

SESIÓN ORDINARIA DE COMISIÓN DE GARANTÍA DE CALIDAD Curso 2020 – 2021

Sesión 27

A través de Zoom, a las 12:00 horas del martes 1 de diciembre de 2020, se reúne la Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

1. Revisión de las memorias de análisis de resultados del curso 2019-20

VOA da las gracias y la bienvenida al representante de los alumnos, Rodrigo Gimeno.

Se repasan las memorias de cada título, haciendo hincapié en las mejoras propuestas, según el documento adjunto como Anexo 1.

Comunicación Audiovisual

Antonio Martínez Illán, sugiere incluir a los coordinadores de grado en la mención a coordinadores de curso en el PA2. Asimismo, respecto a la oferta bilingüe, aclara que las propuestas de mejora llegan desde la CGC, el departamento, etc.

Por último, sugiere una sesión al año entre coordinadores de curso y coordinadores de Grado para que sea operativa la coordinación.

Marketing

Jordi Rodríguez Virgili comenta que, al no cumplirse la tasa de abandono que establece la memoria, habría que indicar qué medidas se van a adoptar.

Periodismo

Sonsoles Sancha pregunta por la excepción de Rectorado para el programa bilingüe de aquellos alumnos que no han podido hacer el intercambio por la pandemia y sugiere que incluyamos el escrito de Rectorado como evidencia.

Doctorado

Preparar la memoria del programa de Doctorado a lo largo del curso académico.

MCPC

Se comenta la incidencia de las prácticas externas que, por la pandemia, fueron sustituidas por trabajos tutorizados.

MERC

Está ahora en proceso de Acreditación y el panel de la ANECA será el 5 de febrero.

Cristina Alfaro comenta el proyecto Tu&Co, trasladable a los alumnos de máster y se puede incluir como mejora en el PA3.

2. Ruegos y Preguntas

Noelia Sanz solicita al Servicio de Calidad e Innovación que se evite modificar las plantillas de las memorias para no tener que incluir los datos de cero, sin el trabajo previo de otros años. Sonsoles Sancha comenta que si hay datos que no tenemos, no es necesario incluirlos, pero para el futuro, sí es bueno tener datos de los 6 últimos años.

Por último, Jordi Rodríguez Virgili señala que es preciso conseguir un mayor índice de respuesta en las encuestas de másteres.

No habiendo más asuntos que tratar, se levanta la sesión a las 13.00h.

Prof. Dr. Javier Serrano Puche
Prof^a. Dra. Idoia Portilla Manjón
Prof. Dr. Jordi Rodríguez Virgili
Prof. Dr. Antonio Martínez Illán
D^a. María Sonsoles Sancha Zúñiga
D^a. M^a Fernanda Novoa Jaso
D. Rodrigo Gimeno Gil
D^a. Noelia Sanz García
D^a. María Cristina Alfaro Gutiérrez

Revisión de las memorias de análisis de resultados del curso 2019-20

COMISIÓN DE GARANTÍA DE CALIDAD FCOMUNAV

Comunicación Audiovisual

PA1-Información general del título

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Programa Artes escénicas	Aumentar las solicitudes del grado con el diferencial que aporta el programa de especialización en Artes Escénicas, a través de la agrupación de asignaturas optativas ofertadas. Exclusivo.	Curso 20/21	Marta Frago Cristina Pérez Guembe
Convenios Programas Intercambio grados audiovisuales	Aumentar oferta para alumnos de CAV.		

- Baja la tasa de abandono en 1º, aunque sigue por encima de la prevista en la Memoria.
- Las tasas de eficiencia y graduación también están ligeramente por encima de las estimadas.
- Durante el curso 19/20 se pasó por segunda vez la encuesta de satisfacción general a los alumnos de la UNAV. Pese a todo, la “satisquestion” no nos parece que tenga un índice de respuesta representativo. Por tanto, aunque el grado de satisfacción de los alumnos con el título tiene buena puntuación, no nos parece del todo representativo. En cualquier caso, destacamos que las cuestiones peor valoradas son volumen de trabajo, coordinación de asignaturas, prácticas/empleo y vida sana.
- Acciones de mejora propuestas:
Fomentar la participación de los alumnos en las encuestas de satisfacción general para llegar al menos al 50%. Nos cuesta siempre llegar a un índice de respuesta válido. De cara a próximos cursos, y de acuerdo a los criterios establecidos por la Junta directiva y los departamentos, el número de encuestas a evaluar se ha reducido y la nueva encuesta facilitada para todos los centros por el Servicio de Innovación y Calidad es más breve y efectiva.

