

AUTOINFORME SEGUIMIENTO curso 16/17 (Convocatoria 17/18)

Datos de Identificación del Título

Extensión máxima 15-20 páginas

UNIVERSIDAD: Universidad de Málaga	
Id ministerio	4315990
Denominación del Título	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación
Centro/s	Facultad de Ciencias de la Comunicación
Curso académico de implantación	2016/17

En caso de título conjunto u ofertado en más de un centro (incluir esta información por Universidad/Centro):

Universidad participante: Universidad de Cádiz	
Centro	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso académico de implantación	2016/17

1. Información pública disponible (IPD): web

Web del título	https://www.uma.es/master-en-direccion-estrategica-e-innovacion-en-comunicacion-/
----------------	---

Tratamiento de las recomendaciones de la IPD

Con el objetivo de mejorar la información ofrecida por el Máster y atendiendo a las recomendaciones del Informe Final de Seguimiento de la DEVA, recibido el 24 de julio de 2017, se ha procedido a diseñar una página web del Máster. Su estructura sigue las premisas generales fijadas por el gestor de contenidos "Merengue", que ofrece la Universidad de Málaga, y que facilita de forma fácil, intuitiva y visual la información general del Máster.

Este nuevo espacio pretende ofrecer una información detallada que oriente y permita al alumnado, profesorado y aquellas personas interesadas en este programa conocer de forma concreta los contenidos ofertados, los objetivos, el profesorado, el procedimiento para acceder, el perfil necesario o los programas de movilidad. En el caso del profesorado, por ejemplo, se ha habilitado tres apartados: profesorado UMA, profesorado externo y conferencias y seminario, cuya visibilidad pretende fortalecer la internacionalización del programa y el interés del mismo por ofrecer voces autorizadas de expertos/as en el campo de conocimiento.. Además, se ha tenido en consideración, las indicaciones apuntadas por la DEVA en la ampliación de información. En este sentido, se ha incorporado a esta página web información relativa a las salidas profesionales, los requisitos de acceso y criterios de admisión, se ha subsanado la carencia de información en el sistema de evaluación de algunas materias, se ha incluido información sobre la coordinación vertical y horizontal y de los recursos materiales, así como los datos de interés oficial (p.e. publicación BOE), entre otros aspectos.

Asimismo, se ha creado un apartado específico para el Trabajo Fin de Máster (TFM), que genera en el alumnado una gran inquietud, y de esta forma se persigue ayudar en la orientación del estudiante hasta la culminación del proceso. Se ofrece también un acceso

directo al área de Calidad del Centro e información general de interés como inserción laboral, normas de permanencia o el buzón de quejas, sugerencias y felicitaciones.

Pueden acceder a la actual página web del Máster a través del siguiente enlace:
<https://www.uma.es/master-en-direccion-estrategica-e-innovacion-en-comunicacion/>

Además, se procedió a abrir la aplicación informática que gestiona la Programación Docente Académica para solventar las deficiencias de información detectadas en las guías docentes de algunas asignaturas del Programa.

2. Aplicación del sistema de garantía interno de la calidad

Análisis

El [Sistema de Garantía de la Calidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación](#) se le aplica a este Máster, realizándose un seguimiento a través de las reuniones periódicas de la Comisión de Garantía de la Calidad del Centro y una evaluación anual a través de las Memorias de Resultados del Sistema de Garantía de la Calidad. Siguiendo con el cumplimiento del SGC, el centro cuenta con la [Comisión de Garantía de la Calidad](#), que es la responsable de la implantación del Sistema. En dicha Comisión está representado el Máster a través de los Coordinadores del mismo.

La Comisión se reúne periódicamente y las [actas](#) se publican en la página web. Actualmente los Sistemas de Garantía de la Calidad (SGC) de los Centros de la Universidad de Málaga están en fase de rediseño, con el objetivo de simplificarlos y hacerlos más operativos.

Hasta el curso pasado la documentación de los Sistemas se encontraba en la herramienta informática Isotools, pero actualmente la documentación se está trasladando a Campus Virtual (CV), por tratarse de un entorno más amigable y conocido por el personal de la Universidad de Málaga.

Contamos con una Sala de Coordinación Centros-UMA donde se está elaborando el nuevo SGC. Una vez tengamos este modelo diseñado se crearán Salas de CV por Centros para que cada uno adapte el modelo a sus circunstancias.

<https://colaboracion.cv.uma.es/course/view.php?id=151>

Usuario: idcvuma: DEVA

Contraseña: cvuma.17

Los Planes de mejora se recogen también en Campus Virtual. En el apartado "Buscar" se puede hacer una búsqueda por titulación.

Fortalezas y logros

- Implantación normalizada de los procedimientos requeridos para el cumplimiento del SGC, aplicados a este programa.

- Predisposición de los grupos de interés a colaborar para la obtención de la información necesaria y mejorar las deficiencias.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- Falta de una información pública más estructura y que ofrezca una información detallada. Aspecto que se ha procurado subsanar con la creación de la web del título.

