

Fecha: 12/09/2022

ACTA Nº 03 /curso 21-22

Lugar: Teams

Día: 12 de septiembre 2022

Hora: 15:45h

Asisten: D. Ginés Marco Perles (Decano de la Facultad y Coordinador de Módulo)

D^a Silvia Moya Rozalén (Coordinadora de Módulo)

D. Eduardo Rodrigo Martínez (Coordinador de Módulo)

D^a. Geanina Andreea Oancea (Representante de los alumnos)

D^a Yeimy Romero Chavarro (Técnico de Calidad)

Excusan su ausencia:

D. David Melero Fuentes (Coordinador de Módulo)

Orden del día:

1. Lectura y aprobación acta anterior.

Se aprueba el acta anterior.

2. Información general sobre cuestiones/trámites que afectan al título.

Se informa sobre el estado del MODIFICA que se tiene en marcha; se han trabajado algunos puntos y se retomarán las gestiones para tratar de remitirlo a la Oficina de Calidad para la elaboración del Informe a finales de este año.

3. Seguimiento del cumplimiento de las acciones de mejora que procedan, previstas en el Plan de mejoras del curso en vigor.

Nº de mejora	02-2021
Acción de Mejora	
Mejorar la satisfacción de los alumnos con el máster.	
Tareas a desarrollar	
Seguir trabajando la coordinación de contenidos y fomentar los servicios de la UCV.	
Temporalización	
Cursos académicos 21-22	
Resultados Obtenidos	
No se ha conseguido mejorar la satisfacción de los alumnos con el máster. La intención es continuar manteniendo esta mejora para el próximo curso académico, aunque dependerá también del perfil del alumnado la consecución del mismo.	

Nº de mejora:	01-2021 DE LA FACULTAD
Acción de Mejora	
Conseguir que el 50% del profesorado de cada una de las titulaciones de la Facultad de Filosofía hayan realizado el título propio que les otorga el certificado en formación virtual que nos exige el nuevo Real Decreto.	
Tareas a desarrollar	
Promover entre los profesores de la Facultad la realización del título propio a través de Educa-Acción.	
Temporalización	
Cursos académicos 21-22 y 22-23	
Resultados Obtenidos	
No se ha realizado este título propio por parte de los profesores del máster porque el servicio de Educación se encuentra actualizando el temario y en cuanto se active la matriculación se promocionará entre los profesores de la Facultad de Filosofía, letras y Humanidades. Por consiguiente, dicha mejora se mantendrá para el próximo curso 22-23.	

4. Análisis de los resultados de asignaturas (Informe de los coordinadores de módulo).

Tabla 1 Resultados académicos en las asignaturas que conforman el plan de estudios. 2º SEMESTRE:

Asignaturas 2º SEMESTRE	Alumnos Matriculado	Tasa de estudiantes en primera matrícula en la asignatura	Tasa de Rendimiento de la asignatura	Tasa de Suspensos de la asignatura	Tasa de no Presentados de la asignatura	Tasa de Éxito de la asignatura	Tasa de Rendimiento en Primera Matrícula en la asignatura
		<80%	<50%	>4 alumnos	>4 alumnos	<90%	<90%
Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional Gubernamental	14	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral	14	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Trabajo Fin de Máster	14	100,00%	7,14%	0,00%	92,86%	100,00%	7,14%

Análisis del perfil:

La asignatura del segundo semestre que no cumple con las tasas de rendimiento estipulada es el Trabajo fin de máster con un 7% esto es debido a que un solo alumno se ha presentado en la primera convocatoria y se espera que 9 alumnos se presenten en la segunda convocatoria de septiembre, siendo finalmente el dato de 'No Presentados' 4 personas.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

Se ha detectado una falta de interés, motivación y esfuerzo por parte de los estudiantes a la hora de planificarse la elaboración del Trabajo Fin de Máster y de elegir temática, modalidad, etc. para poder asignarles director. Al haberlo dejado la mayoría para el final de curso, a varios no les ha dado tiempo de terminar en plazo

5. Análisis de la gestión final respecto de las Prácticas Extracurriculares y TFM.

Análisis del perfil:

El número de alumnos matriculados en el TFM fueron de 14 de la siguiente modalidad:

- 7 han elegido realizar un Plan de Comunicación Académico.
- 7 han elegido realizar un Trabajo de Investigación.