PA2-Plan de estudios y coordinación

En este curso 20/21 desciende el porcentaje de asignaturas con guías docentes a mejorar dado que hacemos un análisis más detallado de lo que les falta. Revisadas las Guías Docentes desde Secretaría de Fcom.

Anexo 1

Solicitar un adelanto en la publicación de las guías docentes de cara al inicio del próximo curso. Nuestro objetivo es tenerlas revisadas para abril de 2021. Una vez realizado esto, se enviará a los Departamentos (a través de sus Juntas) un listado de Guías Docentes con los puntos a mejorar, para que lo puedan hablar con cada Profesor.

Adenda COVID: unificado en un documento. Desde el comienzo de la pandemia (marzo 2020) trabajamos desde Secretaría, Coordinación de Estudios y Vicedecanato de Ordenación Académica junto a coordinador del grado y coordinadores de curso para revisar las adendas correspondientes por asignatura en ADI.

Ante un curso tan especial, como fue finalmente el 19/20 el plan de encuestas se vio paralizado en marzo 2020 (justo habíamos lanzado ya alguna encuesta de valoración de asignaturas que quedaron invalidadas).

Tener coordinadores de curso ha sido una herramienta imprescindible para poder atender las necesidades de alumnos y profesores en una situación excepcional de pandemia /confinamiento como la que hemos vivido. Han trabajado mucho y muy bien junto a Dirección de Estudios.

PA3-Asesoramiento

El porcentaje de asesoramiento aumenta en el grado en Comunicación Audiovisual (tanto en castellano como en bilingüe) respecto al curso 18/19, especialmente en 1º curso.

PA4-Movilidad

En el 2º semestre del curso 2019-2020, la Facultad participó en un proyecto piloto de admisión de alumnos incoming. Se creó el plan de estudios Programa de Intercambio Comunicación (PI-Comunicación), por lo que a partir de ese semestre los alumnos incoming no se distribuyen entre los tres grados, atendiendo al contenido de los estudios que realizan en sus universidades de origen, sino que todos ellos se integran en PI-Comunicación.

Audiovisual es el grado con una menor atracción para nuestros alumnos incoming, por lo que convendría revisar la oferta en inglés, especialmente si FCOM quiere atraer nuevos convenios que sean de interés para nuestros propios alumnos.

Seguimiento movilidad COVID:

Outcomings: Se realizaron seguimientos semanales para atender y acompañar con especial cuidado las necesidades, dudas y requerimientos de cada estudiante, de esta manera se aseguró y garantizó el correcto y normal desarrollo de los intercambios en el extranjero.

Incomings: La mitad de alumnos incoming se quedaron en Pamplona al comienzo del confinamiento y poco a poco fueron regresando a sus países a lo largo de lo que quedaba de semestre. Los alumnos agradecieron mucho el acompañamiento en las semanas de estado de alarma y a la vista de los resultados académicos en la tabla de PI Comunicación, el rendimiento fue bueno a pesar de las circunstancias.

Anexo 1

PA5-Prácticas académicas externas

El estudio de los datos no es significativo, debido al error muestral producido a causa del confinamiento.

PA6-Perfil de egreso

El estudio de los datos no es significativo, debido al error muestral producido a causa del confinamiento.

PA7- Recursos humanos

Faltan datos de profesorado

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Incorporar un titulado para los procesos de Calidad.	Contrato laboral	1 año	Gerencia, sujeto a la aprobación de Rectorado

PA8- Recursos materiales y servicios

No ha habido cambios reseñables en los recursos materiales.

- Respecto a los servicios, cabe destacar el esfuerzo de Servicios Informáticos y del Servicio de Calidad e Innovación para adaptarnos a la docencia online durante el confinamiento.

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Enchufes en las aulas	Instalación	1 año	Gerencia, tras aprobación de Rectorado
Percheros en las aulas	Instalación	1 año	Gerencia, tras aprobación de Rectorado
Mejorar el equipamiento audiovisual para las prácticas	Cambio de los equipos audiovisuales	2 años	Servicio de Compras/Gerencia
Reforma del plató	Ejecución de las obras	3 años	Gerencia. tra aprobación de Rectorado

Marketing

PA1-Información general del título

Es un grado que está funcionando muy bien y el número de SAs crece cada año, de modo que permite seleccionar mejor. Este grado ha hecho que la media de acceso haya aumentado.

