informativa sobre la realización de prácticas extracurriculares (en la ficha del plan de mejor 16 se adjunta EVIDENCIA 8). Del mismo modo, se celebró una sesión de presentación de organizaciones para la propuesta de TFM de carácter aplicado. Se atiende, por tanto, a las recomendaciones 16 y 17 del último informe de seguimiento de la DEVA. Por otra parte, el decanato de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación colaboró de nuevo como patrocinador en el [IV Branding Day](#) organizado por SER Empresarios (Cadena SER), un evento sobre [comunicación, marketing y emprendimiento](#).

Por otro lado, el número de estudiantes de nuevo ingreso matriculados en el curso 2018/2019 en la UMA fue de 36 (35 plazas ofertadas), en 2019/2020 fueron 34 (35 plazas ofertadas) y en 2020/2021 35 (35 plazas ofertadas). Es decir, la tasa de ocupación ronda el 100%.



La demanda de la titulación (solicitud en primera opción) ha ido creciendo en los últimos tres años, de manera que en 2018/2019 la tasa era del 157,14% y en el 2020/2021 de 185,71%. La tasa de demanda/oferta también es muy elevada. En 2020/2021 se alcanzó el 637,14 %, con 223 solicitudes en total.

La pandemia no ha influido en el elevado número de solicitudes y matriculaciones, aunque estudiantes extranjeros sí que han tenido dificultades para poder venir a España a cursar el máster, teniendo que desistir en algunos casos o abandonar el máster. Por ello, en el curso 2019/2020 se detecta un aumento en la tasa de abandono, que alcanza el 9,68% (en 2018/2019 era del 2,94%).

El máster acoge a un elevado número de estudiantes extranjeros y españoles de fuera de las universidades que imparten el título. De este modo, en 2018/2019, se matricularon un argentino, un canadiense, siete chinos, 2 cubanos, un ecuatoriano, tres mexicanos, un panameño y un ruso. En 2019/2020 se mantiene la representación internacional: un chino, un colombiano, dos cubanos, un ecuatoriano, un italiano y un mexicano. Y en curso 2020/2021 cursaron el máster un canadiense, un chino, dos colombianos, un holandés, un mexicano y un italiano.

Destacar que una de las dificultades detectadas en las primeras ediciones del máster fue el escaso conocimiento del idioma en el que se imparten las clases (castellano) de algunos estudiantes extranjeros. Para evitar este tipo de situaciones, a los [requisitos de acceso](#) se suma que los estudiantes no castellanoparlantes que acrediten un C1 de español (acreditado por organismos competentes).

En este sentido, en 2020, se realizó una [Modificación](#) (20/02/2020), incorporándose la exigencia de nivel de idioma castellano C1 en acceso y admisión de estudiantes antes descrita,, actualizaciones de normativa, y el cambio de centro responsable del título en la Universidad de Cádiz. (que pasó de la Escuela de Doctorado a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación).

En el máster se otorga una especial consideración al Trabajo Fin de Máster (TFM), que supone un total de 12 créditos, y cuenta con un respaldo normativo para el adecuado desarrollo y funcionamiento que es el Reglamento de TFM (disponible [aquí](#)). Este documento fue aprobado por la Junta de Centro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en su sesión del 27 de octubre de 2016 y es la transposición del reglamento de carácter general aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Málaga (27 de junio de 2016). El Reglamento de TFM ha sido modificado en las sesiones ordinarias de Junta de Centro celebradas el día 4 de abril de 2017, el 12 de noviembre de 2018 y el pasado 15 de diciembre de 2021. En la última modificación se han incorporado los procedimientos telemáticos habilitados para la presentación de los TFM, que se habían puesto en marcha a raíz de la pandemia de la COVID-19.

Asimismo, en el Reglamento se especifican las diferentes modalidades de trabajos que los estudiantes pueden elaborar en el marco del TFM:

- 1) Trabajos de investigación de carácter teórico y empírico.
- 2) Proyectos de diseño y/o fabricación, de innovación social y emprendimiento, o artísticos.
- 3) Estudios técnicos, organizativos y económicos.
- 4) Análisis y resolución de casos prácticos reales.
- 5) Otros trabajos, no ajustados a los tipos anteriores, que correspondan a la oferta plasmada en las guías docentes propuestas por la coordinación del Máster, aprobadas por la Comisión Académica de Máster y la Junta de Centro, o a la iniciativa de los propios estudiantes, siempre que cuente en este último caso con la respectiva autorización del órgano encargado de aprobarlo, en este caso la Comisión Académica de Máster de la Facultad de Ciencias de la comunicación.

En dicho documento se recoge las pautas para la elaboración del TFM así como los procedimientos para su defensa y evaluación. Para este último apartado, se cuenta con una rúbrica que otorga un 60% de la calificación a la estructura y contenido del TFM y el 40% restante a la exposición y defensa. En la primera parte de la rúbrica se recoge los siguientes apartados: fundamentación teórica, metodología empleada, propuesta práctica y la



reflexión crítica del estudiante. En el segundo bloque se califica el cumplimiento de los aspectos formales de la memoria y la calidad de la defensa oral del TFM.

El Consejo de Departamento es el responsable de aprobar en cada curso académico la propuesta de líneas temáticas que se ofertan en el TFM y la composición de los tribunales evaluadores. Tras su aprobación, es la Comisión del Máster la que otorga el visto bueno a dichas propuestas y, posteriormente, se publica en la web del centro para el conocimiento público. Además de esta información, el estudiantado dispone de la siguiente documentación e información de interés en el apartado de TFM del centro (disponible [aquí](#)): calendario de Trabajo Fin de Máster, impresos, Reglamento de Trabajo Fin de Máster -modificado en [Junta de Centro](#) el 15 de diciembre de 2021-, guía docente TFM, rúbrica de evaluación, y los cauces telemáticos habilitados para la solicitud de tutor/a y la presentación de TFM.

En el apartado de solicitud del tutor/a, se accede a la oferta de tutores y líneas (se puede consultar [aquí](#)), impresos de solicitud de tutor/a así como a las resoluciones provisionales y definitivas de cada una de las convocatorias.

En el curso analizado, 2020-21 se han defendido en Málaga un total de diez TFM, estableciéndose dos tribunales para el acto de la defensa, que estuvieron conformados por profesorado del Máster. En Cádiz se ha producido una mejora en el número de defensas de TFM. Esto es debido a las acciones desarrolladas en relación al Plan de acción de mejora para aumentar el número de TFM defendidos en el curso 2020/2021 en el Máster de Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación, presentado como proyecto de innovación y mejora docente.

Por último, señalar que este título no contempla prácticas. No se incluyeron en la memoria de verificación y no se ha realizado ninguna modificación en este sentido.

