



AVISO IMPORTANTE: Para cada título se incluye como evidencia la MEMORIA ACTUALIZADA.

INSTRUCCIONES ACCESO A LAS EVIDENCIAS EN LOGROS

a. Plataforma LOGROS.

LOGROS es aplicación de gestión del Sistema de Garantía de Calidad de los títulos oficiales de la Universidad de Sevilla.

Como evaluador vd. tendrá acceso a la pestaña Autoinforme Global a modo lectura donde se encuentran depositadas todas las evidencias que hemos creído necesario aportar.

Dentro de dicha pestaña, a la izquierda, como cabecera de filas se encontrará todas las titulaciones que concurren a esta convocatoria y como cabecera de columnas los 7 CRITERIOS de evaluación. Dentro de cada CRITERIO en el margen inferior se encuentran relacionadas todas las evidencias incluidas, siguiendo la numeración que para cada criterio establece la Agencia Andaluza del Conocimiento.

b. Acceso a LOGROS

-<https://logros.us.es>

Usuario: evalogros@us.es

Contraseña: ACreditacion2015

Ante cualquier problema o duda, puede ponerse en contacto con nosotros mediante

logros@us.es

o llamando al teléfono 954 55 61 48/ 954 55 61 49

Sevilla, 23/02/2014

Vicerrectorado de Ordenación Académica



AUTOINFORME GLOBAL DE ACREDITACIÓN DE TÍTULOS

Datos de Identificación del Título

Universidad de Sevilla	
M.U. en Comunicación Institucional y Política (RD.1393/07)	
Curso académico de implantación	11/12
Web del Centro/Escuela de Posgrado	http://fcom.us.es
Web de la Titulación	http://www.us.es/estudios/master/master_M114
Convocatoria de renovación de acreditación	2014/15
Centro o Centros donde se imparte	Facultad de Comunicación

I. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE.

Criterio 1: El título proporciona la información pública suficiente y relevante de cara al estudiante y a la sociedad.

ANÁLISIS

Difusión Web y otras acciones de difusión y publicidad del título

El Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política, al ser oficial, publica toda la información de forma electrónica a través del portal de la Universidad de Sevilla, en la dirección http://www.us.es/estudios/master/master_M114. En esta página se detalla tanto información general relativa a la normativa de másteres oficiales como datos referidos específicamente al título: objetivos, competencias, salidas profesionales y académicas, sistema de garantía de calidad, estructura modular del título...

Por otro lado, la página web de la Facultad de Comunicación (www.fcom.us.es) dispone de una pestaña accesible desde el menú principal denominada "Oferta de postgrado". Bajo ese marbete se encuentra la subpestaña "Másteres oficiales", que recoge información específica de los cuatro títulos oficiales ofertados por el centro y que contiene los siguientes datos: objetivos formativos y competencias, número de plazas ofertadas, titulaciones que dan acceso, créditos, horarios... Toda información ofrecida en la página web del centro a través de enlaces con la Universidad de Sevilla se actualiza de forma automática cuando se introduce cualquier cambio o modificación en la información contenida en la página web matriz. La web de la Facultad de Comunicación también dispone de un apartado de "novedades" que recoge la información práctica de interés de última hora relativa a modificaciones sobrevenidas.

La información relativa al Máster también se difunde por los espacios físicos habilitados para este fin (tablones de anuncios distribuidos en lugares comunes de gran afluencia de estudiantes y circuito interno de

monitores).

Otro de los mecanismos de difusión de este máster es el folleto informativo, disponible en la web (<http://webapps.us.es/fichape/Doc/folletocomutoriainstipoli.pdf>), que contiene la siguiente información: objetivos, criterios de admisión y selección de estudiantes, perfil de ingreso prioritario, estructura modular y descripción del contenido, becas...

Entre las acciones de difusión y publicidad del título, puede citarse asimismo la organización de charlas de orientación informativa sobre la oferta de postgrado dirigidas a alumnos del último curso de los diferentes grados impartidos en el centro así como a los estudiantes recién egresados. Así, el 13 de enero de 2014 tuvo lugar la I Jornada "PROYECTOS DE FIN DE GRADO Y BUENAS PRÁCTICAS", que contenía una mesa redonda que bajo el tema "Del grado al máster" acogió las intervenciones de Manuel Ángel Vázquez Medel, Coordinador del Doctorado Interuniversitario en Comunicación, Miguel Nieto Nuño, coordinador del Máster "Escritura creativa", Juan Luis Manfredi Mayoral, coordinador del Máster "Comunicación Institucional y Política", Rafael González Galiana, coordinador del Máster "Comunicación y Cultura" y Luis Navarrete, coordinador del Máster "Guión, narrativa y creatividad audiovisual". La mesa estuvo moderada por M^a Mar Ramírez Alvarado, vicedecana de Postgrado. El interés que tuvo es que era la primera vez que se reunían todos los coordinadores en una mesa de debate. Fue un evento realmente rico y contó con el apoyo de los estudiantes, que obtuvieron información contrastada en esa sesión de las opciones y posibilidades que ofrecen los estudios en Comunicación una vez concluido el grado. No solo se recibieron preguntas de los asistentes sino que se hicieron y respondieron preguntas entre los propios miembros de la mesa. El mismo año tuvo lugar asimismo un acto promocional en la Facultad de Comunicación (el 26 de junio de 2014), que congregó a un número considerable de alumnos. El acto consistió en la presentación de la oferta oficial de postgrado de la Facultad (Másteres oficiales y Programa de Doctorado), entre los cuales se difundió el Máster en Comunicación Institucional y Política.

En el contexto de las acciones de difusión y publicidad del título debe tenerse también en cuenta el Gabinete de Comunicación de la Facultad de Comunicación, creado el 8 de octubre de 2007. La iniciativa pretende contribuir a la difusión de todos aquellos asuntos de relevancia que tengan lugar en nuestro centro y que sean de interés para la comunidad universitaria. El Gabinete se coordina desde el Vicedecanato de Comunicación y Relaciones Institucionales (Telf.: 954556213. Correo electrónico: gabifcom@us.es) y difunde la información a través de los siguientes canales: listas de distribución internas del centro (alumnos, PDI y PAS), página web de la Facultad de Comunicación (pestaña "actualidad"), Twitter (@gabifcom) y Facebook.

Tipo de informes disponibles, normativas y reglamentos

En la web de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (fcom.us.es), los alumnos del máster oficial, y los potencialmente interesados en ingresar en el mismo, pueden encontrar una pestaña específica sobre Oferta de posgrado. Esta pestaña virtual da acceso a información general sobre los másteres oficiales que se imparten en la Facultad: qué es un máster oficial y los motivos por los que debe estudiarse en nuestro centro. Además, dispone de entradas específicas para el Máster en Comunicación Institucional y Política. En este caso se especifican los objetivos formativos y competencias que se adquieren, las titulaciones que dan acceso al título, el número de créditos y número de plazas ofertadas por el máster, así como la información sobre el coordinador/a del mismo. También está disponible un apartado con la planificación temporal (horarios) del máster.

Asimismo, en la web de la Facultad los alumnos de máster oficial también disponen de documentación e información de interés en la pestaña Secretaría. De manera más específica:

- Información sobre plazos y procedimientos de matrícula.
- Información detallada sobre horarios y medios de atención al estudiante y personal responsable de dicha atención.

- Información, normativa e impresos sobre convalidaciones, adaptaciones, traslados, reconocimientos de créditos, certificaciones académicas, comprobaciones de expedientes, expedición y remisión de títulos, etc.
- Información específica (Másteres alumnos extranjeros) para los alumnos extranjeros que cursan másteres que solicitan certificación de estudios de posgrado.
- Información específica (Trabajo fin de máster), con los impresos necesarios para dicha actividad de máster oficial.
- Acceso mediante el apartado Normativa a toda la normativa actualizada que regula la actividad académica de la Universidad de Sevilla:
 - normativa general: Ley Orgánica 4/2007, Ley Orgánica 6/2001, Ley Andaluza de Universidades.
 - normativa académica: de admisión a títulos, de ordenación de enseñanzas universitarias oficiales, y de homologación y convalidación de títulos y estudios.
 - normativa propia: entre otras, el Estatuto de la Universidad de Sevilla y sus normas de desarrollo; los Reglamentos Generales de la Universidad de Sevilla: de Estudiantes, de Actividades Docentes, de Investigación, etc.; normativa de matrícula (Estudios de Grado y Máster Universitario 2014-15), donde el estudiante de máster dispone de un detallado documento; normativa de exámenes, evaluaciones y calificaciones, etc.
- Un apartado de Preguntas frecuentes, donde el estudiante puede encontrar respuesta a las cuestiones más habitualmente planteadas al servicio de Secretaría de la Facultad.

Finalmente, también en la web del centro los alumnos de máster oficial disponen de un enlace directo a la web de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación, donde pueden encontrar información y documentos de interés para su formación como estudiantes e investigadores:

- Formación en investigación.
- Adquisiciones, préstamos y reservas bibliográficas.
- Reserva de salas de estudio e investigación en la propia biblioteca.
- Un apartado específico de acceso a trabajos fin de máster disponibles.
- Un manual de comunicación para investigadores.
- Tutoriales.
- Normativa, etc.

Mecanismos de actualización de la información relativa a: calendarios, guías docentes, organización docente, actividades formativas, prácticas, horarios, listado de centros de prácticas,...

A principios de cada año académico el coordinador del Máster elabora el calendario y lo remite a los profesores con un plazo para revisión corrección de posibles errores. En torno al 15 de Septiembre el calendario definitivo (que incluye el horario de las clases regulares, las Master Classes, los Seminarios, las visitas y otras actividades formativas previstas) se remite al Vicerrectorado de Postgrado, al Decanato de la Facultad de Comunicación y a los Departamentos con docencia en el Máster para su publicación en las webs informativas correspondientes.

Las guías docentes y los programas de los distintos Módulos se corrigen o actualizan antes de que empiece el curso, tras una reunión de profesores convocada para evitar solapamientos de contenidos y mejorar la coherencia de los contenidos que se ofrecen a los alumnos. Los cambios se introducen en ALGIDUS antes de que empiecen las clases.

Un vez cerrada la matrícula, los alumnos matriculados reciben por correo electrónico el calendario anual de actividades y el horario de clases, así como materiales útiles para el curso (bibliografía recomendada, web con recursos relacionados con las materias del curso, etc...).

En el contexto de la Facultad de Comunicación, desde el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado, y la Unidad Administrativa de Ordenación Académica (con una administrativa dedicada en exclusividad y tiempo completo) se preparan los horarios, calendarios, fechas de exámenes y otras pruebas de evaluación. El procedimiento general para la actualización de la información relativa a los calendarios

lectivos, los horarios, y todos los datos relacionados con los profesores se ofrece en la página web de la Facultad de Comunicación y en la de la Universidad de Sevilla. La administrativa de Ordenación Académica se ocupa de actualizar los contenidos en los tabloneros de anuncios y en la página web de la Facultad.