Se aprecia una subida también en peticiones de acceso por convalidación desde ADE (Facultad de Económicas).

- Una vez finalizada la primera promoción del grado en Marketing, tenemos tasa de abandono, ligeramente por encima de la prevista en la Memoria.

Las tasas de eficiencia también están ligeramente por encima de la estimada.

Este curso no hay abandono de alumnos en 1º, buen dato teniendo en cuenta la situación extraordinaria generada por la pandemia Covid.

PA2-Plan de estudios y coordinación

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Adaptación de la docencia	Aforos / Presencialidad	20/21	Cristina Alfaro Javier Serrano

En este curso 20/21 desciende el porcentaje de asignaturas con guías docentes a mejorar dado que hacemos un análisis más detallado de lo que les falta. Revisadas las Guías Docentes desde Secretaría de Fcom.

Solicitar un adelanto en la publicación de las guías docentes de cara al inicio del próximo curso. Nuestro objetivo es tenerlas revisadas para abril de 2021. Una vez realizado esto, se enviará a los Departamentos (a través de sus Juntas) un listado de Guías Docentes con los puntos a mejorar, para que lo puedan hablar con cada Profesor.

Adenda COVID: unificado en un documento. Desde el comienzo de la pandemia (marzo 2020) trabajamos desde Secretaría, Coordinación de Estudios y Vicedecanato de Ordenación Académica junto a coordinador del grado y coordinadores de curso para revisar las adendas correspondientes por asignatura en ADI.

Ante un curso tan especial, como fue finalmente el 19/20 el plan de encuestas se vio paralizado en marzo 2020 (justo habíamos lanzado ya alguna encuesta de valoración de asignaturas que quedaron invalidadas).

Anexo 1

Tener coordinadores de curso ha sido una herramienta imprescindible para poder atender las necesidades de alumnos y profesores en una situación excepcional de pandemia /confinamiento como la que hemos vivido. Han trabajado mucho y muy bien junto a Dirección de Estudios.

PA3-Asesoramiento

Se observa un aumento del asesoramiento en todos los cursos del grado en Marketing: en un 27% el porcentaje de alumnos asesorados en 1º curso, en un 4% en 2º curso, y en un 1% en 3º curso.

PA4-Movilidad

En el 2º semestre del curso 2019-2020, la Facultad participó en un proyecto piloto de admisión de alumnos incoming. Se creó el plan de estudios Programa de Intercambio Comunicación (PI-Comunicación), por lo que a partir de ese semestre los alumnos incoming no se distribuyen entre los tres grados, atendiendo al contenido de los estudios que realizan en sus universidades de origen, sino que todos ellos se integran en PI-Comunicación.

La presencia de alumnos asiáticos (Japón, China y Corea) gracias a los nuevos convenios se empieza a notar, aunque los alumnos visitantes siguen viniendo en su mayoría de Europa (Italia, Finlandia, Alemania) y Estados Unidos. Este curso ha sido muy variado en procedencia.

Seguimiento movilidad COVID:

Outcomings: Se realizaron seguimientos semanales para atender y acompañar con especial cuidado las necesidades, dudas y requerimientos de cada estudiante, de esta manera se aseguró y garantizó el correcto y normal desarrollo de los intercambios en el extranjero.

Incomings: La mitad de alumnos incoming se quedaron en Pamplona al comienzo del confinamiento y poco a poco fueron regresando a sus países a lo largo de lo que quedaba de semestre. Los alumnos agradecieron mucho el acompañamiento en las semanas de estado de alarma y a la vista de los resultados académicos en la tabla de PI Comunicación, el rendimiento fue bueno a pesar de las circunstancias.

PA5-Prácticas académicas externas

El estudio de los datos no es significativo, debido al error muestral producido a causa del confinamiento.

PA6-Perfil de egreso

No aplica ya que no hay egresados.

La primera promoción sale al mercado laboral este curso 2019-2020.

Anexo 1

PA7- Recursos humanos

Faltan datos de profesorado

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Incorporar un titulado para los procesos de Calidad.	Contrato laboral	1 año	Gerencia, sujeto a la aprobación de Rectorado

PA8- Recursos materiales y servicios

No ha habido cambios reseñables en los recursos materiales.