En el último [Informe de Seguimiento](#) recibido por parte de la DEVA, convocatoria 2020-21, se recogen dos recomendaciones que consideran no resueltas en este criterio:

Tipo: Recomendación

Recomendación 3: Se recomienda documentar la existencia de la Comisión Académica del Máster a la que se hace referencia en las páginas de la Universidad de Cádiz y en el Convenio de colaboración educativa suscrito por ambas universidades y publicar las actas de sus reuniones o los acuerdos adoptados, así como su composición nominal.

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su despliegue:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17544>

Esta recomendación se ha cumplido. El 5/9/2019 se incorporó a la Comisión Académica del Máster la coordinadora del título en la Universidad de Cádiz. La composición de la Comisión Académica se puede consultar [aquí](#).

El acta se incluye en <https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17544>. El 15 de diciembre de 2021 se aprobó en Junta de Centro de la facultad de Ciencias de la Comunicación el [Reglamento de Comisiones Académicas de Máster](#).

Tipo: Recomendación Especial Seguimiento

Recomendación 8: Se debe completar el contenido de las guías docentes con información relevante a partir de lo establecido en la Memoria de Verificación

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17545>

Esta recomendación se considera cumplida. Las guías docentes incluyen competencias, contenidos, metodología de enseñanza, actividades previstas, sistema de evaluación y bibliografía cumplen con el desarrollo del plan de estudios. Las guías docentes de cada asignatura del título, en la Universidad de Málaga, se pueden consultar [aquí](#).

En la Universidad de Cádiz, a finales del curso 19/20 se abrió un periodo de actualización para que el profesorado actualizase, ampliase y mejorase las guías docentes de las asignaturas, invitándose al profesorado a la mejora de las guías. También está recogida la ficha docente de la asignatura Trabajo de Fin de Máster.



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

Las guías docentes del curso 20/21 están disponibles [aquí](#).

4. Profesorado

Análisis



El profesorado participante en el Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación está altamente cualificado, tanto el profesorado interno como el externo. En ambos casos, se trata de profesorado adscrito, casi en su totalidad, al área de conocimiento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, especializados en comunicación estratégica en las organizaciones, la temática del máster. Destaca el elevado número de proyectos de investigación en el que participan, siendo IP de estos proyectos, profesores/as del máster. En la misma línea, la mayoría del profesorado cuenta con sexenio vivo. Todo el profesorado, el 100%, es doctor/a.

	Curso 2018/2019	Curso 2019/2020	Curso 2020/2021
Catedráticos/as de Universidad	3	3	4
Titulares de Universidad	5	5	7
Contratados/as Doctores	4	4	6
Ayudante Doctor	1	1	
Colaborado/a	1	1	1
Total	14	14	18

El profesorado se ha incrementado en los últimos años, permanece quienes vienen impartiendo docencia y se han sumado cuatro profesores. En el curso 2020/2021, 11 de los 18 profesores/as (61,11%) son funcionarios (catedráticos/as o titulares), 6 son Contratados/as Doctores y 1 es Colaborador/a.

El profesorado del máster sumaba en 2019/2020 un total de 30 sexenios (10 vivos) y en 2020/2021 son 32 los sexenios reconocidos (9 vivos). En cuanto a los quinquenios, en 2019/2021, un profesor tenía 2, dos profesores tenían 3, tres profesores tenían 4 y dos profesores tenían 6. En 2020/2021 aumenta ligeramente y un profesor tiene 2, dos profesores tienen 3, dos profesores tienen 4, dos profesores tienen 5 y dos profesores tienen 6.

En el caso del profesorado que imparte el máster en la Universidad de Cádiz (coincide tan solo en algunos casos) es igualmente cualificado. Los datos de evolución del personal académico en Cádiz atienden a los cambios de planificación académica que se están llevando a cabo en el máster, apostando por dar más peso al profesorado del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. La tendencia es contar con menos profesorado externo a mencionada universidad.



Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	1	-	-
Catedrático de Escuela Universitaria	-	-	-
Profesor Titular de Universidad	4	4	2
Profesor Titular de Escuela Universitaria	-	-	-
Profesor Contratado Doctor	1	1	2
Profesor Colaborador	-	-	-
Profesor Ayudante Doctor	5	4	5
Profesor Ayudante	-	-	-
Profesor Asociado	1	1	1
Profesor Visitante	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	1	-	3
TOTAL	13	10	13

Destaca el elevado número de proyectos de investigación nacionales y autonómicos en los que son Investigadores Principales profesorado del máster en los tres últimos años. Concretamente:

- **CSO2016-79357-R.- Lobby y Comunicación en España. Análisis de las estrategias de comunicación Ministerio de Economía y Competitividad. Programa Estatal de I+D+i**
- **PID2020-118584RB-100.- Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Programa Estatal de I+D+i**
- **UMA18-FEDERJA-148.- La reputación de las organizaciones en una sociedad digital. Elaboración de una Plataforma Inteligente para la Localización, Identificación y Clasificación de Influenciadores en los Medios Sociales Digitales**
- **UMA20-FEDERJA-027.- Comunicación y grupos de interés en Andalucía. Estrategias de comunicación para la participación ciudadana en sociedades inclusivas**
- **P18-RT-3243.- Observatorio de los gabinetes de comunicación**
- **UMA20-FEDERJA-004.- La participación ciudadana en Andalucía a través de canales digitales: estudio de la adaptación a la ley de participación ciudadana y propuestas de mejora**



- PRY223/17.- La comunicación de los bienes patrimoniales para desarrollo económico-social de Andalucía
- FEM2017-83302-C3-2-P.- Prodsaje juvenil en las redes sociales y manifestaciones de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia.

Por otro lado, también destaca que más del 50% del profesorado del máster en la UMA realizara cursos de formación en 2018/2019. Sin embargo, esa cifra ha disminuido en los años siguientes. La incidencia del COVID y reajustes realizados en el Plan de Formación del PDI pueden ser la causa de ello.

Existe una gran involucración en los proyectos de innovación educativa de los profesores del máster en los últimos tres años. Se mencionan los principales:

- Implementación de mejoras en las competencias y prácticas profesionales en el ámbito de la comunicación. Una propuesta interuniversitaria
- Metodología y herramientas para la acción tutorial en Grado y Posgrado
- Aplicación de la gamificación a asignaturas del grado de Publicidad y Relaciones Públicas
- Implementación de la innovación abierta en entornos educativos para la docencia bilingüe
- Potenciación del emprendimiento como competencia transversal para la empleabilidad y la creación de empresas para universitarios y generación de espacio de buenas prácticas internacionales para el diseño de programas de educación al emprendimiento
- Inteligencias múltiples en la enseñanza universitaria en Comunicación
- Los derechos humanos en la docencia y la investigación: un enfoque transversal en la Universidad de Málaga
- Profesionalización de las actividades audiovisuales en el aula: Vinculación de Comutopía RTV (radio y televisión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación) con las prácticas curriculares y una red de televisiones y radios locales del entorno.