Los horarios, una vez aprobados en Junta de Gobierno del Centro, se publican en el apartado correspondiente a los Estudios de Posgrado/Másteres Oficiales, en el link <http://fcom.us.es/masters/master-comunicacion-institucional>. El Plan de Estudio y las Guías Docentes se publican en la página web de la Universidad de Sevilla: http://www.us.es/estudios/master/master_M114?p=7. Los datos relativos a los profesores se encuentran en la web de la Facultad de Comunicación: <http://fcom.us.es/directorio>. Por otro lado, los tabloneros de anuncios del Máster, situados físicamente en la planta cuarta de la Facultad, recogen toda la información actualizada.

Desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes (con un administrativo dedicado en exclusividad y tiempo parcial) se preparan las diferentes convocatorias. A comienzos del curso académico, antes de comenzar con dichas convocatorias, se realizaron las siguientes acciones:

1. Charlas informativas masivas sobre la gestión de prácticas. En la primera semana de octubre tuvieron lugar 2 charlas informativas que se dieron cita en el Salón de Actos de la Facultad de Comunicación. La primera de ellas tenía como destinatarios los alumnos de Grado y Licenciatura (último curso académico con alumnos de Licenciatura); la segunda iba dirigida exclusivamente a los alumnos de todos los Másteres de la Facultad de Comunicación que incluyen, en su programa, prácticas en empresas (Comunicación Institucional y Política, Comunicación y Cultura y Guión, Narrativa y Creatividad Audiovisual).
2. Charlas informativas concretas sobre la gestión de prácticas. Una vez comenzado el curso escolar de los Másteres, el día 4 de noviembre de 2013 (se repitió en febrero) la Vicedecana de Prácticas en Empresas y Estudiantes concertó una cita con los alumnos del Máster de Comunicación Institucional y Política para explicar, durante una hora, la gestión de prácticas, así como comentar la normativa de prácticas (general de la Universidad de Sevilla y específica de la Facultad de Comunicación) y solventar las posibles dudas que pudieran darse en relación a este máster específico.

En total, para este Máster, se realizaron las siguientes sesiones:

- 1 informativa genérica: primera semana de octubre.
- 2 informativas específicas: 4 de noviembre de 2013 y 5 de febrero de 2014.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. El Máster tiene una notable demanda de alumnos de otras Universidades españolas (Santiago de Compostela, Murcia, Rioja, Extremadura) y extranjeras (de Ecuador, Jordania, México y Brasil) y proyecta una imagen positiva que se ha traducido, por ejemplo, en que haya sido seleccionado por la Embajada de los Estados Unidos para que el embajador Costos se reúna con nuestros alumnos en una sesión destinada a conocer de primera mano la opinión de jóvenes españoles sobre las relaciones de Estados Unidos y Europa y otros temas de actualidad como el terrorismo internacional, la crisis económica o el desempleo. La sesión tuvo lugar el 17 de Octubre de 2014 en la sala de juntas de la Facultad de Comunicación y se desarrolló íntegramente en inglés durante algo más de dos horas.

Este año se han dado los primeros pasos para convertir el Máster en una doble titulación con Florida International University, cuyo director de Programas Internacionales estuvo en Noviembre en Sevilla para avanzar criterios a tener en cuenta en el convenio. Con este mismo propósito, un miembro de la Comisión Académica del Master estuvo en Miami en Diciembre y en estos primeros meses de 2015 haremos un ensayo de intercambio de profesores, gracias a una ayuda de 4.000 euros concedida por la Universidad. El Máster ha recibido también otros 4.000 euros para su integración en la plataforma virtual de Postgrado, en la que estarán disponibles los materiales y recursos de nuestro programa académico.

2. El diseño y facilidad de acceso de la página Web de la Facultad de Comunicación (para la búsqueda de la información básica del Máster) y del Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo.
3. Desde el Vicedecanato de Ordenación se procede a recordar y ayudar a los profesores en la elaboración de Guías Docentes de las asignaturas del Máster. Asimismo, desde el Vicedecanato de Ordenación Académica se trabaja conjuntamente con los Departamentos, en especial con los Secretarios de los mismos, para la supervisión de las Guías Docentes de las asignaturas.
4. Desde el Vicedecanato de Ordenación se controla la asistencia a clase de los profesores del Máster.
5. Desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresa y Estudiantes se trabaja conjuntamente con el Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo, con el Departamentos de Periodismo II (responsable de este Máster) y con la secretaría del centro. Hay que destacar asimismo la constante comunicación entre el Director del Máster de Comunicación Institucional y Política, Juan Luis Manfredi Mayoral y el Vicedecanato de Prácticas en Empresas.
6. La predisposición y trabajo de la profesora tutora de prácticas en este máster, Concha Pérez Curiel.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. Carencia de páginas web exclusivas para este título de Máster. Al respecto consta la posibilidad de crear una página web del Máster que permita ampliar la información y actualizar los cambios que se van produciendo durante el curso. Estamos trabajando en una web propia, concebida como complementaria de la oficial y de la plataforma, así como punto de encuentro de profesores, alumnos y exalumnos. Su puesta en marcha se hará antes de que acabe el presente curso y su primera actividad será la de proponer la constitución de una Asociación Profesional de la Comunicación Política a partir de los egresados del Máster.
2. Necesidad de mejorar la difusión internacional de estos títulos a través de los convenios suscritos con universidades extranjeras. Ya tenemos alumnos de otras Universidades españolas (Murcia, Extremadura, Santiago de Compostela, Rioja, Complutense) y extranjeras (México, Ecuador, Jordania, China, Venezuela) y se han puesto en contacto Universidades de México, Argentina y Ecuador para desarrollar una doble titulación a partir de este Máster, pero nos proponemos (con la nueva web) un papel más activo en la captación del interés de Universidades de Iberoamérica, de Europa y del Magreb./
3. La posibilidad de crear una página web específica de prácticas, que se encuentra en construcción en estos momentos.

II. INFORMACIÓN RELATIVA A LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE LA CALIDAD Y DE SU CONTRIBUCIÓN AL TÍTULO

Criterio 2: El título posee un Sistema de Garantía de Calidad (SGC) determinado e implementado con los mecanismos necesarios para obtener la información sobre el desarrollo de la implantación del título y orientado a la mejora continua.

ANÁLISIS

Breve reseña de aspectos significativos, decisiones y cambios en la aplicación del SGC.

En el curso 2014 -2015 se ha impulsado notablemente la promoción internacional del Máster y mejorado la información facilitada a los alumnos sobre las líneas de investigación y temáticas que ofrecen los profesores para la realización de los Trabajos de Fin de Máster (TFMs). También se ha centralizado en el Vicedecanato de Prácticas de la Facultad de Comunicación la convocatoria de las mismas, y animado a los alumnos a promover convenios con instituciones de su interés, como Ayuntamientos, Diputaciones, Parlamentos autonómicos y ONG's.

Hemos conseguido que se publiquen en tiempo y forma los programas de las asignaturas y los proyectos docentes, e iniciado la captación del interés de los profesores en el uso de la plataforma virtual.

Al inicio del curso se celebra una reunión de los profesores del Máster para evitar solapamientos de programas y duplicidades en contenidos, así como para fijar criterios de evaluación de trabajos y TFMs. A veces los alumnos se quejaban de repeticiones de contenidos que con esta sencilla medida ya no se dan.

También hemos participado en algún tímido intento de coordinación entre los Másteres que ofrece la Facultad de Comunicación, pero sin grandes resultados porque abordan temáticas muy diferentes y se dirigen a públicos también muy distintos.

Grado de cumplimiento en el despliegue e implantación de todos los procedimientos incluidos en la Memoria de Verificación.

Todos los procedimientos incluidos en la Memoria se han cumplido en alto grado, si bien con las debilidades propias de todo inicio, que requerirán de más tiempo para alcanzar el grado de cumplimiento requerido.

Contribución y utilidad de la información del SGC a la mejora del título.

De forma anual se han llevado a cabo en el Centro distintas sesiones de trabajo en la aplicación LOGROS dirigidas a los miembros de las de la CGCST y de las Subcomisiones de Calidad organizadas por el Decanato e impartidas por la Unidad de Calidad de la US.

En el website de la Universidad de Sevilla existe una página (http://www.us.es/estudios/master/master_M114?p=6) con información de interés sobre el Sistema de Garantía de Calidad del Título. Entre otros elementos, presenta datos sobre la tasa de rendimiento, así como enlaces a las memorias anuales de los cursos 2011-2012 y 2012-2013, o Información sobre el procedimiento para realizar sugerencias y reclamaciones. Asimismo, en la página web del título en el site de la Facultad de Comunicación se incluye un enlace general a la Oficina de Gestión de la Calidad de la Universidad de Sevilla.

En cuanto a los recursos que proporcionan información sobre la calidad del título, puede citarse asimismo un mecanismo de difusión y accesibilidad para favorecer el intercambio de opiniones y sugerencias relativo al Máster: el buzón de quejas, accesible a través del menú principal de la web de la Facultad de Comunicación (EXPON@US). A través de esta herramienta se recogen todas aquellas cuestiones referentes al título que no funcionan o son susceptibles de mejora.

Valoración de la dinámica de funcionamiento de la Comisión de Garantía Interna de la Calidad y cambios significativos.

En el año 2012 la Universidad de Sevilla puso en marcha una herramienta de trabajo llamada LOGROS desarrollada para respaldar el proceso de seguimiento de títulos oficiales de la propia Universidad, así como para dar apoyo a la acreditación de los nuevos títulos. El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio), contempla la necesidad de evaluar anualmente la calidad de grados y másteres.

La puesta en marcha de los protocolos de actuación relativos al análisis de calidad en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla supuso un cambio importante en la gestión del Centro. Este cambio tuvo que ver con la importante reestructuración que sufrió el equipo decanal de la Facultad de Comunicación con la finalidad de responder a las necesidades derivadas del análisis de la calidad de los títulos oficiales del Centro y también del crecimiento y características específicas de los estudios de Postgrado.

De tal manera, se creó un nuevo Vicedecanato de Calidad y Postgrado con el objetivo de coordinar las acciones y demandas de este ámbito. Dicho Vicedecano quedó constituido con la toma de posesión de la Vicedecana de entonces en el año 2012. Este Vicedecanato ha brindado apoyo constante a todas las acciones de calidad y, asimismo, ha velado por el funcionamiento y coordinación de los trabajos en la aplicación Logros de la US.