Tratamiento de las recomendaciones del informe de seguimiento

- El [Informe Final de Seguimiento de la DEVA de la Convocatoria 2016/17](#) se recibe el 24 de julio de 2017. Las recomendaciones indicadas se relatan en el apartado 1. Información Pública Disponible (IPD).

3. Proceso de implantación

Análisis

La implantación del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación se ha realizado según lo previsto en la memoria de verificación del título.

El Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación ofrece formación especializada sobre un sector que cada vez adquiere mayor importancia. La comunicación en las organizaciones es el campo más emergente de la comunicación con crecimientos anuales en facturación y personal de dos dígitos, según datos de la Asociación de Empresas Consultoras en Comunicación y Relaciones Públicas (ADECEC). Las empresas, instituciones públicas, Organizaciones no Gubernamentales, sindicatos, patronales, Universidades, Think Tanks, entidades sociales demandan profesionales de la comunicación que planifiquen, desarrollen, ejecuten y evalúen estrategias de comunicación. Asimismo, el valor imagen es un patrimonio lo suficientemente importante para que sea dirigido y gestionado con profesionales capaces de acometer campañas específicas de comunicación y dirigidas a unos públicos cada vez más segmentados.

Este Máster Oficial pretende capacitar y preparar a los futuros profesionales en una creciente especialización en dirección estratégica e innovación en comunicación que sirva para que las organizaciones establezcan relaciones mutuamente satisfactorias con sus públicos y que éstos puedan sentirse satisfechos de las acciones organizativas. El Máster Oficial incluye una capacitación genérica sobre dirección estratégica encaminada a preparar a directores y gestores de comunicación, con una especialización en comunicación en sectores productivos y sociales y una parte destinada a la innovación en comunicación a partir de la aplicación de las tecnologías de la comunicación.

La irrupción de las tecnologías de la comunicación ha modificado la modalidad y tipología de la comunicación de las organizaciones. Frente a una etapa anterior en la que las relaciones entre organizaciones y públicos estaban mediatizada por el acceso a los medios de comunicación, en la actualidad las salas de prensa virtuales, los blogs, las páginas web, la comunicación viral o los podcasts permiten una mayor relación directa con los públicos de las organizaciones. De ahí que este Máster Oficial disponga de una serie de créditos que

persiguen profundizar en el conocimiento, uso y aplicación de las tecnologías de la comunicación al servicio de la comunicación en las organizaciones.

Asimismo, atendiendo a la especial tipología empresarial de nuestra Comunidad Autónoma y de España con la presencia mayoritaria de PYMES se contemplan la enseñanza específica dirigida a la preparación en ese segmento empresarial y con especial incidencia en el uso de las Tecnologías de la Comunicación.

De igual manera, la especial configuración de la Universidad Málaga y de la Universidad de Cádiz en un entorno con fuerte presencia empresarial y económica del Turismo y el ocio lleva a la consideración de incluir materias relacionadas con la Imagen Turística. Al igual que ocurre, con la creciente inserción de Málaga en los circuitos culturales por lo que la gestión y comunicación cultural tiene reflejo en la estructura curricular que deberán realizar los alumnos.

Desde la perspectiva académica, la Comunicación desempeña un papel esencial en el desarrollo de las sociedades actuales y cuentan con pleno reconocimiento en organismos e instancias internacionales, como son los Códigos específicos de la UNESCO o su inclusión como disciplina universitaria en la práctica totalidad de los países. En nuestro país son estudios universitarios desde principios de los años 70 y en la actualidad se imparte en más de 40 universidades españolas.

En el contexto científico, la capacidad de generar pensamiento crítico y contextualizado es inherente a la Sociedad de la Comunicación y son más de 50 las revistas reconocidas en el Institute for Science Information (ISI) en su catálogo de publicaciones periódicas.

Desde la situación profesional, las organizaciones sociales (empresas, asociaciones, partidos políticos, sindicatos, organizaciones sociales, etc) demandan profesionales especializados en la gestión de la comunicación y este Máster Oficial pretende acometer esa función. De igual manera, se incluye un módulo sobre Innovación como elemento de motor de la mejora de las empresas españolas y de los procesos de innovación tecnológica.

Este Máster Oficial posee como uno de los referentes esenciales el Libro Blanco en Comunicación encomendado por la Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación. Las competencias contempladas ha sido la preparación en la gestión de estrategias de comunicación.

Apoyo y orientación a los alumnos matriculados

En la web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en una sección especial para el máster está recogida toda la información necesaria sobre programación docente, calendario, horarios o convocatorias de exámenes (se detalla más adelante). Además hemos desarrollado a través del campus virtual, una sala para informar a todos nuestros estudiantes sobre concursos, cursos y ofertas laborales, vinculadas con nuestros estudios, que van apareciendo tanto a ámbito nacional como europeo.

Para el máster, en los primeros días del curso académico se realiza una presentación a cargo de la coordinación y del decanato del centro para favorecer la orientación y acogida de estos estudiantes de posgrado.