Por otro lado, destaca la participación en el máster de docentes externos, referentes en la materia que imparten. Asimismo, el máster cuenta con profesionales de reconocido prestigio que aportan una perspectiva más práctica a la docencia.

En cuanto al profesorado externo que imparte docencia en el máster, se trata de investigadores de reconocido prestigio, especializados en la temática que imparten. Concretamente, se trata de:

- Jordi Xifra Triadú, Catedrático de Universidad. Universidad Pompeu Fabra. 4 quinquenios y 3 sexenios. <https://orcid.org/0000-0001-7942-628X>
- Paul Capriotti Peri, Profesor Titular de Universidad. Universidad Rovira y Virgili, 4 quinquenios y 3 sexenios. <https://orcid.org/0000-0002-9398-5886>
- Pedro Hellin Ortuño. Profesor Titular de Universidad. Universidad de Murcia. 3 quinquenios y 2 sexenios. <https://orcid.org/0000-0002-1331-5103>
- Marina Ramos Serrano. Profesora Titular de Universidad. Universidad de Sevilla. 3 quinquenios y 2 sexenios. <https://orcid.org/0000-0001-6871-9239>
- Ángeles Moreno Fernández. Profesora Titular de Universidad. Universidad Rey Juan Carlos. 3 quinquenios y 3 sexenios. <https://orcid.org/0000-0002-0777-2957>
- Cristina Aced. Toledano, Profesora colaboradora. Universidad Oberta de Catalunya. 1 sexenio. <https://orcid.org/0000-0002-2732-5708>

En cuanto a la capacitación del profesorado del máster en la Universidad de Cádiz destaca por su participación en proyectos de innovación y mejora docente (70%) así como en la alta calificación



(“excelente”) obtenida en el programa Docentia (83,33%), estando muy por encima de los resultados de la facultad.

INDICADOR (TÍTULO)	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	57,14%	61,54%	50%
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	42,86%	61,54%	70%
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	50%	46,15%	60%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores en la evaluación de la actividad docente.	71,4%	83,33%	83,33%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores en la evaluación de la actividad docente.	28,6%	16,67%	16,67%

En relación al procedimiento de evaluación de la actividad docente del profesorado, en sesión ordinaria de [28 de mayo de 2021 del Consejo de Gobierno](#) de la Universidad de Málaga se acuerda aprobar el Programa “DOCENTIA-UMA”, procedimiento para la evaluación de la actividad docente del profesorado de la Universidad de Málaga. Posteriormente se ha verificado por la DEVA.

Se trata de un procedimiento de evaluación de la actividad docente único para todo el profesorado universitario con una relación contractual y docencia recogida en el Plan de Ordenación Docente (POD). Por tanto, su alcance es universal, y tendrá carácter obligatorio, si bien la implantación se hará de forma progresiva teniendo en cuenta los recursos humanos y materiales disponibles. La Universidad de Málaga llevará a cabo una planificación anual en la que se establecerá el nivel de participación por Departamentos/Centros.

Actualmente sigue vigente el [procedimiento transitorio](#) de evaluación de la actividad docente del profesorado.

Sin embargo, en este tiempo de transición tan solo el 15% del profesorado del máster en la UMA ha solicitado la evaluación de su actividad docente. En todos los casos, la evaluación es de Excelente. El hecho de que solo se pueda pedir cada 5 años incluye en este bajo porcentaje. Como propuesta de mejora se plantea incentivar al profesorado, que no cuenta con la actual evaluación, para que la solicite.



Como se observa en la última tabla, en el caso de la Universidad de Cádiz, el porcentaje es mayor y el 60% del profesorado del máster ha participado en programas de evaluación de la actividad docente.

En el último [Informe de Seguimiento](#) recibido por parte de la DEVA, convocatoria 2020-21, se recoge una recomendación que consideran no resuelta en este criterio:

Recomendación 4: Se recomienda establecer mecanismos que garanticen la coordinación del profesorado.

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?d=27&rid=17546>

Se han llevado a cabo acciones de mejora en la coordinación del profesorado, tanto en la Universidad de Málaga como en la Universidad de Cádiz, pero aún no se han cumplido en su totalidad esta recomendación. Para facilitar la coordinación del profesorado de la UMA, atendiendo a la Recomendación 4 del Informe de Seguimiento 2020/2021, se ha creado una página en el Campus Virtual, en la que se puede facilitar información y estar en contacto con el profesorado (avisos, mensajes, etc.) y realizar reuniones por videollamada (en el plan de mejora se incluyen evidencias).

En relación a la coordinación del profesorado, desde el máster en la Universidad de Cádiz, además de correos electrónicos por parte de la coordinadora a todo el profesorado sobre cualquier cuestión de interés, se realiza una reunión informativa inicial a principios de curso (EVIDENCIA 2, EVIDENCIA 3, EVIDENCIA 4) y se invita al profesorado la sesión de defensa del TFM (EVIDENCIA 5). También se ha creado un PIE

Queda por instaurar dos encuentros al año (uno en primavera, antes de la planificación del curso siguiente, y otro en otoño, antes del comienzo del curso académico) con el profesorado del máster de la Universidad de Málaga y de la Universidad de Cádiz. Esta mejora se espera que sea una realidad en los próximos meses (en primavera).

Las evidencias se pueden consultar en [la ficha del plan de mejora](#).



5. Infraestructuras, servicios y dotación de recursos

Análisis

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, ubicada en el Campus de Teatinos, da cabida a los Grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas (1.800 alumnos/as en total), y a las siguientes enseñanzas de posgrado: Máster en Investigación en Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa; Máster en Creación Audiovisual y Artes Escénicas y Máster en Investigación en Dirección Estratégica y Gestión de la Comunicación, donde se forma a un total aproximado de 100 estudiantes por curso, una media de 20, en el caso del título objeto de esta valoración.

El centro dispone de 19 aulas, que suman aproximadamente 600 metros cuadrados, con capacidad diferenciada para cada grupo y necesidades técnicas. Todas cuentan con ordenador, cañón de proyección y conexión a Internet de banda ancha. La reserva se efectúa mediante la aplicación Reserva de aula.

La Facultad cuenta con [laboratorios y talleres multimedia y un servicio de préstamo](#) de equipos audiovisuales para grabaciones en formato HD sobre tarjeta SD y otros sobre cinta mini DV o DVcam. Todos los equipos se complementan con trípode, baterías, cargador, fuente de alimentación y micrófono dinámico. Igualmente, el centro tiene varias cabinas de edición, en concreto tres salas de edición sobre plataforma PC, para editar videos con el programa Adobe Premiere 2.0; y 12 salas en entorno Apple de 27" para editar vídeos con Adobe Premiere y Final CutExpress. También cuenta con varios magnetoscopios de diversos formatos para captura y repicado.