El seguimiento de calidad en las titulaciones oficiales de la Facultad de Comunicación supuso:

- El establecimiento de una Comisión de Calidad y Seguimiento de los Títulos propios del Centro. Dicha comisión ha estado integrada por el Decano, Vicedecana de Calidad y Postgrado, Directores de los Departamentos, Coordinadores de los Másteres Oficiales, miembros del Personal de Administración y Servicios y representantes de Alumnos de la Facultad de Comunicación. En abril de 2014 se produjo un cambio en el Decanato de la Facultad de Comunicación de forma tal que actualmente el Vicedecanato a cambio su nombre al de Calidad, Postgrado e Investigación, llevando a cabo las mismas funciones.
- El establecimiento de siete subcomisiones de trabajo (una por cada uno de los títulos de Grado y Máster que se imparten en la Facultad). En este sentido se creó una Subcomisión de Calidad para el Máster en Comunicación Institucional y Política presidida por su coordinador, con implicación de los sectores reflejados en la CGCST.

Los análisis de la calidad para el seguimiento del Máster en Comunicación Institucional y Política a través de la Plataforma Logros han supuesto la cumplimentación cada curso académico de tres documentos de trabajo por cada título: un informe anual, un plan de mejora y un repertorio de buenas prácticas.

En cuanto al primero de estos documentos, los informes anuales, la Subcomisión del Máster ha trabajado de forma independiente sobre la base de la información de calidad incluida en Logros, en total once procedimientos con sus respectivos indicadores. La mayoría de estos indicadores son aportados por la Universidad de Sevilla a través de su Unidad Técnica de Calidad. Algunos otros han sido responsabilidad del Centro, como los programas y proyectos docentes de asignaturas adecuados a la normativa de aplicación., los recursos de apelación contra las calificaciones obtenidas interpuestos por los estudiantes del título, los conflictos resueltos por las comisiones de docencia del centro y de los departamentos, los puestos de ordenadores, de biblioteca y en sala de estudios.

En los informes anuales del Máster se han ido definiendo propuestas de actuación y acciones de mejora orientadas a la eliminación o reducción, a través de acciones específicas, de la diferencia detectada entre una situación real y una situación deseada.

Una vez efectuados los informes anuales se procedió al desarrollo de los planes de mejora, en los cuales se

definen acciones y responsables para alcanzar los objetivos que se definen en primer término. Finalmente se ha establecido un catálogo de buenas prácticas y, asimismo, es posible proponer las modificaciones en los Planes de Estudio que se consideren oportunas.

Los informes anuales preparados por la Subcomisión de Calidad del Máster en Comunicación Institucional y Política fueron aprobados en primer término por la CSGCT de Centro. Posteriormente los planes de mejores fueron debatidos y aprobados para cada curso académico en Juntas de Facultad de Centro.

Disponibilidad de gestor documental o plataforma interna: valoración del uso y aplicabilidad de la misma.

A principio de curso se pidió a los profesores que aportaran materiales para su volcado en la plataforma virtual, pero la respuesta ha sido débil pese a la insistencia por parte de la Comisión Académica del Máster. No podemos, por tanto, valorar su eficacia, aunque a priori parece que será de utilidad.

El título cuenta con un plan de mejora explícito cuyo seguimiento le permite confirmar el adecuado desarrollo del título.

El título dispone de un Plan de Mejora que fija objetivos a alcanzar en cada curso académico. En el curso 2013-2014 hemos conseguido una mejor coordinación de los contenidos de las distintas materias, consolidar una oferta muy atractiva de Seminarios y Master Classes que complementan el programa general, y hacer más interesantes las prácticas, al haber entendido el Vicedecanato de Prácticas que los alumnos del Máster deben hacerlas en organismos e instituciones en las que puedan poner en práctica sus conocimientos.

Las modificaciones para la mejora del título surgen del análisis y las revisiones llevadas a cabo desde los procedimientos del SGC.

Las recomendaciones de SGC han servido a la Comisión Académica como elemento de reflexión previo a la implementación de las mejoras descritas.

Valoración del cumplimiento de las acciones para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el informe de verificación, en los informes de modificaciones y/o en las propuestas de mejora derivadas del proceso de seguimiento.

Hemos tratado de cumplir a rajatabla las recomendaciones, con un alto porcentaje de éxito.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Este proceso de trabajo en calidad ha demostrado la capacidad de adaptación de la comunidad universitaria a los cambios de paradigmas que se están produciendo en el seno de las Universidades así como la eficacia de la acción coordinada y el esfuerzo e interés por proponer acciones de mejora.
2. Los análisis de calidad del Máster en Comunicación Institucional y Política ha supuesto el trabajo coordinado entre los Departamentos que imparten docencias en el Máster, el Decanato y las comisiones delegadas de Junta de Facultad contempladas en los Estatutos de la Universidad de Sevilla y en el Reglamento de Funcionamiento Interno de la Facultad de Comunicación.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. Los análisis de calidad ponen de relieve el incremento de trabajo burocrático, el aumento de las exigencias administrativas y la concentración de esfuerzos en largos análisis que quizá pudieran simplificarse.
2. Dificultad para incorporar alumnos de Máster a la Subcomisión de Calidad del Máster dado el carácter anual del título. Sería recomendable, en cualquier caso, fomentar la entrada de alumnos de Máster en la CGCT.

Criterio 3: El diseño de la titulación (perfil de competencias y estructura del curriculum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo de Grado/Máster.

ANÁLISIS

Breve reseña de los principales cambios y modificaciones adoptados en relación a la Memoria de Verificación y atención de las recomendaciones recibidas

Una de las recomendaciones de la AAC acerca de la Memoria de verificación del título apuntaba que debían aportarse los convenios con empresas o entidades colaboradoras para el desarrollo de las prácticas. Al respecto, reseñaremos que existe una base de datos interna donde se recogen los correos electrónicos de todas las empresas que ofertan prácticas para los alumnos del Máster de Comunicación Institucional y Política y aquellas empresas que, aunque no hayan ofertado nunca, se han interesado por nuestro programa de prácticas o por la firma de un convenio con la Universidad de Sevilla para tal fin. Gracias a esta base de datos se envía a las entidades que tienen convenio de prácticas con la Universidad un e-mail informativo. En dicho correo se comenta a las organizaciones que pueden solicitar alumnos en prácticas para un periodo de 3 meses con perfil de estudiante de Máster en Comunicación Institucional y Política. Una vez recibidas las peticiones de las empresas, estos perfiles se introducían en un programa hoy extinguido, PRACUS y, una vez comprobado que todo era correcto, se abría la convocatoria a los alumnos.

En cualquier caso, y en relación con la citada recomendación de la AAC, observaremos que la Facultad de Comunicación no tiene potestad para firmar convenios. Es el Rector quien firma los convenios, canalizada esta firma a través del Servicio de Prácticas en Empresas y Empleo. De hecho, la Facultad de Comunicación no posee ninguna copia de los convenios firmados. Estos convenios pueden verse en la página <http://servicio.us.es/spee/listado-empresas> en "Para ver el listado de empresas con convenio de prácticas externas, pulse aquí" (véase evidencia 5). En el marco de los convenios promovidos por la Facultad de Comunicación, y en concreto del Máster de Comunicación Institucional y Política, adjuntamos una imagen que ejemplifica dicha promoción (véase evidencia 6).

La AAC también realizaba una serie de recomendaciones sobre el sistema de garantía de la calidad. En este sentido, apuntaremos que, en relación con la participación de agentes externos en la Comisión Interna de Calidad del Título, en el sistema de garantía de calidad, además del PDI y el alumnado, también se cuenta con docentes externos a la Universidad de Sevilla (trabajador profesional y colaboradores) e, importantísimo, las empresas que participan como entidades colaboradoras con prácticas en sus entidades. Por otro lado, la periodista Aránzazu Román San Miguel forma parte de la Comisión de Garantía de Calidad del Título. Asimismo, el Máster se ha reunido con profesionales como Julio Cuesta y Manuel Fernández.

En cuanto a la recogida de información sobre la satisfacción de otros agentes externos implicados en el título (como los empleadores), las empresas colaboradoras rellenan un informe final sobre el alumnado. En lo relativo a tener en cuenta en el procedimiento de quejas y sugerencias a otros agentes externos implicados en el Título, desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes se procede a llamar por teléfono y a visitar a las empresas donde los alumnos realizan las prácticas para solicitarles propuestas de mejora y propuestas de mantenimiento de acciones.

En cuanto al título, el programa no ha cambiado, pero sí se ha ido actualizando: cada Módulo se revisa al final del curso y se planea cómo ponerlo al día para la siguiente edición. Hemos incrementado la formación en el manejo de herramientas 2.0 aplicadas a la Comunicación Institucional y Política, y los alumnos, en solitario y como parte de un grupo, han de elaborar trabajos presentados en los nuevos formatos para tabletas y teléfonos inteligentes. Cada año hacemos una simulación de debate político en televisión, lo que supone crear los partidos (ideario, argumentario, identidad corporativa, elección del líder, etc..) y organizar la retransmisión (escaleta, situación de las cámaras, grabación y edición, ...). La realización de este debate

puede vincularse con la recomendación recibida de la AAC en relación con la adecuación de las actividades formativas y metodología docente a las características de los diferentes módulos/materias, en tanto en cuanto el debate (en tanto que actividad formativa del título) integra distintos conocimientos y metodologías de trabajo.

Cada año se analiza el anterior y se introducen mejoras propuestas por los propios alumnos.

Avances en el desarrollo normativo, instrumentos de planificación.

La Comisión Académica se reúne cada dos semanas para evaluar el desarrollo de las actividades programadas y para ir reuniendo los datos para la posterior elaboración de los informes de calidad. Se ha establecido una rutina de trabajo muy eficaz.

Para el curso 2010-2011 la Facultad de Comunicación se dotó de una normativa específica que tenía por objeto establecer las bases y normas sobre la definición, adjudicación, presentación, calificación y tramitación administrativa de los Trabajos Fin de Máster (TFM) que se realizaren en las titulaciones de máster adscritas al Centro. Esta Normativa fue aprobada por Junta de Facultad.

Posteriormente, en mayo de 2013, la Junta de Centro de la Facultad de Comunicación aprobó una modificación de esta normativa a partir del curso 2012-2013. Este nuevo documento supuso un avance en el desarrollo normativo de algunos aspectos específicos referidos a los TFMs de la Facultad de Comunicación susceptibles a mejora. En las modificaciones propuesta trabajaron, además de la Vicedecana de Calidad y Postgrado, los coordinadores de los Másteres oficiales (incluido el Máster en Comunicación Institucional y Política).