En dicho acto, se le suministra al alumnado las indicaciones que se estimen necesarias sobre cuestiones de variada índole de cara a la exitosa realización de estos estudios, las cuales se pondrán a su disposición a través de medios telemáticos y otros soportes informativos. Igualmente se explicitan los objetivos de la titulación, la organización, horarios, asignaturas, medios informáticos, página Web, campus virtual, así como dar respuesta a las preguntas que se puedan plantear.

Se informa a los estudiantes sobre la utilización del Campus virtual, donde están ubicadas las materias correspondientes al Máster. Los estudiantes pueden, a través del campus establecer una comunicación interactiva (foros, chats, talk), resolver sus dudas y formular sus preguntas de un modo flexible y continuado.

Además, el alumnado ante cualquier duda o problema relacionado con la organización puede consultar con los coordinadores del Máster o a través del campus virtual de la UMA, en el espacio destinado a Información General. Además, en cada una de las asignaturas los estudiantes disponen de medios de comunicación, con los profesores y entre ellos (Correo interno de cada asignatura, foro de presentación, foro de dudas de la asignatura, etc.).

Los objetivos previstos en el programa con respecto a la matriculación se han cumplido con éxito con 29 alumnos matriculados y con cerca de 200 solicitantes. Los estudiantes han tenido un perfil combinado con 17 alumnos extranjeros principalmente proveniente de China 12 alumnos y 5 de países latinoamericanos.

El índice de aprobados ha sido del cien por cien.

En este primer curso impartido 16-17, el calendario, horario y asignación de espacios en el Centro han sido los programados.

Se presta una especial atención a los TFM y para ello en la web del Máster se encuentra toda la información necesaria incluida la rúbrica de evaluación para que en todo momento el alumno conozca los parámetros por lo que se les va a evaluar. (relacionado en evidencias del criterio 3.)

En este primer curso no se han detectado incidencias con respecto al plan de estudios en cuanto a la aplicación de contenidos, sistemas de evaluación, metodologías, actividades formativas, etc.

Evidencias del Criterio 3:

Toda la información relativa al máster estaba durante el curso 2016/2017 en la página web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Pudiendo encontrar:

- Plan de estudios. (Publicación BOE)
- Guía de matrícula
- Calendario Oficial
- Horarios
- Programación docente

Con respecto a los Trabajos Fin de Máster:

- Calendario fin de máster
- Reglamento TFM
- Guía docnete TFM
- Rúbrica de evaluación

Asignación de tutor para los TFM

- Oferta de tutores/líneas temáticas
- Información general
- Impresos de solicitud de tutor/línea
- Resolución provisional de tutores
- Resolución definitiva de tutores

Por último hay una sección de impresos donde el alumno podrá encontrar el que necesite con el fin de facilitar al máximo los aspectos administrativos.

La nueva web del máster unifica toda la información y documentación: [Página web del máster](#)

Fortalezas y logros

- Cumplimentación de los objetivos del Máster en cuanto a cantidad y calidad de los alumnos matriculados.
- La internacionalización del máster con alumnos principalmente de origen latinoamericano, asiático y europeo.
- Reglamento, transparencia y seguimiento de los TFM

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- En el verifca no se desarrolló la posibilidad de prácticas en empresas. Está posibilidad, aunque se está dando opcionalmente a los alumnos, podría ser muy interesante incluirla en el curriculum del máster.
- Actualmente no existe el requisito del conocimiento del idioma español. La gran aceptación que está teniendo el máster a nivel internacional está provocando que entren alumnos (principalmente chinos) sin un nivel adecuado de español. Entendemos que sería preciso en los requisitos de aceptación un nivel C1 de español acreditado por el Instituto Cervantes, por la propia Universidad de Málaga o un centro oficial.

Tratamiento de las recomendaciones del informe de seguimiento

- En su caso, se identificará la fecha el informe en el que se han recibido las recomendaciones/Recomendaciones de especial seguimiento y el tratamiento dado a estas.

4. Profesorado

Análisis

El profesorado participante en el Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación está altamente cualificado, tanto desde la perspectiva investigadora como profesional. Destaca el elevado número de proyectos de investigación en el que participan, siendo IP de estos proyectos, en varios casos, profesores/as del máster. En la misma línea, la mayoría del profesorado cuenta con sexenio vivo.

Destaca la participación en el máster tanto de profesorado de la UMA como de docentes e investigadores externos, que son referentes en la materia que imparten. Asimismo, el máster cuenta con profesionales de reconocido prestigio que aportan una perspectiva más práctica a la docencia.