- Respecto a los servicios, cabe destacar el esfuerzo de Servicios Informáticos y del Servicio de Calidad e Innovación para adaptarnos a la docencia online durante el confinamiento.

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Enchufes en las aulas	Instalación	1 año	Gerencia, tras aprobación de Rectorado
Percheros en las aulas	Instalación	1 año	Gerencia, tras aprobación de Rectorado

Periodismo

PA1-Información general del título

El número de solicitudes de admisión al Grado en Periodismo mejora ligeramente respecto a la tendencia de los últimos cursos y, a pesar de que las acciones de promoción se han centrado en intentar estabilizar el número de solicitudes, es cierto que el bajo interés que despierta el ámbito periodístico en el mundo actual nos hace replantearnos varias cuestiones:

1. Trabajar en una remodelación del Grado en Periodismo para hacerlo atractivo, y en el que la tecnología y las nuevas narrativas tengan más peso.
2. Para el curso 20/21 se promociona ya un "Global Journalism", que sustituye al Grado en Periodismo bilingüe, con un enfoque más internacional y plan de estudios propio.
3. Mejorar las acciones de promoción para llegar a más candidatos, centrándolas en el ámbito periodístico y no tanto en el ámbito de la comunicación en general.
4. Nos parece que las nuevas narrativas pueden tener más peso.

- Propuestas de mejora: aumentar las solicitudes del grado, tanto en castellano como en bilingüe, con los diferenciales que aportan los programas de especialización. Fomentar la diferencia entre la comunicación corporativa y el periodismo, para lo cual es bueno hacer la promoción, ofreciendo el Global Journalism y el Itinerario de Comunicación Institucional, que esperamos que sea el germen del futuro Corporate Communications and Publics Affairs Program.

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
SA	Subir a 90 matriculados en 1º (lo previsto en la Memoria del título), habiendo llegado a 87 en el 19/20 (incluidos dobles grados).	Curso 20/21	Admisión. Pedro Lizaur

PA2-Plan de estudios y coordinación

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Adaptación de la docencia	Aforos / Presencialidad	20/21	Cristina Alfaro Javier Serrano

En este curso 20/21 desciende el porcentaje de asignaturas con guías docentes a mejorar dado que hacemos un análisis más detallado de lo que les falta. Revisadas las Guías Docentes desde Secretaría de Fcom.

Solicitar un adelanto en la publicación de las guías docentes de cara al inicio del próximo curso. Nuestro objetivo es tenerlas revisadas para abril de 2021. Una vez realizado esto, se enviará a

Anexo 1

los Departamentos (a través de sus Juntas) un listado de Guías Docentes con los puntos a mejorar, para que lo puedan hablar con cada Profesor.

Adenda COVID: unificado en un documento. Desde el comienzo de la pandemia (marzo 2020) trabajamos desde Secretaría, Coordinación de Estudios y Vicedecanato de Ordenación Académica junto a coordinador del grado y coordinadores de curso para revisar las adendas correspondientes por asignatura en ADI.

Ante un curso tan especial, como fue finalmente el 19/20 el plan de encuestas se vio paralizado en marzo 2020 (justo habíamos lanzado ya alguna encuesta de valoración de asignaturas que quedaron invalidadas).

Tener coordinadores de curso ha sido una herramienta imprescindible para poder atender las necesidades de alumnos y profesores en una situación excepcional de pandemia /confinamiento como la que hemos vivido. Han trabajado mucho y muy bien junto a Dirección de Estudios.

PA3-Asesoramiento

En este grado se observa un aumento del asesoramiento en 1º y 4º curso, además de alcanzar un 100% de alumnos asesorados en 3º curso. El asesoramiento baja en un 10.5% en 2º curso

PA4-Movilidad

Dada la coyuntura sanitaria, e intentando amortiguar al máximo las consecuencias en los alumnos que no pudieron realizar su intercambio, se envió a Rectorado una petición para que pudieran obtener la titulación bilingüe sin cumplir los requisitos de la misma.

Seguimiento movilidad COVID:

Outcomings: Se realizaron seguimientos semanales para atender y acompañar con especial cuidado las necesidades, dudas y requerimientos de cada estudiante, de esta manera se aseguró y garantizó el correcto y normal desarrollo de los intercambios en el extranjero.