En el caso de las Prácticas Extracurriculares, 3 alumnos han solicitado realizarlas, dos de ellos han realizado sus prácticas en la empresa *THE REASON BEHIND* y uno ha realizado dos prácticas consecutivas en el *AYUNTAMIENTO DE BENIDORM* y posteriormente en *PORT HOTELS*.

Algunos alumnos han manifestado quejas por tener que buscar empresas o contactos. No ha habido buen entendimiento para que comprendan que, al ser prácticas extracurriculares, los convenios de que disponemos no son un compromiso firme por el que dichas empresas deban acoger un número concreto de alumnos del máster de manera fija curso tras curso. Además, una dificultad añadida este curso ha sido que el máster ya no cuenta con el PAS auxiliar administrativo que gestionaba las practicas extracurriculares del máster.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

En la próxima Comisión de Seguimiento de Título que evaluará el cierre del curso 21-22 se revisará la tasa de rendimiento de la asignatura del TFM para conocer los datos definitivos y si es el caso establecer acciones de mejora.

Se ha solicitado al Departamento de Recursos Humanos un PAS para que gestione el tema de las prácticas extracurriculares del máster.

6. Análisis de los resultados de las encuestas de satisfacción sobre la actividad docente a nivel de título (Ver anexo).

Análisis del perfil:

El PDI del máster está muy bien valorado. El ítem más bajo es de 4,63/6. Por tanto, puede concluirse que la encuesta de profesorado por titulación realizada para los alumnos del MU en Marketing Político es muy positiva. La participación se sitúa en torno al 48%.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No se detectan debilidades

7. Análisis de los resultados de las encuestas de satisfacción general de: Egresados y Alumnos con las prácticas extracurriculares (Ver anexo).

Análisis del perfil:

Respecto a la **Encuesta de Satisfacción del Egresado con la Titulación**, este año ha habido una asistencia y participación en clase bajísima respecto a ediciones anteriores por lo que sorprende bastante que los ítems 3, 4 y 6 de dicha encuesta tengan tan baja puntuación (por debajo de 3) incidiendo en que hace falta más un enfoque práctico que teórico y en la repetición de contenidos, dado que no suele darse ese fenómeno en el segundo semestre sino en el primero.

Por consiguiente, se considera que uno de los motivos por los que esta edición se tuvieron estos resultados en la encuesta de egresados es la falta de lectura de los emails, del uso del correo electrónico y de la asistencia a la totalidad de las sesiones, algunos alumnos pueden no haberse dado por enterados de las gestiones que realiza la dirección del máster como, por ejemplo:

- Se les ha informado del servicio de orientación de la UCV y sobre el de prácticas y empleo; y también se les han remitido diversas ofertas laborales, así como se les ha informado de salidas profesionales del máster.
- Se ha contado con la participación de antiguos alumnos en el máster y han podido contactar con algunos de ellos en calidad de conferenciantes, aunque podría incrementarse este aspecto.

Por último, desde la dirección del máster tendrá en cuenta el poder reducir los contenidos filosóficos y ya se van a aplicar dichos cambios en el POD de la décima edición.

Respecto a la **Encuesta sobre la Satisfacción del Alumno con las prácticas Extracurriculares**, se ha tenido una valoración realmente baja en el ítem 5 *“He podido escoger las prácticas que deseaba”* y el ítem 6 *“La tutoría ha sido adecuada”*, se considera que esta situación ha sido baja porque los estudiantes no perciben que la gestión es extracurricular, un valor añadido del que no hay obligatoriedad por parte del Máster, pues las prácticas no forman parte del programa académico de la titulación. Tampoco existe obligación de tener determinados convenios y quizá no se han explicado bien estos aspectos. La satisfacción del alumnado es difícil que pueda mejorarse el próximo curso, pues se espera que haya más estudiantes matriculados en el máster y más solicitudes de prácticas y al haber dejado su puesto el PAS auxiliar administrativo que gestionaba las prácticas se requerirá algún nuevo apoyo para poder atenderles a todos.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

Se ha solicitado al Departamento de Recursos Humanos un PAS para que gestione el tema de las prácticas extracurriculares del máster.