Se dispone de un Aula-Plató, un espacio polivalente compuesto de un estudio de radio con 10 micrófonos y mesa de mezclas con capacidad para realizar diversas producciones sonoras. Un plató de televisión con tres cámaras, equipamiento de iluminación, fondo croma-key, microfonía, estudio de realización televisiva con mesa de mezclas de video, unidades de control de cámara, videoservidores con reproductores y grabadores virtuales y reproducción de escaletas automáticas, reproductores y grabadores DVcam-DV, mesa de mezclas de audio, generador de grafismo e intercoms. Para mostrar, en directo, todas las operaciones en los estudios disponemos de un proyector de vídeo y cámara dedicada. Este espacio está dedicado a la docencia.

Se dispone además de otro Plató, ubicado en el sótano del edificio, que es un espacio para la realización televisiva, de tres sets con parrilla de iluminación, con una cadena de tres cámaras con un control de realización y sonido independientes. La facultad cuenta también con un estudio fotográfico con cámaras, fondos e iluminación. Este espacio está destinado a las prácticas de realización de magazines, informativos y otros programas, así como de sesiones de fotografía.

Además de todo lo anterior, el centro dispone de:

- Un Laboratorio de sonido que consta de dos estudios: uno de radio y otro de grabación de sonido; estos cuentan con el equipamiento técnico necesario de microfonía y software de grabación y postproducción en Pro Tools. En ellos se realizan prácticas reales de locución, doblaje en y postproducción, así como realización de programas informativos, magazines y documentales.
- Un Aula-Estudio de Radio con 11 micrófonos, 30 puestos y equipamiento profesional para la producción y emisión radiofónica.
- Un laboratorio de fotografía con dos espacios: Laboratorio Químico de fotografía: con 12 puestos de ampliación en blanco y negro tanto de negativos universales como de formato medio; y un Laboratorio Digital que dispone de 28 ordenadores iMac dispuestos en red, dos escáner de negativos, tabletas digitalizadoras. También cuenta con cámaras fotoquímicas y digitales para su uso en clase.
- Cinco Laboratorios de Redacción, Diseño e Imagen que se encuentran en la planta sótano, con acceso desde la puerta posterior del edificio. Son espacios especialmente acondicionados para trabajos de maquetación, redacción y diseño gráfico, artístico o editorial. Cada laboratorio cuenta con una cabina que la divide donde se sitúa el personal técnico. Así pues, son cuatro salas, con una capacidad de 30



puestos de trabajo cada una con ordenadores Apple iMac y el software necesario para la realización de las prácticas impartidas en este laboratorio. Cuentan con escáner A4, cañón de video y megafonía.

- Además de los espacios en el edificio principal del centro, tenemos disponible en el Aulario anexo un aula con 70 puestos de ordenador i-MAC, cañón y pantalla interactiva. Además, contamos con un Seminario para grupos de 15 personas equipado con cañón, ordenador y conexión a internet, para sesiones en grupos pequeños.

Son las asignaturas con desarrollo de competencias prácticas o aplicadas las que preferentemente utilizan aulas con equipamiento informático. En el caso del máster, se imparten en el Aula 3 todas las materias, salvo *Comunicación y minorías*, *Políticas de comunicación y espacio público en la UE* y *Comunicación para la acción social*, cuyo profesorado ha elegido otras aulas.

Además, se cuenta con otras infraestructuras compartidas por toda la Universidad de Málaga y dependientes del Servicio de Enseñanza Virtual y Laboratorios Tecnológicos. De hecho, la columna vertebral de las asignaturas es el Campus Virtual. La totalidad de las asignaturas del Título estuvieron alojadas en dicha plataforma en los últimos cursos académicos, y además se dispone de una Sala de Coordinación del profesorado y una Sala de Estudiantes, accesible en <https://cccom.cv.uma.es/course/view.php?id=2890>, por cursos académicos que sirven de plataforma de comunicación interna para la relación con los diferentes grupos de interés.

Asimismo, el centro dispone de nuevo equipamiento científico-técnico y nuevas herramientas informáticas especializadas para el trabajo docente y la investigación en comunicación, especialmente en el análisis y el estudio sobre los discursos mediáticos, en las redes sociales y en el sector audiovisual, centrados en la investigación sobre la violencia de género en la redes sociales, en las producciones y prácticas discursivas realizados en ellas (produsage), que resultan fundamentales por su importancia en la construcción identitaria y en las pautas de sociabilidad de este grupo.

Valoración de la adecuación del personal de administración y servicios y del personal de apoyo, en su caso

Dadas las particularidades y las exigencias de nuestros estudios de grado y posgrado, el personal docente se complementa con un personal técnico cualificado que atiende las necesidades y especificidades de cada uno de los espacios y de su equipamiento. La plantilla la conforman nueve técnicos/as especialistas en medios audiovisuales para las tareas de:

- Sonido: aula de radio, estudio de grabación, estudio de radio.
- Producción y realización en Plató TV y fotografía.
- Realización: Aula plató.
- Edición en 16 cabinas .
- Redacción, Diseño e Imagen en 5 laboratorios y aulas 2 y 3 del Aulario.
- Préstamo fotográfico y laboratorio químico de fotografía.

Las características de los espacios pueden consultarse en <https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/37743/laboratorios-cccom/>. El personal técnico atiende solicitudes en la dirección de correo tecnicoscccom@uma.es, y mediante un procedimiento de préstamo que tiene tres objetivos básicos: asegurar el buen uso, la adecuación a las exigencias académicas y prever una distribución equitativa entre las asignaturas más demandantes, descrito en <https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/75589/procedimiento-de-prestamo-de-material-de-practicas-y-laboratorios/>, que se formaliza mediante el documento de autorización y responsabilidad sobre el buen uso del material.

La valoración del personal técnico se mide mediante encuestas de satisfacción donde se estima la atención, disponibilidad y celeridad, así como el asesoramiento técnico imprescindible en nuestros estudios.



Respecto al equipamiento para la docencia, se ha procedido a la renovación de una cámara, software, hardware, de las condiciones generales de los laboratorios, se ha adquirido un fotómetro, se ha mejorado la iluminación [del Aula Magna](#) y su equalización, se han renovado proyectores led en aulas, se han realizado mejoras en el estudio de grabación, se ha unido la sala de préstamos del laboratorio con el RDI 5, y se ha adquirido un servidor de emisión K2 en el Aula Plató, gracias al proyecto de infraestructuras antes mencionado.

La orientación académica se desarrolla a través del contacto con la coordinación y con el profesorado mediante sesiones presenciales al inicio del curso, la interlocución personal y mediante correo electrónico. También se organiza una sesión inaugural de bienvenida donde se presenta el título al alumnado, se identifica a la coordinación y al profesorado y se presentan los recursos (web de la Facultad, campus virtual, etc.).