Incomings: La mitad de alumnos incoming se quedaron en Pamplona al comienzo del confinamiento y poco a poco fueron regresando a sus países a lo largo de lo que quedaba de semestre. Los alumnos agradecieron mucho el acompañamiento en las semanas de estado de alarma y a la vista de los resultados académicos en la tabla de PI Comunicación, el rendimiento fue bueno a pesar de las circunstancias.

PA5-Prácticas académicas externas

El estudio de los datos no es significativo, debido al error muestral producido a causa del confinamiento.

PA6-Perfil de egreso

El estudio de los datos no es significativo, debido al error muestral producido a causa del confinamiento.

Anexo 1

PA7- Recursos humanos

Faltan datos de profesorado

No se han producido cambios en la composición del PAS.

-Este curso no se han realizado las encuestas de satisfacción general al PAS.

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Incorporar un titulado para los procesos de Calidad.	Contrato laboral	1 año	Gerencia, sujeto a la aprobación de Rectorado

PA8- Recursos materiales y servicios

No ha habido cambios reseñables en los recursos materiales.

- Respecto a los servicios, cabe destacar el esfuerzo de Servicios Informáticos y del Servicio de Calidad e Innovación para adaptarnos a la docencia online durante el confinamiento.

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Reforma laboratorios multimedia	Ejecución de las obras.	1 año	Gerencia, tras aprobación de Rectorado
Enchufes en las aulas	Instalación	1 año	Gerencia, tras aprobación de Rectorado
Percheros en las aulas	Instalación	1 año	Gerencia, tras aprobación de Rectorado

MCPC

PA1-Información general del título

- Se puede observar en los datos como ha ido bajando el número de SAs en los últimos años. Sin embargo, el ratio de conversión de esas SAs en matrículas es mucho más alto pues el número de estas últimas se va manteniendo. En el curso 20-21 hay un descenso importante tanto en SAs como en matrículas debido al covid.
- - Con respecto al perfil de ingreso, en el MCPC se siguen los requisitos de forma estricta, por lo que todos los alumnos matriculados tienen la formación adecuada y el nivel de inglés requerido.
- - En este último curso 20-21 se han asignado 3 becas en lugar de 5 porque el Banco Santander redujo su aportación a la mitad y una de las Becas Barcelona quedó desierta por falta de candidaturas que cumplieran con los requisitos.
- Respecto a los porcentajes de respuesta, vemos que es considerablemente bajo. Una de las propuestas de mejora del curso pasado de cara al 19-20 fue realizar la encuesta en el aula de forma presencial para conseguir un incremento notable de las respuestas. De nuevo el covid impidió que así fuera. Lo dejamos planteado para junio de 2021 para ver su eficacia en las memorias del próximo año.

PA2-Plan de estudios y coordinación

Por completar

PA3-Asesoramiento

Se mantiene el porcentaje de alumnos asesorados en esta promoción del Máster en Comunicación Política y Corporativa (95%, igual que el curso pasado).

PA4-Movilidad

En marzo de 2020 los alumnos del MCPC estaban en Washington. Cuando se intuía el confinamiento, la profesora Marta Rebolledo voló hasta allí para coordinar la salida de los estudiantes y que pudieran llegar cuanto antes a sus respectivas casas (varias nacionalidades diferentes).

El fin de semana del 14 marzo, a un ritmo frenético y con la ayuda de viajes ECI, se logró que todos los alumnos llegarán a sus destinos sanos y salvos y antes de que sus respectivos países cerraran fronteras.

PA5-Prácticas académicas externas

Hubo que cancelar las prácticas presenciales y sustituirlas por Trabajos Curriculares Tutorizados por profesionales de la comunicación política y corporativa.

- Por tanto, NO se realizaron prácticas este curso.
- En todo caso, se trabajó para que lograsen prácticas profesionales extracurriculares antes de diciembre del 2020.

PA6-Perfil de egreso

El estudio de los datos no es significativo, debido al error muestral producido a causa del confinamiento

Anexo 1

PA7- Recursos humanos

Faltan datos de profesorado

No se han producido cambios en la composición del PAS.

-Este curso no se han realizado las encuestas de satisfacción general al PAS.

PA8- Recursos materiales y servicios

- No ha habido cambios reseñables en los recursos materiales.