8. Seguimiento de la realización y publicación de las Guías Docentes.

Análisis del perfil:

Todas las guías docentes de las respectivas asignaturas fueron publicadas en la web del Máster el 17 de junio tanto en inglés como en castellano tal como se estableció por parte de la Universidad, fecha en la cual daba inicio al periodo de matriculación.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

9. Análisis sobre la información publicada en la web. Indicación (si procede) de apartados que precisan de incorporación/actualización.

Análisis del perfil:

Los apartados que se necesitan actualizar para el curso 22-23 y los responsables de dicha ejecución son:

1. Calendario de Exámenes: La coordinadora del Máster introducirá las fechas de los exámenes a través de la INTRANET.
2. Calendario de Horario de clase: La coordinadora del Máster remitirá el horario de cada una de las asignaturas del Máster (antes del día 29 de julio) al responsable del cancerbero de la sede de Santa Úrsula para que lo introduzca en la aplicación y sea actualizado en web.
3. Profesorado de cada una de las asignaturas: en septiembre una vez se tenga cerrado el POD del curso 22-23 la técnico de calidad comprobará en la INTRANET que los profesores que aparecen ahí corresponden con los profesores de las guías docentes.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

10. Análisis del profesorado del título y necesidades de contratación para el próximo curso.

Tabla 2 Indicadores y datos globales del profesorado que imparte docencia en el título

Profesorado	Valor Optimo	Curso 2020-2021	Curso 2021-2022
Nº total de Doctores	-	15	17
Tasa PDI Doctor	60%	88,24%	85%
Tasa PDI Tiempo Completo	60%	70,59%	70%
Tasa PDI Equivalente Tiempo Completo	70%	72,76%	71,94%
Tasa PDI Doctor Acreditado	60%	60,00%	64,70%
Tasa PDI con Sexenios	60%	46,67%	64,70%
Nº Total de Sexenios del conjunto del profesorado	-	10	11

Nº Total de Quinquenios del conjunto del profesorado	-	33	34
--	---	----	----

Análisis del perfil:

El MU en Marketing Político tiene un total de 20 profesores de los cuales 17 de ellos disponen del título de Doctor e imparte un total de 44,75 créditos en la titulación lo que representa un 75% de los créditos totales del máster.

De igual forma 14 profesores del Máster, es decir, un 70% están contratados a jornada completa en la titulación e imparten un total de 41,63 créditos lo que representa un 69% de los créditos totales del máster.

Por último, destacar que el máster ha conseguido mejorar la tasa de PDI con sexenio de investigación tal y como se exige por Real Decreto.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

11. Análisis de las QSF recibidas a través del Buzón y tiempo de respuesta.

Tabla 3 Indicadores relacionados con las quejas, sugerencias y felicitaciones recibidas del Buzón.

Indicadores	Valor esperado	Resultado obtenido	CUMPLE
Nº de quejas recibidas	-	0	SI
Nº de sugerencias recibidas	-	0	SI
Nº de felicitaciones recibidas	-	0	SI
Nº de quejas que se considera "proceden"	-	0	SI
Tiempo medio atención de las quejas/sugerencias.	7 días	0	SI
Nº de quejas no atendidas	0	0	SI

Análisis del perfil:

No ha habido quejas o sugerencias formales por parte de los alumnos u profesores en el buzón a lo largo del segundo semestre. Tampoco por medio de canales informales

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

Se incidirá verbalmente y por escrito al inicio del nuevo curso que existe el canal de comunicación del buzón de sugerencias, quejas y felicitaciones para fomentar su uso

12. Propuesta de Plan de Mejoras a trasladar a la Comisión de Calidad.

Que se desarrollaran en el curso 22-23.

- Mejorar la satisfacción del alumnado con la titulación y las prácticas extracurriculares.
- Realización de curso para el profesorado, título propio en formación virtual.