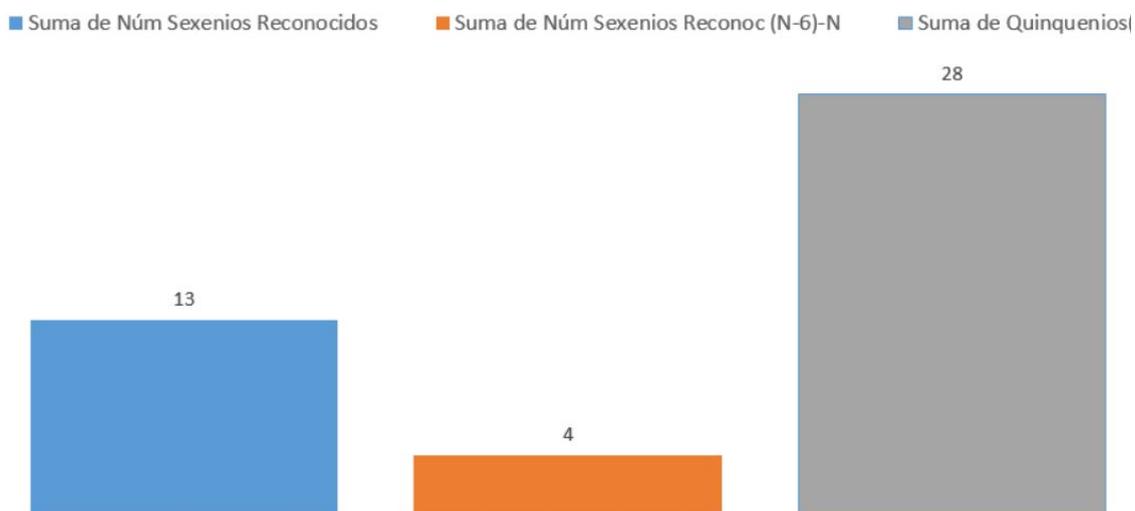
A continuación se ofrece información detallada del profesorado.

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN

		2016-17
		Num. Docentes
Categoría	Doctor/No Doctor	
VACÍO		7
CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD	S	2
PROFESOR COLABORADOR	S	2
PROFESOR CONTRATADO DOCTOR	S	3
PROFESOR CONTRATADO DOCTOR TEMPORAL	S	1
PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	S	5
Suma Total		20

Datos de quinquenios y sexenios del profesorado del Máster a fecha septiembre de 2017:

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN



Los profesores que imparten docencia en este máster son específicos del área de comunicación audiovisual y publicidad y del área de periodismo. Consiguiendo con ello un grado de pertinencia con el máster de un cien por cien.

Profesores externos que imparten docencia en el máster:

Jordi Xifra Triadú. catedrático de Universidad. Universidad Pompeu Fabra. 4 quinquenios y 3 sexenios.

Paul Capriotti. Profesor titular. Universidad Autónoma de Barcelona, 3 quinquenios y 2 sexenios.

Pedro Hellin. Profesor titular. Universidad de Murcia. 3 quinquenios y 1 sexenios

Marina Ramos. Profesora titular. Universidad de Sevilla. 2 quinquenios y 1 sexenios

Ángeles Moreno. Profesora titular. Universidad Rey Juan Carlos. 2 quinquenios y 2 sexenios

David Selva. Profesor contratado doctor. Universidad de Cádiz. 2 quinquenios y 1 sexenios

Cristina Aced. Profesora colaboradora. Universidad Oberta de Catalunya. 0 quinquenios y 0 sexenios

Todos los profesores están involucrados en algún proyecto de investigación y en algunos casos en varios dependiendo que sean nacionales, autonómicos o de la Universidad de Málaga. A continuación se detallan los proyectos y líneas vivas:

Nombre del proyecto: Lobby y Comunicación en España. Análisis de las estrategias de comunicación.

Tipo de participación: Investigador

Nombre del programa: Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad

Cód. según financiadora: CSO2016-79357-R

Fecha de inicio-fin: 12/2016 - 12/2019 Duración: 3 años

Nombre del proyecto "Produsage juvenil en las redes sociales y manifestación de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia"

Entidad financiadora: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Referencia del proyecto: FEM2017-83302-C3-2-P

Duración: desde enero 2018 hasta enero de 2022

Tipo de convocatoria: Plan Nacional de I+D. Programa Estatal de fomento de la investigación científica y técnica de excelencia; Subprograma estatal de generación del conocimiento

Nombre del proyecto: Desarrollo de Indicadores de rentabilidad social en los medios audiovisuales a partir del modelo IRISCOM, con apoyo en aplicaciones APP para análisis cualitativo (CSO2015-67347R). Financiación: **Proyecto Nacional I+D+i**. Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los Retos de la sociedad. **Ministerio de Economía y Competitividad**. (Enero 2016 - diciembre 2018).

Nombre del proyecto: Modelos de periodismo en el contexto multiplataforma. Estudio de la materialización de los roles periodísticos en los contenidos noticiosos en España

Entidad financiadora: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Proyectos I+D

Programa estatal de fomento de la investigación científica y técnica de excelencia.

CSO2017-82816-P

Entidades participantes: Universidad Rey Juan Carlos. Universidad de Málaga

Duración, desde: 2018 hasta: 2020

Nombre del proyecto: La comunicación de los bienes patrimoniales para el desarrollo económico y social de Andalucía. Tipo de participación: IP. Nombre del Programa X Convocatoria Proyectos de Investigación del Centro de Estudios Andaluces, Código: PRY223/17.