MERC

PA1- Información general del título

El máster muestra una tendencia a la consolidación, con un número estable de alumnos entre los 16 y 19 alumnos en sus tres primeras ediciones.

Desde el punto de vista cualitativo, la evolución es igualmente satisfactoria, pues el perfil del alumnado se considera muy apropiado para el programa: vocación directiva, años de experiencia y diversidad de sectores. Aunque se incentivan parcialmente los precios de algunos alumnos excelentes, el programa presenta unas cuentas saneadas.

Los resultados de satisfacción obtenidos son positivos y consideramos que hay muchos factores que han impactado para lograr este resultado. En primer lugar destacar la implicación de los profesores del programa. Sobre todo en cuestiones de orientación académica así como de seguimiento en cuestiones más prácticas del Máster.

Al gestionar ambas encuestas a través de formularios online y debido a la sobrecarga "digital" que tuvieron durante el confinamiento y los meses posteriores, obtener porcentajes más elevados ha sido complicado.

PA2- Plan de estudios y coordinación

En las encuestas de satisfacción de los alumnos, indicamos las fortalezas y debilidades detectadas en el Máster que, junto con la evaluación detenida de la Junta Directiva del mismo, nos ha llevado a tener una radiografía inicial de nuestro programa máster y nos ha posibilitado a tomar acciones de mejora para el curso actual.

Fortalezas:

- Muy buen profesorado, con grandes conocimientos, entusiasmo, amabilidad y cercano al alumno para resolución de cualquier duda
- Adecuación a las perspectivas académicas y profesionales del alumnado
- Novedosa metodología: orientada hacia las industrias creativas

Debilidades:

- Coherencia entre las asignaturas del programa
- Calendarización y carga docente de casos y materiales que en ocasiones resultaron excesivos

Anexo 1

Acciones de mejora

- Mayor coordinación entre la docencia de los profesores
- Publicación anticipada del Plan de TFM con las fechas importantes fijadas en el calendario desde el principio de curso.

PA3-Asesoramiento

Sube ligeramente el porcentaje de alumnos asesorados en esta segunda promoción del Máster en Reputación Corporativa (de un 83% el curso pasado).

PA4-Movilidad

No aplica

PA5-Prácticas académicas externas

No aplica

PA6-Perfil de egreso

Sin datos

PA7- Recursos humanos

Faltan datos de profesorado

No se han producido cambios en la composición del PAS.

-Este curso no se han realizado las encuestas de satisfacción general al PAS.

PA8- Recursos materiales y servicios

- No ha habido cambios reseñables en los recursos materiales.

MEGEC

PA1- Información general del título

La evolución del programa es satisfactoria. Se aprecia un número creciente de alumnos y una mayor calidad en las solicitudes de admisión, puesto que las completas son menos pero tienen una tasa de conversión mayor.

Propuestas de mejora:

Descripción	Objetivo medible	Plazo	Responsable
Nuevo proyecto de asesoramiento	Estabilizar las tasas de graduación en los próximos cursos académicos	Se implementará el curso académico 2019-20	Comité directivo del Máster y asesores

PA2-Plan de estudios y coordinación

Anexo 1

Durante todo el periodo del confinamiento y debido a la necesidad de adaptar al formato online las clases, se procedió a modificar parte del contenido de las guías docentes. Estas modificaciones se consensuaron con el profesor y se comunicaron a los alumnos con la anticipación requerida para que pudieran preparar las clases. La mayor parte de las clases, se impartieron tal y como estaban previstas, ampliando en algunos casos las fechas de entrega de trabajos para facilitar la adaptación a las nuevas circunstancias.

Durante este periodo de tiempo, se mantuvo una comunicación diaria con los alumnos para garantizar que todos estaban al día de los cambios.

PA3-Asesoramiento

Sube ligeramente el porcentaje de alumnos asesorados en esta segunda promoción del Máster en Reputación Corporativa (de un 83% el curso pasado).

PA4-Movilidad

No aplica

PA5-Prácticas académicas externas

No aplica

PA6-Perfil de egreso

Sin datos

PA7- Recursos humanos

Faltan datos de profesorado

No se han producido cambios en la composición del PAS.

-Este curso no se han realizado las encuestas de satisfacción general al PAS.

PA8- Recursos materiales y servicios

- No ha habido cambios reseñables en los recursos materiales.