La normativa en esta última versión quedó estructurada de la siguiente manera:

1. PROPÓSITO Y ALCANCE
2. NATURALEZA
3. TUTOR
4. ASIGNACIÓN DE TUTORES Y ADJUDICACIÓN
5. MATRÍCULA
6. ADMISIÓN A TRÁMITE, ACTO DE PRESENTACIÓN Y CALIFICACIÓN
 - a. Admisión a trámite
 - b. Nombramiento de la Comisión Evaluadora y emisión de informes
 - c. Acto de Presentación y Defensa
 - d. Calificación
 - e. Recepción del Trabajo Fin de Máster una vez evaluado
7. DEPÓSITO Y PROPIEDAD
8. RECLAMACIONES
- DISPOSICIONES ADICIONALES Y FINALES

Procesos de gestión burocrática y administrativa del título, (reconocimiento de créditos, gestión de movilidad, cursos de adaptación...).

El coordinador del Máster lleva adelante una parte importante de la gestión burocrática del Título en colaboración con la Comisión Académica y, en especial, con la Secretaría del Máster. De igual manera, el Personal de Administración y Servicio de los distintos Departamentos involucrados en la docencia cubren las labores vinculadas a la asignación de créditos en el Plan de Ordenación Académica. Desde la Secretaría del Centro se colabora activamente en todos aquellos aspectos referidos a matrícula, consultas y gestión de Trabajos de Fin de Máster (convocatorias, actas).

Desde el Decanato de la Facultad de Comunicación se recibe también apoyo en la gestión desde el Vicedecanato de Investigación, Calidad y Postgrado que, a través del Instituto de Ciencias de la Educación organiza cursos en los cuales puede participar el profesorado del Máster. Esto además de la asesoría e implicación en temas de calidad y seguimiento. También desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes (que cuenta con una Vicedecana y con un miembro del PAS) se llevan adelante las cuestiones referidas a la gestión de prácticas del Máster.

Síntesis operativa y valoraciones fundamentales extraídas de los autoinformes de seguimiento, destacando cambios y su contribución a la mejora. Sería deseable no reiterar innecesariamente aspectos problemáticos graves que fueron surgiendo al comienzo de la implantación del título y que han sido corregidos adecuadamente en las sucesivas ediciones y fases del título.

Lo que más nos ha preocupado ha sido la posible descoordinación entre Departamentos y profesores que diera lugar a solapamientos o duplicidades de contenidos, como alertaba el informe del año pasado de la Comisión de Garantía de Calidad. Por eso, hemos mantenido reuniones de coordinación con los Departamentos implicados y con los profesores, así como dado instrucciones por escrito o correo electrónico para tener a tiempo los programas para su distribución a todos los profesores para su revisión y eventual corrección si se detectan conflictos entre contenidos parecidos.

Este año, por primera vez, los seminarios y otras actividades complementarias del programa principal se han organizado conjuntamente y varios Departamentos y sus profesores se han encargado de su ejecución. Creemos que así se enriquece la oferta, al acentuar su carácter interdisciplinar e interdepartamental.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. La actualización constante de contenidos y el uso docente de la actualidad, con numerosos invitados, es muy apreciada por los alumnos y nos permite que el Master sea conocido por las instituciones y organismos invitados: Oficina del Portavoz, Congreso, Senado, Parlamento de Andalucía, Parlamento de Extremadura, Cruz Roja, Cáritas, Médicos sin Fronteras, etc...

2. La preparación y desarrollo de la simulación de debate televisivo se ha revelado como una potente herramienta educativa

3. La puesta en marcha del convenio con Floria Internatioanl University abre nuevas posibilidades y muy probablemente contribuirá a mejorar los contenidos de los Módulos con las aportaciones de los profesores extranjeros.

4. Se nos ha concedido un despacho para la gestión académica del Máster, aunque aún no tiene línea telefónica.

5. Normativa de Trabajos de Fin de Máster desarrollada en el tiempo, atendiendo a las sugerencias de los coordinadores de Másteres, de Secretaría del Centro y de los propios alumnos.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. El espacio habilitado es muy justo y con pocas posibilidades para lo que no sean clases convencionales: no se podría, por ejemplo celebrar una mesa redonda. Hemos solicitado más espacio, pero somos conscientes de las dificultades de la Facultad de Comunicación en este ámbito.

2. No queremos que se debilite la conexión entre alumnos, antiguos alumnos y Máster, por lo que vamos a poner en marcha una Asociación que los aglutine.

IV. PROFESORADO

Criterio 4: El profesorado previsto para el desarrollo de la docencia en el Plan de Estudios es suficiente y adecuado en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.

ANÁLISIS

Valoración de cambios adoptados sobre la plantilla docente respecto a los datos de la Memoria de Verificación y si esos cambios han contribuido a la mejora del perfil del profesorado que imparte docencia en el título

Los cambios en la plantilla docente han sobrevenido bien por jubilación (Dra. Felicidad Loscertales Abril y Dr. Antonio Ramos Espejo), a petición del interesado (Dr. Ramón Reig García y Dra. Pastora Moreno Espinosa) o por otros compromisos académicos (Dr. Antonio Porras Nadales, Dr. Fernando Álvarez-Ossorio, Dr. Joaquín Urías Martínez, Dra. Ana Guil Bozal, Dr. Miguel Vázquez Liñán, Dra. Esperanza Gómez Corona y Dra. Miriam Rodríguez Izquierdo). Alguno de estos profesores nunca impartieron clase en el Máster, aunque fueron los nombres que nos dieron sus Departamentos para el primer curso y por eso parecen en la Memoria de Verificación.

Entendemos que los profesores que se han incorporado han mejorado el perfil del profesorado y la oferta docente. Un indicador que apunta en esta dirección es la evolución de la cualificación del profesorado del Máster, donde, por ejemplo, el porcentaje de profesores doctores implicados ha aumentado entre los cursos 2011-2012 y 2013-2014, así como el número de Catedráticos y Profesores Titulares de Universidad.

Disponibilidad de criterios de selección del profesorado y asignación de estudiantes para los TFM y TFG. Perfil del profesorado que supervisa TFM/TFG

Respetando los porcentajes de participación de los Departamentos implicados, los profesores son seleccionados por la Comisión Académica del Máster en función de su CV académico, investigador y profesional. Todos han ejercido la Comunicación Institucional y Política desde alguna o más de una de esas facetas y lo que enseñan en el Máster no tiene necesariamente que ver con su docencia en Grados o Licenciaturas. Hay que tener en cuenta asimismo que diferentes profesores del Máster (Francisco Olivares, Trinidad Núñez, Yolanda Troyano, Catalina Fuentes, Juan Luis Manfredi y Antonio Pineda) han colaborado en Proyectos de Innovación y conseguido ayudas del I y II Planes Propios de Docencia (Universidad de Sevilla).

Al inicio del curso se distribuye a los alumnos un listado de los profesores con datos sobre sus conocimientos e intereses académicos, para ayudarles a escoger tema y tutor del TFM.

Los tutores del TFM son profesores del Máster, aunque en algún caso un profesor ha cotutorizado algún trabajo con otro profesor o un profesional ajeno a la plantilla docente del Máster

La Normativa de TFM de la Facultad de Comunicación detalla, en sus apartados 3 y 4, todo lo referido al perfil de los tutores y al procedimiento y criterios de asignación de tutores y adjudicación:

“Tendrán derecho a la adjudicación de un TFM y a la asignación del correspondiente Tutor o Tutores los alumnos que estén matriculados de los créditos correspondientes al TFM y de todos los créditos pendientes para terminar sus estudios de Máster.

El Coordinador de cada Máster se encargará de tramitar internamente la asignación de tutores y TFM a los alumnos con derecho a ello en cada Curso Académico, teniendo en cuenta las preferencias del alumno por una línea de trabajo concreto y la carga docente de los posibles tutores.

La adjudicación del TFM deberá realizarse, previa solicitud del alumno al Coordinador, en el último curso del máster, si hubiera más de uno, debiendo hacerse constar el nombre del alumno o alumnos que lo llevarán a cabo, título del Trabajo, objetivos, profesores Tutores y Tutor Colaborador externo, en su caso, así como la

aceptación de estos de tutorizar dicho trabajo. La adjudicación se hará de común acuerdo entre el Tutor y el Alumno, con el visto bueno del Coordinador.

Cualquier alumno que, cumpliendo todos los requisitos de adjudicación, no viese atendido su derecho a la adjudicación de un Tutor y de un Trabajo concreto de Fin de Máster, podrá dirigirse a la Comisión Académica del Máster, la cual deberá resolver la situación en un plazo no superior a 30 días naturales.

El alumno que quiera cambiar de TFM o de Tutor, deberá renunciar primero a la adjudicación anterior mediante escrito motivado y dirigido al Coordinador del Máster. La Comisión Académica resolverá sobre la procedencia de la renuncia y designará, en su caso, un nuevo Tutor y/o línea de trabajo en el plazo máximo de 30 días naturales, previo acuerdo de las partes. La decisión anterior podrá ser recurrida ante la Comisión de Docencia del Centro mediante escrito motivado.

El Tutor que quiera renunciar a su tutoría sobre un TFM deberá dirigir escrito motivado a la Comisión Académica del Máster, quien resolverá sobre la procedencia de la renuncia y designará, en su caso, un nuevo Tutor y TFM para el alumno, en el plazo máximo de 30 días naturales, previo acuerdo de las partes. La adjudicación del TFM y Tutor tendrá una validez de dos cursos académicos, pasados los cuales deberá procederse a una nueva adjudicación o a una confirmación de la adjudicación, si no se hiciese así la asignación inicial dejaría de tener efecto”.

En cuanto al perfil del profesorado que supervisa los TFM, la normativa es clara al señalar que los TFM tendrán asignados uno o dos profesores doctores entre los que impartan docencia en el Máster correspondiente en el curso en el que se haya matriculado el alumno, que harán las funciones de Tutores del alumno, y cuya misión fundamental será fijar las especificaciones del TFM, orientar al alumno durante la realización del mismo, supervisar y garantizar que los objetivos establecidos inicialmente son alcanzados en el tiempo fijado de forma adecuada.

En el caso de que el alumno desarrolle su TFM en el contexto de convenio de intercambio o colaboración en empresas, universidades o centros de investigación ajenos al Centro donde se imparte, y siempre que mediante convenio no se haya acordado en otros términos, la otra parte del convenio habrá de asignar un Tutor Colaborador, con la titulación superior (cinco cursos o más) o titulación de máster universitario, adscrito a la empresa o Centro donde se desarrolle el trabajo, con la misión de colaborar con el Tutor en la definición y alcance del trabajo a realizar, así como supervisar y asesorar al alumno durante la realización del mismo. Cualquier decisión al respecto de esta modalidad quedará bajo el criterio del profesor Tutor y de la CAM”.

Para la evaluación de los diversos Trabajos Fin de Máster, el Centro establecerá tantas Comisiones Evaluadoras y Tribunales de Apelación como estime conveniente. Esta designación puede ser delegada en la Comisión Académica de cada Máster y/o en el coordinador del mismo con el visto bueno de la Comisión Académica del Máster, pudiendo ésta designarse, de acuerdo con el Decano, en Tribunal de Apelación para todos los TFM.