La orientación profesional la ejerce el Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Málaga, que actúa como un punto de encuentro entre la universidad y el tejido empresarial mediante prácticas en empresas, ofertas de empleo, apoyo a emprendedores y orientación profesional, que se canalizan a través del portal Factor-e y la web Link By UMA-Atech.

Además, se cuenta con la actividad del [Instituto Andaluz de Investigación en Comunicación y Cultura \(INACOM\)](#), que nace con vocación de potenciar la sinergia entre centros de enseñanza e investigación en comunicación con instituciones y empresas; y de colaborar a articular las distintas actividades de creación y difusión de los bienes simbólicos con las infraestructuras telemáticas. El INACOM, centro de excelencia, interdisciplinar e interuniversitario, dedicado al estudio de la comunicación social, integra al profesorado que imparte docencia en el Grado y posgrado y dará apoyo a las vocaciones investigadoras en ciernes a partir de los equipos, proyectos e investigadores/as consolidados. Esta iniciativa se inserta plenamente en los objetivos generales del PAIDI, tanto en la promoción de la ciencia de excelencia y de calidad (Obj.1) como en la orientación del I+D+I hacia los retos sociales andaluces: hacia “sociedades inclusivas, innovadoras y reflexivas” para una “economía y sociedad digital” (Obj. 3) y con el “estímulo al intercambio con el Espacio Iberoamericano de Conocimiento y con el Norte de África” (Obj.3) y en “el impulso de la Economía del Conocimiento” (Obj. 4).

Durante el último año y medio se han renovado el Laboratorio Aula Plató y el Laboratorio Plató de Televisión y Fotografía, para su actualización a Alta Definición, por un valor de 150 mil euros. En concreto se han adquirido tres cadenas de cámara HD, cada una de ellas con los siguientes componentes: Cuerpo de cámara HD con adaptador de fibra híbrida SMPTE311, una unidad de control de cámara Panel remoto de control de cámara, un visor de estudio LCD en color de 7” Adaptador de montaje en trípode Lente HD 20x 8.5, un mando remoto semiservo Microcascos binaurales para intercom, una manguera híbrida SMPTE311 de 25 metros. Para el sistema de realización: un mezclador HD 1 M/E de 9 entradas, un monitor de 75” para monitorado multiventana Soporte de pared para monitor de 75”, un generador de caracteres HD, dos embebedores de audio analógico para señal vídeo HD-SDI Tres distribuidores vídeo HD-SDI de 6 salidas, dos distribuidores vídeo HD-SDI de 4 salidas.

Además se han actualizado y adquirido también, equipamiento auxiliar: Un panel remoto tipo X-Y, un panel remoto tipo single bus Dos monitores LCD HD de 43”, una base de suelo con ruedas tipo apuntador para monitor 43” Una base de suelo con ruedas para monitor 43”, tres conversores HD-SDI a HDMI, un monitor HD 17” con funcionalidades de WFM/VEC Dos parejas de monitores HD 7”, un proyector de vídeo HD y pantalla panorámica, el sistema de emisión en streaming con cámara robotizada, la ampliación del emparrillado de iluminación, ciclorama y fondo de cromakey, equipamiento Laboratorio Plató de Televisión y Fotografía: un mezclador HD 1 M/E de 9 entradas, un monitor de 43” para monitoreado multiventana Soporte de pared para monitor de 43”, dos embebedores de audio analógico para señal vídeo HD-SDI y un distribuidor vídeo HD-SDI de 6 salidas

El alumnado del título está satisfecho, en general, con la infraestructura y los servicios del centro en la UMA, valorando con una media de 4,20 en los últimos años las instalaciones y por encima de un 3,5 sobre 5 los servicios. En la misma línea se pronuncian los docentes, que califican con un 3,54 las instalaciones de la facultad. En relación con la satisfacción de los grupos de interés con los recursos materiales e infraestructuras del título, en la UCA la satisfacción de los estudiantes del título es muy positiva (4,11), por encima de la media



del centro (3,56), del mismo modo que la satisfacción del profesorado arroja un valor muy positivo (4,5), por encima de la media de la facultad (4,22).

En el caso de la administración y secretaría de la UMA, conviene resaltar, la actualización de la información pública en los últimos años, con un objetivo claro, la digitalización de la mayoría de los procedimientos para facilitar al profesorado y al alumnado todas estas tareas, destacando la puesta en marcha del gestor de peticiones y secretaría virtual gracias a las facilidades que ofrece Microsoft Teams. Pero también, con el ánimo de facilitar el aprendizaje en el manejo de todos estos procesos, se han realizado una serie de [vídeos tutoriales](#), que se pueden encontrar en la web de la secretaría del Centro. Destaca también en este punto la tabla resumen de calendario con los temas más relevantes para el alumnado.

Respecto al servicio de Servicio de Información, Conserjería y Atención al Usuario (SICAU), cabe resaltar su labor en informar a las personas usuarias, el soporte a la docencia, la investigación y los servicios, la custodia y control de llaves y dispositivos de acceso de las instalaciones; la supervisión de la conservación de las infraestructuras; la supervisión de las tareas encomendadas a las empresas externas para la realización de determinados servicios contratados por la Universidad de Málaga, el control y registro de residuos en el Sistema de Gestión Ambiental, la gestión de la correspondencia del Centro y la recepción y custodia de los objetos perdidos en el Centro. Con la finalidad de la devolución a su propietario. Este servicio también [está bien valorado por el alumnado y el profesorado](#)

Por otro lado, con motivo de la Declaración del Estado de Alarma en marzo de 2020, y el consecuente cambio de la docencia presencial a no presencial, tanto la Universidad de Málaga como la de Cádiz acometieron una serie de actuaciones dirigidas a dar soporte a todo lo que aquel cambio conllevó. En este sentido, destaca la ampliación del número de instancias del sistema de videoconferencias (BigBlueButton, Meet y Microsoft Teams, principalmente), que permitieron el teletrabajo, mantener reuniones online e impartir docencia. Cabe señalar que en el curso académico 20/21, tanto en la UMA como en la UCA, se instalaron cámaras en todas las aulas de docencia para impartir la docencia semipresencial.

En el último [Informe de Seguimiento](#) recibido por parte de la DEVA, convocatoria 2020-21, se recogen tres recomendaciones que consideran no resueltas en este criterio:

Tipo: Recomendación Especial Seguimiento

Recomendación 9: Se debe constatar que el nivel de idiomas de los alumnos extranjeros requerido en los requisitos de acceso, se acredita con un certificado que cumpla con los criterios establecidos en el Marco Común Europeo de Referencias para las Lenguas (MCERL).