Fecha de inicio-fin: 01/07/2017- 30/06/2019.

Título del proyecto: SEJ067 GRUPO DE ESTUDIOS SOBRE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN

Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

Entidades participantes: Universidad de Málaga

Duración: Desde: 13/6/2011 Hasta: en vigor.

Nombre del Proyecto: Diagnóstico y Posicionamiento de los SMIs: Rol de las Temáticas Sociales en la reputación de las marcas.

Convocatoria: Ayuda para Proyectos Dirigidos por Jóvenes Investigadores. I Plan Propio de Investigación y Transferencia.

Duración: Desde 2017-2019

Entidad que financia: Universidad de Málaga.

Nombre del Proyecto: Estrategias de fundraising en las universidades públicas españolas

Entidad financiadora: Universidad de Málaga.

Entidades participantes: Universidad de Málaga

Duración: Desde: 2016 Hasta: 2018

Existe una gran involucración en los proyectos de innovación educativa de los profesores del máster. A continuación se detallan los proyectos vivos:

Nombre del proyecto: Metodología y herramientas para la acción tutorial en Grado y Posgrado

Entidad de realización: Universidad de Málaga

Nombre del programa: Proyectos de Innovación Educativa

Cód. según financiadora: PIE 36-187

Programa: 2017-2019

Nombre del proyecto: Implementación de la innovación abierta en entornos educativos para la docencia bilingüe

Entidad de realización: Universidad de Málaga

Nombre del programa: Proyectos de Innovación Educativa

Cód. según financiadora: Código: PIE17-117.

Programa 2017-2019.

Nombre del proyecto Potenciación del emprendimiento como competencia transversal para la empleabilidad y la creación de empresas para universitarios y generación de espacio de buenas prácticas internacionales para el diseño de programas de educación al emprendimiento

Entidad de realización: Universidad de Málaga

Nombre del programa: Proyectos de Innovación Educativa

Cód. según financiadora: PIE PIE17-88

Programa: 2017-2019

Nombre del proyecto: Inteligencias múltiples en la enseñanza universitaria en Comunicación.

Entidad de realización: Universidad de Málaga

Nombre del programa: Proyectos de Innovación Educativa

Cód. según financiadora: PIE17-171.

Programa: 2017-2019

Nombre del proyecto: Los derechos humanos en la docencia y la investigación: un enfoque transversal en la Universidad de Málaga.

Entidad de realización: Universidad de Málaga

Nombre del programa: Proyectos de Innovación Educativa

Cód. según financiadora: PIE17-072

Programa: 2017-2019

Nombre del proyecto: Profesionalización de las actividades audiovisuales en el aula: Vinculación de Comutopía RTV (radio y televisión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación) con las prácticas curriculares y una red de televisiones y radios locales del entorno

Entidad de realización: Universidad de Málaga

Nombre del programa: Proyectos de Innovación Educativa

Cód. según financiadora: PIE17-093

Programa: 2017-2019

Dada la especificidad de muchas de las asignaturas del máster también se cuenta con profesionales que imparten conferencias.

La combinación de los profesores académicos y de los profesionales da una visión completa de las diferentes problemáticas desarrolladas en las asignaturas.

Fortalezas y logros

- La principal fortaleza del máster es la plantilla de profesorado. Los profesores de la propia Universidad de Málaga y el refuerzo por parte de otros profesores de primer nivel de otras universidades y las conferencias de profesionales expertos en la materia hace que los contenidos del máster sean de rabiosa actualidad.
- La propia temática y sus contenidos son muy atractivos tanto para los alumnos que quieren continuar con los cursos de doctorado, como para aquellos alumnos que desean seguir con una carrera profesional.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- Una mayor coordinación del claustro de profesores para no saturar a los alumnos con trabajos en las mismas fechas. Se podría plantear la realización de trabajos y casos transversales entre asignaturas.

Tratamiento de las recomendaciones del informe de seguimiento

- En su caso, se identificará la fecha del informe en el que se han recibido las recomendaciones/Recomendaciones de especial seguimiento y el tratamiento dado a estas.

5. Infraestructuras, servicios y dotación de recursos

Análisis

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, ubicada en el Campus de Teatinos, es el Centro responsable del título, y dispone de aulas, laboratorios, y equipamiento necesario para la impartición del Máster.

El centro dispone de 13 aulas (600 metros cuadrados) con la siguiente capacidad:

Aula 1- 120 puestos; Aula 2- 67 puestos; Aula 5- 70 puestos; Aula 6- 119 puestos; Aula 7A- 95 puestos; Aula 7B- 71 puestos; Aula 8- 69 puestos; Aula 9 A- 82 puestos; Aula 9B- 71 puestos; Aula 10 A- 84 puestos; Aula 10B- 72 puestos; Aula 12 A- 57 puestos y Aula 12B- 95 puestos más dos seminarios habilitados para la docencia de posgrado. Tanto unas como otros cuentan con ordenador, cañón de proyección y conexión a Internet de banda ancha.