Las Comisiones Evaluadoras, así como los Tribunales de Apelación, estarán formados por, al menos, tres profesores doctores con plena capacidad docente; el de mayor categoría, dedicación y antigüedad actuará como presidente y el de menor categoría, dedicación y antigüedad como secretario.

La pertenencia a las Comisiones Evaluadoras es obligatoria para todos los profesores de los Másteres oficiales de la Facultad de Comunicación. Solo se podrá justificar la baja por cuestiones médicas, compromisos académicos previos o incompatibilidad razonada de motivos. En estos casos, las bajas deben ser convenientemente justificadas por escrito a la Comisión Académica de cada Máster.

Valoración del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones.

Desde el curso pasado, las prácticas son supervisadas por el Vicedecanato de Prácticas de la Facultad de Comunicación, aunque el Máster sigue teniendo a un responsable de prácticas que hace de intermediario o mediador entre los alumnos y el Vicedecanato, sobre todo para asegurarnos de que las entidades u organismos a los que van los alumnos son los adecuados para mejorar su formación específica en Comunicación Institucional y Política.

En cuanto al sistema de gestión de prácticas, el procedimiento es el siguiente: existe una base de datos interna donde tenemos recogidos los e-mails de todas las empresas que ofertan prácticas para nuestros alumnos del Máster de Comunicación Institucional y Política y aquellas empresas que, aunque no hayan ofertado nunca, se han interesado por nuestro programa de prácticas o por la firma de un convenio con la Universidad de Sevilla para tal fin. Gracias a esta base de datos enviamos a las entidades que tienen convenio de prácticas con la Universidad de Sevilla un mail informativo. En dicho correo comentamos a las organizaciones que pueden solicitarnos alumnos en prácticas para un periodo de 3 meses con perfil de estudiante de Máster en Comunicación Institucional y Política. Una vez recibidas las peticiones de las empresas, estos perfiles se introducían en un programa hoy extinguido, PRACUS y, una vez comprobado que todo era correcto, se abría la convocatoria a los alumnos (se les daba la información de la convocatoria a través de listas de correo electrónico, página web de la facultad –fcom.us.es/novedades-practicas-, gabinete de comunicación de la Facultad de Comunicación, a través de redes sociales –Facebook y Twitter-, a través de cartelería en el aula, informando a delegación de alumnos, al director del Máster y pasando físicamente –la Vicedecana de Prácticas en Empresas y Estudiantes- por el aula para recordar los plazos.

Una vez que los alumnos participaban, el antiguo programa Pracus (hoy sustituido por Ícaro) organizaba las peticiones de los alumnos en función de su prioridad y bajo el criterio objetivo de expediente. Se publicaba un listado provisional, al que se le dejaban dos días lectivos para reclamaciones con el fin de, con posterioridad, publicar el listado definitivo. Cuando el listado es definitivo, desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes se contacta con las organizaciones y se les facilitan los datos de los alumnos asignados. Las entidades se ponen en contacto con ellos y comienzan las prácticas. Una vez que el alumno comienza sus prácticas debe entregar, en el plazo de los diez primeros días, en el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes un documento denominado Acta de selección, que es el contrato que firman las tres partes implicadas (Universidad –a través de la Facultad de Comunicación-, alumno y entidad). Este Acta de selección es el documento que garantiza, por ejemplo, que el alumno está asegurado o que, además, todo está en regla.

Durante 2013/2014 tuvieron lugar 3 convocatorias de prácticas: noviembre, febrero y mayo.

Criterios de coordinación del programa formativo para las distintas materias y asignaturas.

El programa inicial, a partir de un plan propuesto por el coordinador, fue revisado o modificado por los Departamentos implicados hasta establecer el programa formativo vigente, que cada año se actualiza. En las semanas anteriores al inicio de cada curso se reúnen los profesores para coordinar contenidos y evitar solapamientos, repeticiones o redundancias.

Los programas de las asignaturas y proyectos docentes son colgados por los profesores en la plataforma Álgidus tal y como lo estipula la Universidad de Sevilla, lo cual facilita la coordinación de contenidos.

Atención de las recomendaciones y sugerencias sobre la plantilla docente en los Informes de Verificación, Modificación y Seguimiento. Acciones llevadas a cabo en relación a la mejora de la calidad docente del profesorado

Se han atendido las sugerencias del informe de Seguimiento en cuanto a la posibilidad de intervención de profesores de otras Universidades, aunque las limitaciones presupuestarias para este concepto haga que el experimento sea casi simbólico. Los profesores ajenos a la Universidad de Sevilla que han intervenido en el Máster lo han hecho a título personal y no como resultado de convenios con otras Universidades.

Desde la Facultad de Comunicación se han llevado a cabo en los últimos años distintos cursos para la formación del profesorado, desde el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla (véase evidencia 18.1).

FORTALEZAS Y LOGROS

1. La plantilla es excelente y así lo reconocen los alumnos, que agradecen especialmente el perfil docente/profesional de los profesores y su capacidad y disposición para introducirlos en el ámbito profesional de su interés.
2. Estamos en la fase inicial de una asociación que agrupe a los antiguos alumnos del Máster y ya hemos celebrado una primera reunión con las dos primeras promociones para establecer un escenario que posibilite la interacción entre ellos y el profesorado del Máster
3. Desarrollo de Normativa de TFM claro en cuanto a criterios de asignación de tutores y adjudicación, así como de nombramiento de las comisiones evaluadoras y funcionamiento de las mismas.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. La falta de recursos para invitar a profesores imposibilita una mejora que nos proponemos implementar: el intercambio de profesores con otros Másteres parecidos que se imparten en la Universidad Carlos III y la Autónoma de Barcelona. Queremos establecer un círculo de contactos que permitan que en cada curso haya al menos un profesor de esos otros Másteres.
En esta línea, la ayuda para el establecimiento de una doble titulación en nuestra materia con Florida International University nos va a permitir, ya este año, traer a uno o dos profesores a impartir clase en el Máster.

Criterio 5: Las infraestructuras, recursos y servicios para el normal funcionamiento del título son los adecuados para las características del título, así como los servicios de orientación e información.

ANÁLISIS

Valoración de la adecuación de la infraestructura y los recursos disponibles a las características del título.

La valoración de la adecuación de la infraestructura y recursos disponibles debe enmarcarse en el contexto general de la Facultad de Comunicación y sus servicios.

La Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla está ubicada en un moderno edificio diseñado exclusivamente para los estudios de Comunicación. Fue equipada con una serie de recursos materiales y de servicios a disposición de la docencia, para el correcto desarrollo de una educación universitaria actualizada, que abarcara todos los aspectos importantes de una buena formación en innovación, medios y comunicación. Estos medios se han organizado de acuerdo a las necesidades docentes a los distintos estudios que se imparten en el Centro. Para un mejor aprovechamiento de los espacios dividimos dos grandes áreas de infraestructuras: el espacio docente y el espacio de la práctica de los alumnos. Esta división se diseñó para que la impartición de los créditos prácticos de los programas docentes no impidiera que los alumnos pudiesen utilizar simultáneamente las instalaciones en la realización de las prácticas individuales o en grupo durante el curso. De modo que se organizaron espacios de docencia y espacios destinados a la terminación de las prácticas de alumnos.

1. El espacio docente. Lo constituyen no sólo las aulas de clases teóricas o magistrales, sino también aquellos laboratorios destinados para la impartición de clases prácticas con tecnología de medios. Son espacios más preparados para que asistan grupos amplios de alumnos. Los laboratorios tienen un diseño técnico, que si bien respetan su finalidad última que es la docencia, no por ello, pierden su ajuste a la realidad empresarial y profesional. Estos espacios docentes lo componen las aulas de teorías y las aulas de laboratorio (aulas de radio, estudio de televisión 1, aulas de edición de video, etc.).

2. El espacio de prácticas de alumnos. Son espacios destinados exclusivamente para el desarrollo de ejercicios prácticos que los alumnos pueden realizar a nivel individual o en pequeños grupos (seminarios de biblioteca o videoteca, cabinas de edición de video, cabinas de edición de audio, estudios de audio, etc.)

Todos los espacios están equipados con tecnologías y recursos que son actualizados de acuerdo a las exigencias de la docencia y a las posibilidades económicas de la Universidad. Pasamos a dar detalles de esta equipación:

a. Equipamiento de las aulas de clases teóricas con medios audiovisuales (micrófono, ordenador, videoprojector, vídeo, DVD, equipo de sonido, acceso a internet). Cuentan con dos pantallas para dos proyecciones simultáneas y una pizarra de tiza para las anotaciones que surjan en el transcurso de la clase. El mobiliario fue diseñado especialmente para el aula. Algunas de ellas cuentan con un sistema electrificado, para que el alumno pueda conectar su ordenador portátil o cualquier otro dispositivo móvil (tablets, ipads, etc.) y todas tienen acceso a internet mediante conexión wifi. Las aulas cuentan además con un sistema de climatización centralizado para crear un entorno agradable y cómodo.

b. Equipamiento de Biblioteca. La biblioteca cuenta con 372 plazas de lectura, de las cuales 33 plazas son colectivas y 56 están destinadas a trabajos en grupo. Posee 28 ordenadores de consulta pública y 37 ordenadores portátiles para préstamo, 5 lectores para ebook, 2 escáneres de uso público, una pantalla LED informativa, una máquina de autopréstamo y un sistema de préstamo de radiofrecuencia (RFID). Los

recursos de Biblioteca pueden ser clave para la realización de los Trabajos de Fin de Máster, por ejemplo.

c. Equipamiento de Videoteca. Cuenta con 19 reproductores de DVDs y una sala para proyecciones destinada exclusivamente a la docencia, dotada de un sistema HOME CINEMA Studio y 33 plazas.

d. Equipamiento de Aulas de Informática. La Facultad cuenta con 4 aulas de informática dotadas cada una de 40 ordenadores y 1 seminario de informática, con 20 ordenadores. Todos los espacios disponen de un videoprojector, una pantalla, microfonía y una pizarra de rotuladores para anotaciones durante la clase. Todos los ordenadores tienen conexión a red. Además las aulas informáticas ponen a disposición del alumno un extenso abanico de aplicaciones, entre las que destacamos, los paquetes de Adobe Master Collection, QuarkXPress, Final Cut, Express, etc.

e. Equipamiento de Medios Audiovisuales. Los medios audiovisuales del Centro se componen de 3 estudios de televisión, 10 cabinas de audio, 2 aulas de radio, 3 estudios de radio, 2 aulas de edición de video, una sala de grafismo 3D, un aula de videojuegos, una sala de duplicación de video y un laboratorio fotográfico.