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17549>

Este requisito ya se ha cumplido, ya que a los [requisitos de acceso](#) se suma que los estudiantes no castellanoparlantes acrediten un C1 de español (acreditado por organismos competentes). En 2020, se realizó una [Modificación](#) (20/02/2020), incorporándose la exigencia de nivel de idioma castellano C1 en acceso y admisión de estudiantes. Se adjunta como evidencia el documento del Modifica.

Tipo: Recomendación

Recomendación 16: Se recomienda definir el plan de orientación y acción tutorial académica y profesional destinada al estudiantado de este título.

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17547>

Esta recomendación se considera cumplida. En la Universidad de Málaga, el Plan de Acción Tutorial del título está recogido en la web del máster. Se puede consultar [aquí](#). Como puede observarse, existe un plan de acogida desde el comienzo del curso por parte del centro ([Acto de bienvenida](#)) y de la coordinación del máster. Se adjuntan los horarios como evidencia de este acto de bienvenida en la ficha del plan de mejora. En la Universidad de Cádiz, existe un plan de acción tutorial orientado a ofrecer al alumnado información académica en la sesión inaugural (en la ficha del plan de mejora se adjunta evidencia: evidencia 6), así como acompañamiento a todo el grupo, y de forma personalizada, por parte de la coordinadora a lo largo del curso académico para resolver dudas y cuestiones sobre el máster y los procedimientos en torno al mismo. En la UCA,



en cuanto al grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica, la satisfacción (4) crece en relación con los datos de cursos anteriores.

En cuanto a la orientación profesional, se explica más detenidamente a continuación, en la recomendación 17.

Tipo: Recomendación

Recomendación 17: Se recomienda desarrollar acciones específicas de orientación académica y profesional para el estudiantado del Máster que complementen las desarrolladas con carácter general para el conjunto del alumnado de la Universidad de Málaga y la Universidad de Cádiz.

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17548&filter=1>

Esta recomendación se considera cumplida. En la Universidad de Málaga, se está realizando una sesión de orientación profesional para el estudiantado de máster. El curso pasado, el 17 de marzo de 2021, compartieron estas experiencias con el alumnado [Antonio Peñafiel, Velasco](#), Director de Empleabilidad y Emprendimiento en Universidad de Málaga, Juan Carlos Urbano, responsable de [La Farola](#), de Movistar y Ana Rodríguez, de <https://demium.com/>. La cita quedó recogida en [horarios](#). Se adjuntan los horarios como evidencia en la ficha del plan de mejora.. La valoración del alumnado a la orientación profesional ha sido elevada: 4,72 sobre 5, superando los datos de años anteriores.

En el caso de la Universidad de Cádiz, en la web se publicó la [Guía de Orientación al alumnado](#). En cuanto al indicador sobre la satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional, éste muestra asimismo un valor positivo (4,8), superando en gran medida los resultados de cursos anteriores. En este sentido, cabe señalar que el Máster desde el curso dispone, en colaboración con el Vicerrectorado de Docencia y Formación, la Dirección General de Universidad y Empresa, y la Unidad de Prácticas en Empresa y Empleo de la UCA, de un Plan Integral de Formación para el Empleo (PIFE) consiste en un conjunto de actuaciones con el objetivo de facilitar a los alumnos la asimilación de sus objetivos profesionales. Este pone a disposición del alumnado los servicios que ofrece la Unidad de Prácticas en Empresa y Empleo de la Dirección General de Universidad y Empresa de la Universidad de Cádiz, de forma coordinada, con el fin último de mejorar y desarrollar la empleabilidad de los estudiantes. El centro en 2020 diseñó y aprobó su [plan de orientación profesional](#) para establecer las directrices y objetivos del de la facultad en cuanto a esta materia, donde se indican las acciones llevadas a cabo en el máster. De forma específica dentro del máster, se han llevado a cabo la presentación de la Centro de Promoción de Empleo y Prácticas, así como una charla informativa sobre la realización de prácticas extracurriculares (en la ficha del plan de mejora se incluye evidencia 8). Del mismo modo, se celebró una sesión de presentación de organizaciones para la propuesta de TFM de carácter aplicado. Se atiende, por tanto, a las recomendaciones 16 y 17 del último informe de seguimiento de la DEVA. Por otra parte, el decanato de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación colaboró de nuevo como patrocinador en el [IV Branding Day](#) organizado por SER Empresarios (Cadena SER), un evento sobre [comunicación, marketing y emprendimiento](#).

Asimismo, en el máster se ofrece, tanto en Málaga como en Cádiz, desde el curso 2018/2019 una sesión informativa por parte de responsables del Doctorado Interuniversitario en Comunicación (en la ficha del plan de mejora se incluye evidencia 7), teniendo lugar la del curso 20/21 el 9 de febrero de 2021.

6. Resultado e Indicadores

Análisis

Según establece el proceso estratégico [PE03. Medición, análisis y mejora](#) del Sistema de Garantía de la Calidad, los títulos oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Málaga deben hacer un análisis de los resultados de cada curso académico. Este análisis se recoge en la Memoria de Resultados del título, dónde además de analizar los resultados del título, se hace un análisis de los planes de mejora existentes y, en su caso, se definen nuevos planes de mejora. Los resultados de los [Indicadores del SGC](#) se publican en el [Observatorio General de la](#)



[Universidad](#) y en la página web del título se recoge una tabla con los principales resultados, así como el enlace al Observatorio general para ampliar información.

En el listado de evidencias se pueden consultar las Memorias de Resultados del Título, del Centro y los planes de mejora.

A nivel de Centro se elabora una Memoria de Resultados del Centro, donde se realiza un análisis del despliegue del SGC, de los resultados, de las líneas estratégicas, de los planes de mejora y en su caso se establecen nuevos planes de mejora.

En el Observatorio General de Universidad de Málaga se puede comprobar que la tasa de rendimiento de máster ha sido de 81,95% en el curso 2018/2019, de 82,91% en 2019/2020 y de 82,64% en 2020/2021. Por su parte, a pesar de la pandemia, la tasa de éxito ha crecido y se situó en el 97,56 % en el curso 2018/2019, en el 98,97 % en 2019/2020 y en el 98,35% en 2020/2021.

En cuanto a la tasa de eficiencia (créditos necesarios/créditos matriculados), se ha ido incrementando, pasando de un 91,88 % en 2018/2019 a un 95% en 2020/2021. La tasa de eficiencia (rendimiento de los graduados) ha sido del 92,12% en el curso 2018/2019 y de 93,56% en el 2020/2021. También sube ligeramente la tasa de evaluación, que pasa del 83,99 en 2018/2019 al 84,03% en 2020/2021.

Apenas se dispone de datos de la tasa de graduación de los últimos años. El dato más reciente corresponde a 2018/2019, cuando fue de 76,47%. En cuanto al número de egresados, se ha producido un descenso, quizá motivado por la pandemia y también por la decisión de estudiantes extranjeros de posponer el final de su estancia en España. Concretamente, en 2018/2019 se graduaron 32 estudiantes, en 2019/2020 fueron 23 y en 2020/2021, 20.