El centro alberga, asimismo, una nutrida biblioteca a disposición de los alumnos de licenciatura, grado y posgrado, capaz de satisfacer con creces sus necesidades

documentales, con una sala de libre acceso de 150 metros cuadrados, 98 puestos de lectura y 10 equipos informáticos. El catálogo de volúmenes y publicaciones de la biblioteca puede consultarse en <http://jabega.uma.es>. Actualmente cuenta con 23,400 monografías, 468 revistas, 125 suscripciones a publicaciones periódicas especializadas, así como el acceso a portales de prensa como Pressdisplay o MyNews. También la Biblioteca facilita en préstamos 10 ordenadores portátiles y 2 lectores de e-book Papyre.

Por otro lado, la Facultad dispone de laboratorios y talleres multimedia y servicio de préstamo de equipos audiovisuales que graban en formato HD sobre tarjeta SD y otros sobre cinta mini DV o DVcam. Todos los equipos se complementan con trípode, baterías, cargador de baterías, fuente de alimentación y micrófono dinámico.

Cuenta con cabinas de edición, en concreto de 3 salas de edición sobre plataforma PC, para editar videos con el programa Adobe Premiere 2.0 y 12 salas en entorno Apple de 27" para editar videos con Adobe Premiere y Final Cut Expres. También cuenta con varios magnetoscopios de diversos formatos para captura y repicado.

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

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

Un Laboratorio de sonido que consta de dos estudios: uno de radio y otro de grabación de sonido; estos cuentan con el equipamiento técnico necesario de microfonía y software de grabación y postproducción en Pro Tools. En ellos se realizan prácticas reales de locución, doblaje en y postproducción, así como realización de programas informativos, magazines y documentales.

Un laboratorio de fotografía con dos espacios: Laboratorio Químico de fotografía: con 12 puestos de ampliación en blanco y negro tanto de negativos universales como de formato medio; y un Laboratorio Digital que dispone de 28 ordenadores iMac dispuestos en red, dos escáner de negativos, tabletas digitalizadoras. También cuenta con cámaras fotoquímicas y digitales para su uso en clase.

Cinco Laboratorios de Redacción, Diseño e Imagen que se encuentran en la planta sótano, con acceso desde la puerta posterior del edificio. Son espacios especialmente acondicionados para trabajos de maquetación, redacción y diseño gráfico, artístico o editorial. Cada laboratorio cuenta con una cabina que la divide donde se sitúa el personal técnico. Así pues, son cuatro salas, con una capacidad de 30 puestos de trabajo cada una con ordenadores Apple iMac y el software necesario para la realización de las prácticas impartidas en este laboratorio. Cuentan con escáner A4, cañón de video y megafonía.

Un Aula-Estudio de Radio con 11 micrófonos, 30 puestos y equipamiento profesional para la producción y emisión radiofónica

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

La información detallada sobre las infraestructuras del centro se encuentra en la página web <http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/> y los laboratorios en <http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/37743/laboratorios-cccom>
L

Fortalezas y logros

- Los recursos disponibles permiten una impartición muy adecuada y potencia la formación del estudiante ante la posibilidad de disponer de numerosos equipos tecnológicos para su utilización.
- La calidad de los espacios facilitan el dinamismo de las clases y la posibilidad de resolver las necesidades imprevistas.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- El funcionamiento de la plataforma de horarios ha generado confusión en el alumnado, por lo que sería recomendable mejorarla para el próximo curso.

Tratamiento de las recomendaciones del informe de seguimiento

- El Informe de la DEVA, recibido el 24 de julio de 2017 no incluía recomendaciones en este sentido.

6. Indicadores y resultados

Análisis

La encuesta que realiza el Centro Andaluz de Prospectiva para la Universidad de Málaga sobre el Máster muestra que el alumnado otorga una valoración de 4.13/5 sobre la actuación docente del profesorado. Ese dato se sitúa por encima de la media del centro que es de 4.05.

Las principales valoraciones positivas se refieren a diversos aspectos:

- a) Formales sobre el cumplimiento de las obligaciones del profesorado como son:
 - a. Asistencia regular a clase (4.5), cumplimiento del horario de tutoría (4.14)
 - b. Impartición de las clases en el horario fijado (4.42)
- b) Elementos informativos sobre la docencia:
 - a. Información sobre la guía docente (4.33)
 - b. Utilización de recursos didácticos que facilitan el aprendizaje (4.22)
- c) Aspectos de contenido de las materias:
 - a. Organización de las clases (4.17)
 - b. Exposición de ejemplos prácticos relacionados con el contenido (4.38)
 - c. Clara exposición (4.25)

Sin embargo, es necesario resaltar algunos resultados que debe ser objeto de mejora como son:

- Profundizar en el sistema de evaluación de las materias (3.82)
- Mayor interacción entre los discentes para interesarse por el grado de comprensión de las explicaciones (3.96).