Para facilitar a los alumnos tanto el visionado de materiales como la consulta de medios en el seguimiento y el complemento de la docencia, así como para el progreso de sus investigaciones, la Facultad de Comunicación pone a su disposición los siguientes servicios:

- Biblioteca
- Hemeroteca y Fototeca
- Videoteca
- Sala Home Cinema
- Seminarios
- Salón de actos y de grados.

Por su especial relevancia dentro de la docencia, desglosaremos más pormenorizadamente los recursos que ofrece la Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Sus fondos están especializados en Comunicación. Se distribuyen de la siguiente forma:

- Alrededor de 41.653 documentos (Memoria Anual 2013) (obras de referencia, manuales, monografías especializadas, folletos, tesis doctorales y un pequeño fondo de libro antiguo). La mayor parte del fondo es de libre acceso, a excepción de las revistas, folletos y libro antiguo que se encuentran en depósito. Los documentos están ordenados por CDU (Clasificación Decimal Universal) que los agrupa tomando como referencia el contenido de los mismos.

- Las suscripciones de revistas suponen un total de 338 títulos en curso, a las que hay que sumarles las revistas de las que ya no hay suscripción pero que se conservan en el fondo.

- Un fondo amplio de material audiovisual en distintos formatos, que suponen un total de 17.490 títulos, además de 800 Compact Discs de audio, entre los que destacan las bandas sonoras de películas.

- La Biblioteca cuenta con prensa en formato cd-rom, en concreto los diarios ABC de Sevilla, El País y El Mundo y suscripciones en red de El País Digital, La Vanguardia y New York Times, así como la base de datos MyNews Online y Spots TV. Además del resto de prensa que se recibe a diario en formato papel que podrán ser consultados en la Sala de lectura.

Destacan, así mismo, los recursos electrónicos al servicio del alumnado, entre los que sobresalen una guía de recursos. Esta guía especializada en Comunicación es accesible desde la página web de la Biblioteca de Comunicación. Además, la Biblioteca de la Universidad de Sevilla ofrece al alumnado las siguientes bases

de datos:

- Archivos de Prensa (El País, La Vanguardia, New York Times)
- MY NEWS ONLINE (Base de datos de noticias)
- CSIC (Bases de datos que recogen artículos publicados en revistas españolas)
- Web of Science
- SPOTS TV (Portal de anuncios publicitarios)
- REBIUN (Catálogo colectivo de la red de Bibliotecas Universitarias y Científicas Españolas)
- FRANCIS (Referencias del ámbito de las Humanidades y Ciencias Sociales)
- ABI/Inform Global (Texto completo y resúmenes de revistas del área económica)
- Aranzadi Digital (Jurisprudencia y legislación)
- Bibliografía de Literatura española desde 1980 (Base de datos de obras de autores españoles e hispanoamericanos)

Más específicamente, desde su inicio, el Máster ha tenido asignada un aula equipada con ordenadores, proyector de video y conexión a Internet, lo que resulta suficiente, aunque falta espacio porque las mesas están muy cerca unas de otras y no hay sitio para, por ejemplo, celebrar una mesa redonda o un debate.

Desde el curso 2012-2013, el Máster dispone también de un despacho compartido, equipado con ordenador, impresora y conexión a Internet, aunque sin teléfono, que parece que será instalado en el primer trimestre de 2015.

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

El personal del Decanato de la Facultad de Comunicación y del Vicedecanato de Prácticas, así como el de la Secretaría y el Servicio de Medios Audiovisuales prestan el apoyo necesario, con entusiasmo y buenos resultados.

Concretamente, la Facultad de Comunicación (además de los medios materiales) cuenta con un equipo humano organizado por servicios, cuyo trabajo garantizan el mantenimiento y el buen funcionamiento de las instalaciones y de los laboratorios de medios. Estos servicios universitarios continuamente informan de las eventualidades y de las reparaciones necesarias al Administrador del Centro y al Vicedecano de Infraestructuras durante el curso académico. Para esto, se ha dispuesto un sistema de comunicación entre el profesorado, el alumnado y nuestros técnicos de los servicios que permita a la dirección del Centro estar informada de las incidencias que puedan surgir durante el curso. Los Servicios de la Facultad, constituidos de equipos humanos bien seleccionados, se agrupan del siguiente modo:

- Servicios Audiovisuales 1 (Localizado en la Planta Baja). Poseen un coordinador y un equipo formado por 8 técnicos que se reparten en dos turnos (mañana y tarde). Su área de responsabilidad cubre el buen funcionamiento de los estudios de televisión y el mantenimiento de los equipos portátiles de iluminación, sonido e imagen (ENGs, Trípodes, etc.). Este equipo de técnicos audiovisuales 1 tiene además encomendado el mantenimiento de los equipos audiovisuales e informáticos de las Aulas de Teoría, Salón de Grados y del Salón de Actos. En estos últimos espacios además se ocupan de la realización y el registro audiovisual de los eventos académicos de la Facultad (conferencias, seminarios, actos académicos, etc.).
- Servicios Audiovisuales 2 (Localizado en la Planta Primera). Poseen un coordinador y un equipo formado por 6 técnicos que se reparten en dos turnos (mañana y tarde). Su área de responsabilidad cubre los laboratorios de sonido (estudios de radio, aulas de posproducción de video y audio, aula de videojuegos, laboratorio fotográfico, etc.). Este equipo de técnicos audiovisuales 2 tiene además encomendada la producción de los proyectos de radio que realiza la Facultad (Aula Abierta).

- Servicios de Aulas de Informática (Localizado en la Planta Segunda). Poseen un coordinador y un equipo formado por 3 técnicos que se reparten en dos turnos (mañana y tarde). El servicio está centralizado por la Universidad de Sevilla, dependiendo del Servicio de Informática y Comunicación (SIC). La Facultad de Comunicación cuenta con 4 aulas informáticas y un seminario informático, dotadas de equipos Apple y PCs. Además cuenta con aplicaciones de informática gráfica, de ofimática, de comunicación y de edición video y audio.
- Servicios de Biblioteca y Videoteca (Localizado en la Planta Primera). Poseen un coordinador y un equipo formado por 11 técnicos de bibliotecas que se reparten en dos turnos (mañana y tarde). El servicio está centralizado por la Universidad de Sevilla, dependiendo de la Biblioteca Universitaria. La Facultad de Comunicación cuenta con las siguientes prestaciones: 1) Préstamo de documentos; 2) Préstamo de portátiles; 3) Préstamo interbibliotecario; 4) Acceso a sala de trabajos en grupo; 5) Impresora-escáneres y conexión wifi; 6) Servicios de información; 7) Cursos de formación; y 8) Asesoramiento para docentes.
- Servicio de Conserjería del Centro (Localizado en la Planta Baja). Poseen un encargado de equipo de mañana, un coordinador de tarde y un equipo formado por 8 técnicos de conserjería que se reparten en dos turnos (mañana y tarde). El servicio se ocupa, respecto a la docencia, del buen funcionamiento del estado de las aulas y de su equipamiento.

Valoración de las mejoras y cambios en la infraestructura, servicios y recursos.

En general, la Facultad de Comunicación se asienta sobre un edificio moderno que tiene 14 años de vida y requiere pocas reformas. Pese a ello, las exigencias surgidas a partir de los cambios de planes de estudio han hecho necesarias algunas renovaciones y actualizaciones de su equipamiento. Teniendo en cuenta el período de restricción presupuestaria vivido en los años de implantación de los nuevos títulos, la Facultad ha desarrollado las siguientes mejoras:

- La ampliación de aulas electrificadas para que los alumnos desde su plaza puedan conectar su dispositivo portátil.
- La adquisición de nuevo software para las aulas informáticas, concretamente, más licencias de Adobe Master Collection.
- La equipación de un nuevo estudio de radio 3 con una infraestructura completa (mezclador de audio, microfonía, etc.) que incluye el mobiliario técnico.
- Aumento de las conexiones a través de los equipos wifi instalados por todo el Centro.
- La Facultad ha realizado un importante esfuerzo en el embellecimiento del interior del edificio adquiriendo obras de arte del patrimonio de la Universidad de Sevilla.
- La Biblioteca y la Videoteca han aumentado el número de títulos de obras escritas y videográficas.
- La Biblioteca ha incorporado un sistema de préstamo de radiofrecuencia (RFID).
- En el estudio de televisión (Plató 2) se ha incorporado un sistema nuevo de iluminación de bajo consumo (LED).
- En el estudio de televisión (Plató 3) se ha reconstruido toda la pintura de fondo del Chroma.
- En el estudio de televisión (Plató 1) se han realizado mejoras en los sistemas de grabación de video y en el sistema de iluminación.
- Para alumnos discapacitados, se ha instalado una rampa de acceso al estrado del Salón de Grados.
- La Facultad ha mejorado el sistema de trabajo, mobiliario e iluminación en la secretaría del centro.

En particular, cada año se ha ido mejorando la infraestructura, servicios y recursos, de manera que el Máster es más atractivo cada año, lo que se refleja en la demanda de información y las preinscripciones, cada vez mayores.

Adecuación de los servicios de orientación académica y profesional disponibles a las características del título.

Es suficiente y, a la vista de los resultados, muy eficaz. En cuanto al apartado profesional, que podemos relacionar con la realización de prácticas, desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes se trabaja conjuntamente con el Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo, con el Departamentos de Periodismo II (responsable de este Máster) y con la secretaría del centro. Específicamente, hay una constante comunicación entre el Director del Máster de Comunicación Institucional y Política, Juan Luis Manfredi Mayoral y el Vicedecanato de Prácticas. La Vicedecana de Prácticas en Empresas y Estudiantes ha informado a los alumnos del Máster de Comunicación Institucional y Política acerca de la gestión de prácticas, comentado la normativa (general de la Universidad de Sevilla y específica de la Facultad de Comunicación), y solventado las posibles dudas que pudieran darse en relación a este Máster.

Más en general, la Universidad de Sevilla creó el Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo (SPEE) en Abril de 2012 dependiente del Vicerrectorado de Transferencia Tecnológica y con el Servicio de Prácticas en Empresas y la Unidad de Orientación e Inserción Profesional como unidades dependientes del mismo. También gestiona otros programas y proyectos como el Laboratorio Ocupacional, la Agencia de colocación, la Red de Orientación Laboral (US/Uniersia), Programa Andalucía Orienta (US/Junta de Andalucía), Becas PRAEM (US/Junta de Andalucía) y Becas Santander (Banco Santander-CRUE-CEPYME).