INDICADOR (Máster)	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título	190%	100%	90%
ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título	100%	130%	100%
ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título	190%	280%	190%
ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título	66,67%	72,22%	55,56%
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento	84,68%	82,56%	90,5%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito	97,92%	100%	100%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)	86,49%	82,56%	90,5%



ISGC-P04-04: Tasa de abandono	0%	0%	10%
ISGC-P04-05: Tasa de graduación	60%	38,46%	70%
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia	95,89%	96,77%	92,4%

En cuanto a la Universidad de Cádiz, la tasa de adecuación de la titulación desciende (90%) con respecto al curso precedente (100%). Pese a su descenso, se puede afirmar que la tendencia en el medio plazo es positiva si se revisa la serie histórica. En cuanto a la tasa de ocupación, esta desciende ligeramente y se ajusta al número de plazas ofertadas mientras que la tasa de preferencia presenta un valor que sigue siendo muy positivo (190%) aunque menor que el del curso previo que fue muy alto (280%), por encima de los valores del centro (109,79% y de la universidad (145,56%), lo que indica que se trata de un Máster que mantiene su demanda entre el alumnado.

En el curso 2020/21 ha aumentado respecto a cursos anteriores las tasas de rendimiento y la tasa de presentados. La tasa de graduación ha aumentado más de un 30% respecto al curso 2019-2020, rompiéndose la dinámica que se seguía hasta ahora.

Los datos generales del máster no difieren demasiado de las evaluaciones de otros títulos de contenido similar en universidades públicas y privadas (Universidad Complutense de Madrid, Universitat Oberta de Catalunya, Universidad de Salamanca, Universidad Rey Juan Carlos, entre otras).

En cuanto al grado de satisfacción, el estudiantado valora positivamente el título en términos generales. De este modo, valoran al profesorado que imparte docencia con un 5 sobre 5 en 2019/2020 y un 4,67 en 2020/2021. Valoran la adecuación de la planificación docente a la guía docente y el sistema de evaluación con puntuaciones por encima del 4,5. También se muestra satisfacción ante el trabajo desempeñado por el PAS, especialmente de Consejería y Biblioteca.

El estudiantado se muestra satisfecho con la coordinación horizontal (5 en 2019/2020 y 4,33 en 2020/2021) y la coordinación vertical (5 en 2019/2020), así como valoran positivamente la información facilitada en la web del título (un 4,67 sobre 5).

Se ha producido una mejora en la evaluación que hacen a las actividades de orientación profesional, que ha pasado de un 3,3 en 2018/2019 a un 4,72 en 2020/2021. En esta mejora ha debido influir la organización de una sesión informativa sobre empleo y orientación profesional, celebrada el 17/03/2021 (ver [horarios 2020/2021](#)).

Siguiendo la recomendación 19 del Informe de Seguimiento 2020/2021, se han llevado a cabo focus group con los egresados. Los resultados confirman la satisfacción del estudiantado. La mayoría considera que existe coordinación entre los profesores, que las asignaturas se complementan unas con otras y rara vez los contenidos se solapan. En esa misma línea, elogian el componente práctico de algunas de ellas y la visita de



docentes y profesionales externos. En la recomendación 19 se adjunta breve informe de resultado del focus group.

Tanto la tasa de rendimiento como la de éxito del Trabajo Fin de Máster se han visto afectadas en el periodo 2020-21, si bien es preciso señalar que era previsible en una situación tan excepcional como la que acontece por la pandemia. En primera instancia, la tasa de rendimiento en el periodo 2020-2021, se ha visto reducida ligeramente al situarse en 47,62% frente al 50% del curso anterior, periodo que ya adoleció de una bajada de siete puntos respecto al 2018-19. Además, también se ve reducida la tasa de éxito, que en el periodo analizado desciende un 10% respecto al curso anterior y un 6,97% si lo comparamos con el 2018-19.

Por otra parte, el porcentaje de “no presentados” registró un leve descenso, al representar un 47,62% del total frente al 50% del curso 2019-20, aunque no se alcanza el dato de 2018-19 que se situó en 42,86%. Ahora bien, estos datos deben ser valorados y contextualizados en la situación de pandemia que vivimos y, aunque somos conscientes de la necesidad de reducción de este dato, se evidencia el esfuerzo realizado para fomentar la presentación de TFM cuyos índices no se han visto especialmente perjudicados.

En las notas de los TFM, se han producido variaciones en los datos analizados, pues el curso 2020-21 registra una presencia más repartida de las calificaciones. De hecho, se reduce el número de sobresalientes, que representa el 11,9% frente al 30,43% del curso 2019-20, y que se acerca al dato registrado en el curso 2018-19 con 12,5%. En cuanto a las matrículas de honor, suponen un aumento relevante frente al curso previo que no registró ninguna y un incremento de 6,3% respecto al 2018-19. En el cómputo de notables, se observa un leve aumento al registrarse un 16,67% del total mientras que en el periodo 2019-20 supuso el 15,22% y el 33,93% en el periodo 2018-19.

En el porcentaje de aprobados, la cifra se ve aumentada en el año de análisis con un 11,9% frente al 4,35% y 8,93% de 2019-20 y 2018-19, respectivamente. Cabe indicar, que en el periodo que nos ocupa, un 5% de los TFM han recibido la calificación de “suspense”, registro que no aparecía en los dos cursos anteriores. Los datos indicados han afectado a la nota media del TFM del título que se sitúa en 7.39 frente al 8.15 del curso anterior y el 7.42 del curso 2018-19.

En cuanto a la Universidad de Cádiz, se han llevado a cabo diversas acciones (recogidas en la Recomendación 18) que han permitido alcanzar un 70% en la tasa de graduación en el curso 2020/2021.

En el último [Informe de Seguimiento](#) recibido por parte de la DEVA, convocatoria 2020-21, se recogen dos recomendaciones que consideran no resueltas en este criterio:

Recomendación 19: Se recomienda realizar un análisis de la satisfacción de los implicados (principalmente egresados y empleadores) mediante los procedimientos descritos en el SGC o con información recabada por otros medios (grupos de discusión) si el número de cuestionarios recogidos en las encuestas es insuficiente.

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17551>

Para cumplir esta recomendación y poder obtener más información sobre la evaluación que el estudiantado hace del máster, que complementa las encuestas realizadas, se han llevado a cabo focus group con los egresados del máster de la Universidad de Málaga y la Universidad de Cádiz. El focus group se convocó para el 29 de septiembre de 2021. Los resultados confirman la satisfacción del estudiantado. La mayoría considera que existe coordinación entre los profesores, que las asignaturas se complementan unas con otras y rara vez los contenidos se solapan. En esa misma línea, elogian el componente práctico de algunas de ellas y la visita de docentes y profesionales externos. Se adjunta breve informe de resultados del focus group.