Así, para los estudiantes del máster obtiene una valoración muy positiva con resultados excelentes en la formalidad, información y contenidos.

Con relación a las opiniones de los alumnos respecto al contenido y a las instalaciones en las que se desarrolla el Máster (Facultad de Ciencias de la Comunicación) destacan como puntos fuertes:

- Instalaciones como aulas, talleres, laboratorios y espacios de docencia
- Servicio de cafetería
- Funcionamiento de la Secretaría del centro

Y como aspectos que necesitan mejorar se plantean los programas de movilidad, las prácticas externas curriculares y extracurriculares y el equipo decanal/directivo del centro. Respecto a lo que afecta a la calidad del profesorado se destaca su calidad docente (3.83), aunque los estudiantes ofrecen una calificación media a los contenidos del Plan de Estudios (2.83), a la adecuación de la formación recibida con las exigencias del mercado laboral (2.5) y a la formación teórica (2.5) y a la práctica (2.67).

El nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación muestra una valoración de 2.83 sobre 5, el nivel de satisfacción con las actividades de orientación es valorado con un 2.5, el nivel de satisfacción sobre los recursos materiales obtiene un resultado de 3.5 y el nivel de servicios de satisfacción de los servicios un

3.22. por tanto, estos indicadores señalan que el alumnado demanda una mejora del proceso de admisión y matriculación y un incremento de las actividades de orientación.

Sobre datos relaciones con los objetivos de calidad del Máster señalar que la duración media de los estudios se ha reducido de 2.27 años (curso académico 2014/15) a 1.55 años (2015/16). Eso supone una mejora en otros indicadores relacionados como son:

- Tasa de eficiencia que pasa del 90.16 (2014/15) al 94.97 (2015/16)
- Tasa de rendimiento que pasa del 84.06 (2014/15) al 86.04 (2015/16)
- Tasa de éxito que pasa del 99.63 (2014/15) al 99.76 (2015/16).

Con estos datos se puede señalar que los principales indicadores son positivos con mejoras en las tasa relacionados con la calidad del Máster y que deben intentar mejorarse en años sucesivos.

La encuesta realizada al Personal Docente e Investigador (PDI) se estructura en una valoración de las estructuras de la Universidad de Málaga, de los procesos internos y del centro en el que se imparte el Máster.

Por lo que respecta a la valoración de los servicios de la Universidad de Málaga destaca por su alta valoración el Servicio de Personal Docente e Investigador (3.82), el Servicio de Ordenación Académica (3.68) y el Servicio de Investigación (3.77). Como aspectos que se deben mejorar aparece la valoración sobre la Imagen de la Universidad de Málaga (3.27) y la Gerencia (2.97).

Los procesos que mejor valoración se obtiene en la Universidad son la Respuesta de la Universidad de Málaga a las personas con necesidades especiales (3.89), Programas de voluntariado (3.68) y aquellos que son necesario mejorar son el Proceso de evaluación, promoción y reconocimiento del profesorado (2.36) y el Proceso de selección del profesorado (2.71).

Finalmente, respecto de las valoraciones del PDI sobre el centro en el que se imparte el Máster nos ofrecen resultados positivos en Cualificación del PAS (4.14) y Servicio de limpieza del Centro al que está adscrito (3.86). Y como aspecto mejorables Servicio de reprografía del Centro (2.82) y los Programas de movilidad del profesorado (3.08).

Fortalezas y logros

- Profesorado que cumple los requisitos formales (horarios, tutorías, asistencia a clase) y con una adecuada preparación académica.
- Mejora de los indicadores de tasa de rendimiento, éxito y eficiencia.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- Actividades de orientación de los estudiantes sobre las salidas profesionales del Máster lo que supone que se deberán mejorar y potenciar las acciones de orientación de la propia Universidad de Málaga como de las específicas del Máster.

Tratamiento de las recomendaciones del informe de seguimiento

El Informe de la DEVA, recibido el 24 de julio de 2017 no incluía recomendaciones en este sentido..

7. Plan de mejora del título.

Análisis

El Máster comienza su implantación en el curso 2016/17, por lo que para dicho curso aún no cuenta con un Plan de mejoras.

Atendiendo a las propuestas de la DEVA, se ha puesto en marcha un plan de mejora del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación. Las principales deficiencias detectadas hacían referencia a la necesidad de mejorar la información ofrecida y, para ello, se ha procedido a la creación de una web del máster, en la plataforma de la Universidad de Málaga.

Siguiendo las recomendaciones de la DEVA, en el nuevo espacio se ofrece fácil acceso a información actualizada, detallada y de interés tanto para el alumnado como el profesorado, así como para las personas que puedan tener interés en el máster. En este sentido, se ofrece información detallada sobre los contenidos del máster, el profesorado que imparte clase, el procedimiento y requisitos de acceso al máster, criterios de admisión, forma de contacto para conseguir más información, salidas profesionales, información sobre la coordinación vertical y horizontal del máster, publicación en el BOE, etc. Asimismo, en la web se ha creado un apartado específico para el Trabajo Fin de Máster (TFM), por ser uno de los procesos que ocasiona más dudas entre el alumnado.. En esta sección se ofrece información de interés, que pueda satisfacer las necesidades de los estudiantes.