Su objetivo es facilitar la conexión entre los estudiantes de la US, de Grado y Máster, y los recién egresados con el mundo laboral. Para ello se tramitan las prácticas en empresas e instituciones, que son una primera aproximación al mismo. También es responsabilidad del Secretariado la coordinación con los Centros de los programas de prácticas en empresas curriculares, incluidos en los Planes de Estudio de los títulos oficiales y propios de la Universidad de Sevilla. Así pues, se encarga de:

- Desarrollar un marco normativo para la gestión de las prácticas curriculares y extracurriculares de la Universidad de Sevilla y velar por el buen cumplimiento del mismo.
- Coordinar la gestión y apoyar las prácticas curriculares gestionadas por todos los Centros de la Universidad de Sevilla.
- Coordinar la gestión del programa de prácticas extracurriculares a través de sus servicios de gestión de prácticas.
- Diseñar políticas de orientación y acciones para la inserción laboral de los egresados de la Universidad de Sevilla.
- Establecer las líneas estratégicas de la Universidad en cuanto a políticas de inserción laboral de sus egresados.

En cuanto a la disponibilidad de convenios, pueden consultarse los enlaces

<http://servicio.us.es/spee/gestion-convenios>, <http://fcom.us.es/empresas> y <http://fcom.us.es/alumnos>

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Estamos bien equipados (la valoración del alumnado sobre equipamiento de las aulas ha aumentado entre los cursos 2011-2012 y 2013-2014) y no se nos ha negado ninguna mejora solicitada.
2. Los excelentes recursos y servicios de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación pueden ser una herramienta relevante para la consecución de Trabajos de Fin de Máster de calidad.
3. La Biblioteca y Videoteca de la Facultad de Comunicación, así como las salas de trabajo de las que ambos espacios disponen, constituyen espacios de enorme valor para los estudiantes de Máster.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. La disponibilidad de más espacio permitiría hacer más cosas, así que ha sido solicitado al Decanato de la Facultad de Comunicación.

2. La valoración del alumnado sobre la atención del Personal de Administración y Servicios ha descendido entre los cursos 2011-2012 y 2013-2014

VI. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Criterio 6: Las actividades de formación y de evaluación son coherentes con el perfil de formación de la titulación y las competencias del título.

ANÁLISIS

Valoración de en qué medida las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación están orientados a la consecución de las competencias y objetivos de la titulación: grado de consecución de las competencias enunciadas en el título.

Algunas evidencias indican que los objetivos marcados en este título se están cumpliendo. Por ejemplo, la memoria de verificación del Máster estipulaba que: "El trabajo de fin de máster servirá para que el alumno adquiera las herramientas básicas de la investigación universitaria y para demostrar la solvencia de los conocimientos adquiridos tanto en las asignaturas de cada uno de los módulos como en las lecturas que haga durante el proceso de aprendizaje". Las evidencias indican que en el curso 2013-2014, un 66,67% de los TFMs ha recibido la calificación de Sobresaliente.

El programa general se completa con clases magistrales de profesionales en ejercicio en el ámbito de nuestro interés. Por ejemplo, el portavoz del Gobierno de la Junta de Andalucía, responsable de comunicación de crisis de Cruz Roja Española, director de relaciones institucionales de Heineken España, director de comunicación de Telefónica, delegado de Vodafone en Andalucía, jefe de relaciones públicas de la Armada, consejero político de la Embajada de Canadá, embajador de los Estados Unidos, consejero político de la Embajada de Qatar...

Así mismo, una vez al mes organizamos un Seminario para ahondar en un tema concreto. Por ejemplo, en 2014-2015: Vestimenta e ideología, La perspectiva de género en el discurso parlamentario andaluz, Cómo hablar en público, Diplomacia 2.0 y Marca España, Protocolo institucional, Comunicación de la Iglesia Católica, Cumbres Iberoamericanas, Búsqueda activa de empleo.

Además, los alumnos realizan visitas a organismos e instituciones. En este curso: Oficina del Portavoz del Gobierno de la Junta de Andalucía, Parlamento de Andalucía, Senado, Dirección de Relaciones Públicas de la Armada.

Por otro lado, cada alumno ha de impartir a sus compañeros una clase sobre un tema propuesto por él mismo o por el coordinador del Máster.

La actividad más completa es la de la organización y realización de un debate televisivo entre partidos que aspiran a ganar unas elecciones legislativas. Los alumnos, repartidos en tantos grupos como partidos y orientados por los profesores que ellos mismos escojan, han de crear el partido, elaborar su ideario, el programa de campaña, el argumentario de la misma, la identidad corporativa, elegir a un líder que actúe en el debate y, al fin, celebrar el debate y transmitirlo en tiempo real por televisión, radio y redes sociales.

Con estas actividades complementarias del programa tratamos de que los alumnos amplíen sus contactos, mejoren su actuación en público y aprendan técnicas que luego quizás tengan que enseñar en sus puestos de trabajo. Creemos que contribuyen a conseguir las competencias que se enuncian en el título.

Por otro lado, el esfuerzo constante que se les pide a los alumnos (asistencia a clase y a las actividades formativas complementarias, su participación en los seminarios, la intervención en el proceso electoral simulado, la preparación de las clases que han de impartir a sus compañeros) ayuda a mostrar lo difícil que es obtener el título, lo que se percibe como positivo.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Consideramos que el título tiene la imagen (buscada) de un Máster que busca una formación muy orientada a la inmediata empleabilidad de sus titulados, a los que se les pide a cambio mucha dedicación y esfuerzo.

En las conversaciones con Florida International University para llegar a la doble titulación, lo que más apreciaban nuestros interlocutores era la mezcla de teoría y práctica que ofrecemos a los alumnos, así que lo consideramos una fortaleza del programa ofrecido.

La diversidad de temas y tutores, además de las buenas calificaciones de los mismos, nos indican que la calidad alcanzada por los TFMs es un logro destacable

2. El crecimiento de convenios de prácticas con empresas exclusivas del ámbito de la comunicación institucional y la política.

3. Duración de 12 créditos (3 meses) de las prácticas.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. El calendario de matrícula obliga a iniciar el curso en Noviembre y a terminarlo a finales de Junio, lo que reduce el periodo lectivo a 8 meses, que incluyen las Navidades, la Feria y la Semana Santa. Si fuera posible empezar a principios de Octubre ganaríamos tres o cuatro semanas lectivas y tendríamos más tiempo para mejorar el programa profundizando en algunos temas.

2. Las prácticas de este Máster son obligatorias; sin embargo, se da el caso de alumnos que se encuentran trabajando a jornada completa en labores nada relacionadas con el ámbito de la comunicación y que realizan el Máster en su tiempo libre. Ocurre que, con estas circunstancias, es imposible que algunos de estos alumnos realicen prácticas (imposibilidad material y física). A ello se le une que la legislación laboral nacional impide que una persona contratada a tiempo completo en régimen general o de autónomos pueda realizar prácticas al mismo tiempo.

3. El perfil de Grado o Licenciatura previa del alumno del Máster no siempre es de Comunicación. Ello hace que las empresas se quejen, en bastantes ocasiones, de que los alumnos, a pesar de estar cursando un máster de Comunicación, no tengan conocimientos suficientes precisamente sobre comunicación.

VII. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Criterio 7: Los indicadores de satisfacción y de rendimiento, así como la información sobre la inserción laboral aportan información útil para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

ANÁLISIS

Indicadores de satisfacción

Valoración de la satisfacción con el Programa Formativo (estudiantes, profesores, PAS- gestores del título, egresados y empleadores).

Los datos son en general satisfactorios. Por ejemplo, el nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado ha aumentado entre el curso 2011-2012 y el 2013-2014, y lo mismo ocurre con el nivel de satisfacción del alumnado con el título. En cuanto a los egresados, su grado de satisfacción con la formación recibida fue (en el curso 2013-2014) de un 68,18%. Datos como éstos compensan sin duda el esfuerzo realizado, pero pueden y deben mejorarse en cualquier caso. Por ejemplo, aunque el grado de satisfacción con el título por parte del profesorado y el PAS es en ambos casos superior al del alumnado, ambos indicadores han descendido entre los cursos 2011-2012 y 2013-2014, lo cual nos lleva a apuntar que deben ser mejorados.

Valoración de los resultados de las encuestas de satisfacción sobre la actividad docente del profesorado.

Nos parecen positivos y responden al grado de compromiso de los profesores con el Máster, que es muy alto; en particular, en el curso 2013-2014 el nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado ha sido el más alto.

Valoración de los resultados de las encuestas de satisfacción sobre los tutores de prácticas externas, en su caso.

Por la propia variedad y dinámica de este Máster, además de por el elevado número de matrículas (32 alumnos), los resultados de las encuestas fueron más dispares. 25 de los encuestados dieron una calificación de "alta" o "muy alta" a sus tutores y empresa. De los 7 restantes, 6 calificaron como "normal" y solo 1 como "no sabe / no contesta". En cualquier caso, puede interpretarse que la mayoría de los encuestados calificó de forma positiva su experiencia.

Indicadores de rendimiento

Cuadro de indicadores de acceso y matriculación, rendimiento, éxito, resultados y eficiencia académica. Evolución temporal y valoración en función de la tipología de estudiantes y características del programa formativo.

Los datos son buenos, y reflejan el interés por el Máster de alumnos procedentes de otras Universidades nacionales y extranjeras. Entre los alumnos hay un porcentaje similar de profesionales en ejercicio que vienen a consolidar o actualizar sus conocimientos y de recién egresados, lo que es muy enriquecedor para ambos grupos. Por otro lado, el número de estudiantes de nuevo ingreso en el título siempre ha estado por encima de 30, y el número de egresados se ha incrementado entre los cursos 2011-2012 y 2013-2014. La tasa de ocupación siempre se ha mantenido en valores superiores al 80% (considerando que dicha tasa mide la relación porcentual de estudiantes de nuevo ingreso matriculados en primer curso frente a la oferta, ello puede indicar que el Máster es un título atractivo). La tasa de eficiencia del título nunca ha bajado del 100%, y la tasa de rendimiento del título ha alcanzado su valor más alto (85,67%) en el curso 2013-2014. Lo mismo ocurre con la tasa de rendimiento de los TFMs (42,42%) y la tasa de graduación del título (76,32%).

Inserción laboral

Valoración de indicadores sobre tasa de ocupación y adecuación de la inserción laboral de sus

egresados a la luz de estudios muestrales.

En cuanto a datos sobre la inserción laboral de los alumnos que realizaron prácticas en empresas, en el Decanato de la Facultad tiene constancia de al menos 5 contrataciones fruto del paso de los alumnos por las entidades donde realizaron las prácticas. En cualquier caso, un 30,43% de egresados ocupados iniciales (en el curso 2013-2014) es asimismo un dato a tener en cuenta positivamente.

Sostenibilidad

Valoración de la sostenibilidad del título teniendo en cuenta el perfil de formación de la titulación y los recursos disponibles. Se debe realizar una valoración exhaustiva de las tres dimensiones clave del proceso de acreditación: profesorado, infraestructuras y resultados de aprendizaje.

