

Plan de mejoras para el Máster Universitario en Comunicación Política y Corporativa de la Universidad de Navarra

Este Plan de mejoras responde a las indicaciones del aspecto que necesariamente debe ser modificado y otras recomendaciones del Informe Provisional para la Renovación de la Acreditación emitido con fecha 29 de octubre de 2018 (Expediente nº 4310221)

Se detalla a continuación el **aspecto que necesariamente debe ser modificado** y los planes de mejora previstos para solventarlo.

- 1) Los criterios de admisión aplicados y los publicados en la web del título deben coincidir con los descritos en la memoria verificada e incluir las ponderaciones previstas en el proceso de selección de estudiantes recogidas en dicha memoria. En el supuesto de que se introduzca algún cambio en el proceso de admisión debe presentarse una solicitud de modificación de la memoria a ANECA para su evaluación.**

Mejora 1.-

Se presentará una solicitud de modificación de la memoria para plantear a ANECA la posibilidad de prescindir de las pruebas psico-profesionales como criterio de selección. Por la experiencia de años previos se ha llegado a la conclusión de que, a través de la entrevista personal, se consiguen de forma más eficaz y directa los principales resultados perseguidos por dichas pruebas.

Si se aprueba el modifica, se actualizará, en consecuencia, la información de la página web que quedará de la siguiente forma:

Criterios de admisión:

1. Expediente académico y acreditación del nivel de inglés: 30%
2. Curriculum vitae (experiencia profesional, cartas de recomendación): 30%
3. Entrevista personal: 30%
4. Resolución del caso: 10%

Fecha de realización: mayo de 2019

Seguidamente se detallan los **aspectos que serán objeto de especial atención durante las siguientes fases de seguimiento del título** y los planes de mejora que se plantean al respecto:

- 1) La corrección de las discordancias observadas en las guías docentes y en la web del título entre los créditos asignados a las materias “Empresa, Marketing y Liderazgo”, “Fundamentos de la Comunicación Pública” y “Herramientas Persuasivas” y su distribución por asignaturas, de manera que la suma de los créditos de las asignaturas coincida con el total de créditos de la materia.**

Mejora 2.-

Para evitar la excesiva fragmentación o atomización de asignaturas y guías docentes, los contenidos de cada materia que aparece en la Memoria vigente del título se impartirán en una única asignatura por cada materia con la misma denominación. Por tanto, el valor real de los créditos de cada materia/asignatura quedaría de la siguiente manera:

MÓDULO 1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Materia/Asignatura:	Sociedad y Públicos	(2,5 ECTS)
	Empresa, Marketing y Liderazgo	(2,5 ECTS)
	Fundamentos de la Comunicación Pública	(2 ECTS)
	Contexto Sociopolítico y Jurídico	(2 ECTS)
	Métodos de investigación social	(3 ECTS)

MÓDULO 2. PLANIFICACIÓN

Materia/Asignatura:	Estrategias de Planificación	(6 ECTS)
	Estrategias de Comunicación por Sectores	(4 ECTS)

MÓDULO 3. EJECUCIÓN

Materia/Asignatura:	Herramientas Informativas	(3 ECTS)
	Herramientas Persuasivas	(2 ECTS)

MÓDULO 4. GSPM FOUR WEEK PROGRAM (6 ECTS)

MÓDULO 5. TRABAJO FIN DE MÁSTER (PROYECTOS) (7 ECTS)

MÓDULO 6. PRÁCTICAS PROFESIONALES (20 ECTS)

Fecha de realización: diciembre de 2019

- 2) **La potenciación de mecanismos que permitan controlar que los datos que figuran en las guías docentes publicadas en la web del título se corresponden en su totalidad con los incluidos en la memoria verificada.**

Mejora 3.-

Antes de finalizar el año académico se revisarán las guías docentes de la edición en curso para dar a cada profesor información individualizada sobre los aspectos a mejorar en su guía correspondiente.

Cada año desde la secretaría del máster se solicitarán las guías docentes a todo el claustro de profesores con la suficiente antelación para poder homogeneizar la información que contienen, solicitar la que falte o suprimir la redundante o reiterativa. Se hará especial hincapié en lo que se refiere a los sistemas de evaluación para que todos ellos cumplan los parámetros que se indican en la memoria verificada.

Asimismo, se trabajará directamente con los responsables de la administración de la web para supervisar que los contenidos publicados se corresponden exactamente con los reales.

Por último, dentro del Proceso de calidad (PA2: Asignaturas y su coordinación) una persona designada por el centro realizará el análisis de las guías docentes para comprobar que cada asignatura cuenta con una guía publicada conforme al modelo establecido, completa, actualizada y acorde a los requerimientos del módulo y materia en los que se incluye la asignatura.

Fecha de realización: Antes del comienzo de cada edición del programa

- 3) La homogeneización del formato de todas las guías docentes publicadas en la web del título de manera que todas incluyan información sobre profesorado, contenido, programa, metodología, competencias, sistemas de evaluación, resultados de aprendizaje y bibliografía.**

Mejora 4.-

Desde la secretaría del máster se procederá a analizar cada guía docente y de homogeneizar su presentación en cuanto a tipografía y tamaño de letra, orden de los conceptos y formato en general.

Asimismo, como se ha indicado en la Mejora 3, se trabajará directamente con los webmaster para asegurar que la homogeneidad de formato se mantiene también en la página web. Y, del mismo modo, se revisará dentro del Proceso de calidad (PA2: Asignaturas y su coordinación).

Fecha de realización: Antes del comienzo de cada edición del programa