Asimismo, como ya se ha indicado en este informe de seguimiento, la Comisión Académica y de Calidad del Centro ha venido manteniendo reuniones periódicas, para hacer seguimiento de las líneas estratégicas y acciones de mejora en los másteres del centro.

Otras mejoras en que ya se está trabajando o se consideran prioritarias en un futuro inmediato son:

- Para llevar a cabo las mejoras antes mencionadas, desde el mes de diciembre de 2017 hasta abril de 2018 se creó un grupo de trabajo, en el que participaban la vicedecana de Ordenación Académica del centro, la coordinadora de Calidad, los tres coordinadores del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación y los coordinadores de los otros dos másteres del centro. Este grupo de trabajo ha mantenido encuentros de coordinación, para marcar las pautas comunes de la web de los másteres del centro. Para abordar las cuestiones específicas de la web del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación se han mantenido varias reuniones de trabajo entre la coordinadora de Calidad del centro y los coordinadores del máster, además de haber estado en todo momento en contacto y haberse intercambiado la información y documentación que se ha ido precisando para la web. Estas reuniones deberán mantenerse para la actualización de la web.

- Por otro lado, desde noviembre 2017 se vienen manteniendo encuentros entre los coordinadores de los tres másteres y la vicedecana de Ordenación Académica para mejorar la coordinación, especialmente de aquellas asignaturas que son comunes a dos o tres másteres, tales como Políticas de Comunicación y Espacio Público. Comunicación, Cultura Digital e innovación, Seminario de Tendencias Avanzadas en Comunicación y Metodología General. Estas circunstancias hacen que, más allá de la determinación de un calendario de clases, exista una mayor coordinación entre los tres másteres. Con este fin se han mantenido ya varios encuentros y se espera seguir manteniéndolos para las próximas ediciones del máster.
- Por último, señalar que se ha detectado la necesidad de exigir un conocimiento mínimo del castellano a los solicitantes no hispanohablantes. Se avanzará en esta línea desde la coordinación del máster y desde el propio centro, ya que la presencia de un número amplio de personas sin dominio del idioma repercute en la calidad de la enseñanza.

Se pueden acceder a la nueva página web del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación en el enlace:

<https://www.uma.es/master-en-direccion-estrategica-e-innovacion-en-comunicacion/>

8. Tratamiento de las recomendaciones realizadas en el informe de verificación y si procede, de modificación

Análisis

En el informe de DEVA se proponían las siguientes recomendaciones y las acciones puestas en marcha han sido:

- La información publicada en la web es diferente a la memoria en los siguientes aspectos: Datos de oferta y demanda de plazas y datos del alumnado matriculados. No está publicada la demanda y los datos de alumnos matriculados. La siguiente información de la memoria no está publicada en la web. **En la nueva web se ha tenido en cuenta y se han solventado las deficiencias.**
- No está publicada en la web: La memoria; Fecha de publicación del título en el BOE; Primer curso académico de implantación del Título; Normas de permanencia; Salidas académicas en relación con otros estudios; Salidas profesionales; Existencia de convenio de colaboración en el caso de que el título se oferte conjunto entre varias universidades; Cronograma de Implantación; Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores; Criterios y procedimientos específicos para el caso de una posible extinción del título; Información dirigida a estudiantes de nuevo ingreso; Información sobre apoyo y orientación para los estudiantes una vez matriculados; Información sobre sistema de transferencia y reconocimiento de créditos; Información sobre complementos de formación; Información que debe contener cada una de las asignaturas (o Competencias. Contenidos: Actividades Formativas con su contenido en ECTS, metodología enseñanza aprendizaje; Sistema de Evaluación y calificación Información sobre horarios, aulas y exámenes); TFM; Coordinación docente horizontal y vertical; Información específica sobre el personal docente e investigador vinculado a cada asignatura; Recursos materiales

disponibles asignados. **Se ha incluido en la nueva web la información que faltaba, así como se han añadido la información que estaba incompleta.**

- Valoración global de la página web: La información no está actualizada; La estructura de la web no permite un fácil acceso a la información. **Con la nueva web se dispone de información actualizada y de fácil acceso.**

- Recomendaciones de mejora: Crear una nueva web del máster, con toda la información necesaria para el alumno, incluida en la memoria. A pesar que la titulación no posee convenios específicos de movilidad, publicar que el alumnado tiene la opción a acogerse a los programas de movilidad de la Universidad de Málaga. **Siguiendo la recomendación, se ha implementado una nueva web del máster, en la plataforma de la Universidad de Málaga, respetando las normas de identidad visual y de diseño web de la universidad.**

Se pueden acceder a la nueva página web del Máster Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación en el enlace: <https://www.uma.es/master-en-direccion-estrategica-e-innovacion-en-comunicacion/>