El título es sostenible porque tiene demanda y buena imagen, además de que sus antiguos alumnos están satisfechos de su paso por el mismo y son los mejores prescriptores del Máster. Por otro lado, el profesorado actual está muy implicado en el título, y no da señales de querer dejarlo. En cuanto a las infraestructuras, son suficientes y adecuadas a nuestras necesidades actuales. Y los resultados de aprendizaje pueden relacionarse con indicadores cuantitativos relevantes, como por ejemplo que la tasa de graduación del título o la tasa de rendimiento del Trabajo de Fin de Máster mejoran año tras año. Los datos comentados en el apartado "Indicadores de rendimiento" hablan por sí solos al respecto.

Un aspecto específico relacionado con la sostenibilidad y buena imagen del título radica en que medios nacionales, andaluces y sevillanos recurren a profesores del Máster, citandolos como tales, cuando necesitan una opinión experta en el ámbito de la Comunicación Institucional y Política. En el último trimestre de 2014, profesores del Máster intervinieron en La Sexta, Cuatro, RTVE, El Correo TV, RTVA, Diario de Sevilla, ABC y El País.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Los datos indican que el Máster es apreciado, en general, por profesores, alumnos y PAS (grupos todos muy implicados en el mejor desarrollo posible del título).
2. El Máster tiene buena imagen entre las instituciones y organismos con los que colabora
3. Proyección mediática del Máster
4. Aunque el seguimiento es informal, se mantiene el contacto con los antiguos alumnos, y se sabe que en su mayoría están empleados en el ámbito de la Comunicación Institucional y Política.
5. El equilibrio entre experiencia y novedad es uno de los valores que los alumnos aprecian más, y sería conveniente que en el proceso de selección se siguiera teniendo en cuenta este punto.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. La dotación presupuestaria es insuficiente para incorporar a profesores de otras Universidades y para hacer posible que los profesores del Máster participen en intercambios.
2. La información sobre el Máster está difuminada en varias webs, que hemos de coordinar. Existe la intención de poner en marcha una web propia, que remita a las existentes, pero que contenga más información útil para alumnos y ex-alumnos.
3. Los niveles de satisfacción específicos del profesorado y del Personal de Administración y Servicios con el título deben mejorarse.

ANEXO DE EVIDENCIAS

criterio 1: El título proporciona la información pública suficiente y relevante de cara al estudiante y a la sociedad.

EVIDENCIAS

1.- 2 Memoria verificada - Memoria verificada [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/34201412231333.pdf]
2.- 3 Informe de verificación - Informe de verificación [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/12201501081214.pdf]
3.- 4.1 Informe de seguimiento - Informe de seguimiento AAC 2011-12 [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/17201501081214.pdf]
4.- 4.2 Informe de seguimiento - Informe de seguimiento (14/01/15) AAC 2012-13, 2013-14 [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/86201501141256.pdf]
5.- 6.1 Información Pública Disponible - Documentación SGC [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/03201501071228.pdf]
6.- 6.2 Información Pública Disponible - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/34201501071228.pdf]
7.- Información sobre el Máster - Cartel promocional de presentación de Másteres de la Facultad de Comunicación [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/26201501131151.jpg] - Folleto informativo [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/13201501261148.pdf]

criterio 2: El título posee un Sistema de Garantía de Calidad (SGC) determinado e implementado con los mecanismos necesarios para obtener la información sobre el desarrollo de la implantación del título y orientado a la mejora continua.

EVIDENCIAS

1.- 7 Herramientas SGC recogida de información - Encuestas, Opina y BD corporativas [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/64201501080940.pdf]
2.- 8 Revisiones del SGC - Histórico de versiones [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/55201501080940.pdf]
3.- 9.4 Plan de Mejora - Plan de Mejora 2012-13 [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/32201501081214.pdf]
4.- 10 Plataforma de propia de documentación del SGC - LOGROS [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/32201501080940.pdf]

Criterio 3: El diseño de la titulación (perfil de competencias y estructura del curriculum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo de Grado/Máster.

EVIDENCIAS

1.- 13 Memoria verificada - Memoria verificada [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/31201412231333.pdf]
2.- 14 Informe de verificación - Informe de verificación [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/07201501081211.pdf]
3.- 15.1 Informe de seguimiento - Informe de seguimiento AAC 2011-12 [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/79201501081211.pdf]
4.- 15.2 Informe de seguimiento - Informe de seguimiento (14/01/15) AAC 2012-13, 2013-14 [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/26201501141259.pdf]
5.- Recomendaciones sobre la memoria de verificación - Entidades con convenio con la Universidad de Sevilla [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/24201501291324.jpg] - Entidad con convenio con el título [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/80201501291324.jpg]

Criterio 4: El profesorado previsto para el desarrollo de la docencia en el Plan de Estudios es suficiente y adecuado en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.

EVIDENCIAS

1.- 17 Perfil y distribución global del profesorado - Anexo VI [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/51201501121157.pdf]
2.- 18.1 Cualificación del Profesorado - Actuaciones sobre el incremento (Centro) [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/09201501231308.pdf]
3.- 18.2 Cualificación del Profesorado - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/27201501201336.pdf]
4.- 19.1 Criterios de selección del profesorado que supervisa TFC - Normativa TFC de la Universidad de Sevilla [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/05201501090749.pdf]
5.- 20 Perfil del profesorado que supervisa TFG/M - Anexo VI TFG/M [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/08201501121157.pdf]
6.- 21 Perfil del profesorado que supervisa Prácticas Externas - Anexo VI Prácticas Externas [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/18201501121157.pdf]
7.- 22.1 Información sobre la Gestión de las Prácticas - Normativa Prácticas Externas y referencia al SPE [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/69201501090749.pdf]
8.- 23.1 Información sobre Coordinación Académica - Calendario Académico y Regulación legal

[https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/97201501140957.pdf]
9.- 24 Satisfacción actuación docente del Profesorado - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/98201501071430.pdf]
10.- 26.1 Plan de Formación e Innovación Docente - Convocatorias [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/48201501090950.pdf]
11.- 26.2 Plan de Formación e Innovación Docente - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/05201501141439.pdf]
12.- 26.3 Plan de Formación e Innovación Docente - Acceso Página Web Secretariado de Formación y Evaluación [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/51201501161537.pdf]
13.- 27 Política de Recursos Humanos - Normativa transitoria de dedicación docente [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/43201501090749.pdf]
14.- 19.2 Criterios de asignación de TFM - Normativa TFM Facultad de Comunicación [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/84201501221303.pdf]
15.- 23.2 Información sobre Coordinación Académica (Centro) - Horario curso 2014-2015 [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/85201501221404.pdf]
16.- Evolución de los indicadores de profesorado - Cualificación del profesorado [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/70201501221713.pdf]
17.- 22.2 Información sobre la gestión de las prácticas - Normativa interna sobre prácticas externas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/03201501231304.pdf] - Cartel promocional para reunión informativa sobre la gestión de prácticas en empresas [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/18201501261141.pdf]
19.- 23.2 Información sobre Coordinación Académica (Centro) - POD [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/00201501261607.pdf]

Criterio 5: Las infraestructuras, recursos y servicios para el normal funcionamiento del título son los adecuados para las características del título, así como los servicios de orientación e información.

EVIDENCIAS

1.- 30.1 Servicios de Orientación. Página web Secretariado de Orientación - Página web Secretariado de Orientación [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/96201501081255.pdf]
2.- 30.2 Servicios de Orientación. Página web del SACU - Página web del SACU [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/33201501081255.pdf]
3.- 30.3 Servicios de Orientación. Plan de Orientación y Acción Tutorial - Plan de Orientación y Acción Tutorial [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/28201501081255.pdf]
4.- 31 Resultados de la satisfacción del alumnado con los servicios y recursos - Resultados de la satisfacción del alumnado con los servicios y recursos

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/52201501081538.pdf>]

5.- Visita virtual a la Facultad de Comunicación

- Captura de pantalla de visita virtual a la Facultad

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/99201501231816.png>]

Criterio 6: Las actividades de formación y de evaluación son coherentes con el perfil de formación de la titulación y las competencias del título.

EVIDENCIAS

1.- 33.1 Guías Docentes

- Referencia Legal e IT Álgidus

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/39201501081348.pdf>]

2.- 33.2 Guías Docentes

- Resultados Indicadores

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/53201501081348.pdf>]

3.- 34 Actividades formativas por asignaturas

- Información Universitas XXI

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/67201501081348.pdf>]

4.- 36 Calificaciones

- Calificaciones globales del título y por asignaturas

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/92201501081348.pdf>]

5.- 37.1 Proc. Evaluación y Mejora de la Calidad de la Enseñanza

- P02 del SGC

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/55201501081348.pdf>]

6.- 37.2 Proc. Evaluación y Mejora de la Calidad de la Enseñanza

- Res. Indicadores relacionados con calificaciones

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/46201501081348.pdf>]

7.- 40.1 Prácticas Externas

- Documento Procedimiento P05

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/08201501081348.pdf>]

8.- 40.2 Prácticas Externas

- Resultados Indicadores

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/61201501081348.pdf>]

9.- 41 Documento del SGC Plan de Mejora

- Procedimiento 11

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/69201501081348.pdf>]

10.- 35.1 Información sobre sistemas de evaluación

- Tipología. Regulación legal

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/31201501160846.pdf>]

11.- 35.2 Información sobre sistemas de evaluación por asignatura

- Programa de asignatura

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/24201501221309.pdf>]

12.- 39 Relación de centros de prácticas y número de estudiantes

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/43201501231247.xlsx>]

13.- 39 Disponibilidad de convenios

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/33201501231252.pdf>]

14.- 39 Información sobre seguros

[<https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/23201501231254.pdf>]

criterio 7: Los indicadores de satisfacción y de rendimiento, así como la información sobre la inserción laboral aportan información útil para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

EVIDENCIAS

1.- 42.1 Evolución indicadores de demanda - Resultados Indicadores oferta/demanda [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/72201501071849.pdf]
2.- 42.2 Evolución indicadores de demanda - Resultados Indicadores nuevo ingreso [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/07201501071849.pdf]
3.- 42.3 Evolución indicadores de demanda - Número de egresados por curso [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/48201501121158.pdf]
4.- 43 Evolución Indicadores de resultados académicos - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/45201501071849.pdf]
5.- 44 Indicadores contemplados en el SGC - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/94201501071849.pdf]
6.- 45 Satisfacción agentes implicados en el título - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/51201501071849.pdf]
7.- 46.1 Inserción Laboral - Resultados Indicadores [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/85201501071849.pdf]
8.- 46.2 Informe de Inserción Laboral - Informe del Laboratorio Ocupacional de la US [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/31201501211308.pdf]
9.- 46.2 Informes de Inserción Laboral - Datos de la Facultad de Comunicación [https://logros.us.es/descargas/autoinformes/evidencias/95201501270830.pdf]