Recomendación 20: Se deben adoptar medidas para aumentar la tasa de graduación en el Máster en la Universidad de Cádiz y alcanzar el valor de referencia establecido en la Memoria de Verificación.

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17552>

Se considera cumplida. La UCA ha llevado a cabo una serie de acciones que han permitido elevar la tasa de graduación al 70%:



1. Durante el curso 2019/2020 se puso de relieve que era necesaria la coordinación del profesorado para trabajar transversalmente en todas las asignaturas las competencias necesarias para el desarrollo del TFM, y su implicación, para acompañar al alumnado en este proceso. Por ello, en la reunión de coordinación de principios de curso se traslada esta información al profesorado. Reunión virtual. 28 de septiembre 2020. (en la ficha del plan de mejora se adjunta EVIDENCIA 3)
2. Se realizó un diagnóstico de las motivaciones e inquietudes del alumnado en torno al desarrollo de un TFM de carácter aplicado o investigador. 4 de noviembre 2020.
2. Creación de un aula virtual específica de la asignatura TFM con toda la documentación relativa al proceso y defensa en el curso 2020- 2021 (en la ficha del plan de mejora se adjunta EVIDENCIA 11)
3. Contacto y reuniones con diferentes organizaciones de la provincia de Cádiz (Ateneo de Jerez; Onda Cádiz; Connatur Moringa, entre otras) y unidades y servicios de la Universidad de Cádiz (Unidad de Divulgación Científica- Ucc+i; Vicerrectorado de Internacionalización; Servicio de Atención Psicológica – SAP-), además de que se establece colaboración con la plataforma Impact4Change, que conecta a organizaciones con estudiantes de TFG y TFM para impulsar sus proyectos de impacto social y medioambiental. Mes de octubre 2020.
4. Sesión virtual de presentaciones de organizaciones (9) al alumnado en la que se presentan y hacen propuestas de temas/necesidades. 16-20.30 h. 9 de noviembre de 2020.
5. Sesión de defensa de proyectos de TFM. Se establece discusión tras cada presentación y feedback por parte del profesorado del departamento de marketing y comunicación del máster. Acuden 7 profesores y 10 alumnos y alumnas. Reunión virtual. 16-20.30 h. 28 de enero de 2021 (en la ficha del plan de mejora se adjunta EVIDENCIA 12).

6. El máster es co-organizador del evento Impact4Change, semi- presencial y gratuito, que pretende visibilizar el papel clave de los y las universitarias para impulsar el Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030. 25 Septiembre 2021. <https://impact4change.live>

En este Informe aparece la siguiente recomendación del Criterio 6. Resultados del programa:

Recomendación 18: Se recomienda analizar las razones del elevado número de estudiantes no presentados al TFM y diseñar acciones específicas de mejora que permitan disminuir esta incidencia.

Esta recomendación se atiende en la siguiente ficha de plan de mejora, donde se justifica su cumplimiento:

<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&rid=17550>

Esta recomendación se considera cumplida. En la Universidad de Cádiz, en relación a la tasa de graduación en el curso 20/21, ha alcanzado su máximo respecto a cursos anteriores: 70%. Lo que confirma que ha aumentado en gran medida el número de estudiantes que defendió y aprobó el TFM durante el curso 20/21. Esto es consecuencia de un plan de mejora que abarca varias acciones. En junio de 2020, se envía un cuestionario (en la ficha del plan de mejora se adjunta EVIDENCIA 9 y EVIDENCIA 10) al alumnado del máster para analizar las razones del elevado número de estudiantes que no se presentan al TFM. Los resultados más destacados señalan: el alumnado que se matricula en el máster no tiene formación en investigación ni experiencia previa en trabajos de investigación; además de que mayormente está interesado en la aplicación de los contenidos del máster al ámbito profesional y no en el desarrollo de una carrera investigadora. Por tanto, se estima oportuno ofrecerles herramientas y oportunidades para que puedan implementar TFM de carácter profesionalizador y aplicado.

Asimismo, para que se cumpliera esta recomendación, en la Universidad de Cádiz, se llevaron a cabo:

1. Durante el curso 2019/2020 se puso de relieve que era necesaria la coordinación del profesorado para trabajar transversalmente en todas las asignaturas las competencias necesarias para el desarrollo del TFM, y su implicación, para acompañar al alumnado en este proceso. Por ello, en la reunión de coordinación de principios de curso se traslada esta información al profesorado. Reunión virtual. 28 de septiembre 2020. (en la ficha del plan de mejora se adjunta EVIDENCIA 3)
2. Se realizó un diagnóstico de las motivaciones e inquietudes del alumnado en torno al desarrollo de un TFM de carácter aplicado o investigador. 4 de noviembre 2020.
2. Creación de un aula virtual específica de la asignatura TFM con toda la documentación relativa al proceso y defensa en el curso 2020- 2021 (en la ficha del plan de mejora se adjunta EVIDENCIA 11)
3. Contacto y reuniones con diferentes organizaciones de la provincia de Cádiz (Ateneo de Jerez; Onda Cádiz; Connatur Moringa, entre otras) y unidades y servicios de la Universidad de Cádiz (Unidad de Divulgación Científica- Ucc+i; Vicerrectorado de Internacionalización; Servicio de Atención Psicológica – SAP-), además de



que se establece colaboración con la plataforma Impact4Change, que conecta a organizaciones con estudiantes de TFG y TFM para impulsar sus proyectos de impacto social y medioambiental. Mes de octubre 2020.

4. Sesión virtual de presentaciones de organizaciones (9) al alumnado en la que se presentan y hacen propuestas de temas/necesidades. 16-20.30 h. 9 de noviembre de 2020.

5. Sesión de defensa de proyectos de TFM. Se establece discusión tras cada presentación y feedback por parte del profesorado del departamento de marketing y comunicación del máster. Acuden 7 profesores y 10 alumnos y alumnas. Reunión virtual. 16-20.30 h. 28 de enero de 2021 (en la ficha del plan de mejora se adjunta EVIDENCIA 12).

6. El máster es co-organizador del evento Impact4Change, semi-presencial y gratuito, que pretende visibilizar el papel clave de los y las universitarias para impulsar el Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030. 25 Septiembre 2021. <https://impact4change.live>

Por último, aunque las cifras en Málaga han sido mejores que en Cádiz en los últimos años, para conocer las causas por las que el estudiantado no defiende su TFM, se está estableciendo en la Universidad de Málaga una ficha del plan de mejora, consistente en realizar un [cuestionario](#) al alumnado.



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

ANEXO. EVIDENCIAS E INDICADORES

<https://drive.google.com/file/d/1zSrkoJ9amqm8h2wXg2GVI2gLUjnHfy75/view?usp=sharing>