13. Comentarios/sugerencias de los estudiantes.

La alumna presente en la comisión, en representación del grupo de la novena promoción, comenta que quizá los alumnos más descontentos con las prácticas y que más reclamaban esas dudas sobre la inserción profesional eran los extranjeros. Asimismo, opina que las clases de segundo semestre han sido muy útiles e interesantes, aunque le gustaría que algunas tuviesen una dedicación de horas mayor. Por ello, se ajustarán los horarios para el próximo curso para que algunas materias cobren mayor protagonismo.

14. Ruegos y preguntas.

No se ha realizado ninguna pregunta.

La reunión finaliza a las 17 h.

Firmado:

GINES SANTIAGO
MARCO|PERLES

Firmado digitalmente por GINES
SANTIAGO|MARCO|PERLES
Fecha: 2022.09.21 16:00:24
+02'00'

Presidente de la Comisión

ANEXOS

- I. Encuesta de satisfacción sobre la Actividad Docente.
- II. Encuesta de satisfacción del Egresado con la Titulación.
- III. Encuesta sobre la satisfacción del Alumno con las Prácticas Extracurriculares.



DATOS DE LA TITULACIÓN

Titulación: **Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional**

Facultad: **46035574**

Facultad de Filosofía, Letras y Humanidades

Población: **252** Encuestados: **122** Participación: **48,41%**

PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA:

- 1 La guía docente te aporta información útil sobre la asignatura/módulo (contenidos, planificación, metodología, criterios de evaluación, etc.)
- 2 La coordinación docente de esta asignatura/módulo ha sido adecuada (no hay repetición de contenidos, carga de trabajo, etc.)

DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA:

- 3 El/la profesor/a es puntual en el inicio y la finalización de las clases.
- 4 El/la profesor/a explica con detalle los objetivos, los contenidos y los métodos de evaluación de la asignatura/módulo en las sesiones iniciales.
- 5 El/la profesor/a resuelve las dudas que se le plantean (contenidos, realización de trabajos, etc.)
- 6 El/la profesor/a utiliza recursos motivadores para el aprendizaje (ejemplos reales, casos cercanos y conocidos, ejemplos de aplicación, participación activa de los alumnos, empleo de TIC's, etc.) en el desarrollo de las clases.
- 7 El desarrollo de la asignatura/módulo se ajusta a lo previsto en la guía docente (contenidos, clases presenciales y clases prácticas, trabajo individual y trabajo en grupo, etc.)
- 8 El/la profesor/a facilita los recursos necesarios y útiles para que los/as alumnos/as puedan seguir la asignatura, realizar las actividades y profundizar, si lo desean, en los contenidos impartidos (bibliografía, apuntes, documentos, etc.)
- 9 Los métodos de evaluación utilizados por el profesor/a (por ejemplo, ficha de seguimiento, participación activa, trabajos variados, parte práctica, examen final, etc.) son coherentes con las características de la asignatura.
- 10 El proceso de corrección y revisión de los trabajos y actividades es objetivo y transparente.
- 11 El peso asignado en los criterios de evaluación se ajusta al desarrollo de la asignatura/módulo (número y extensión de trabajos, prácticas, participación activa del alumno, etc.)
- 12 La atención por parte del profesor/a al alumno (puntualidad y atención en tutorías, consultas presenciales, etc.) es adecuada.

RESULTADOS:

- 13 Las actividades desarrolladas (sesiones teóricas, prácticas, trabajo individual, trabajo en grupo, etc.) han contribuido a alcanzar los objetivos de la asignatura/módulo.
- 14 Después de cursar la asignatura/módulo ha aumentado mi interés por la materia.
- 15 Globalmente estoy satisfecho con el/la profesor/a de esta asignatura/módulo.

		Medias (n)	
		Título	Universidad
4.74	122	5.13	6.803
4.63	122	5.05	6.939
4.91	122	5.38	6.934
4.70	122	5.17	6.928
4.77	122	5.26	6.946
4.68	122	5.10	6.937
4.68	122	5.15	6.823
4.71	122	5.16	6.943
4.69	122	5.13	6.786
4.71	122	5.16	6.292
4.65	122	5.12	6.760
4.77	122	5.25	6.783
4.67	121	5.12	6.889
4.68	121	4.99	6.926
4.67	122	5.14	6.949

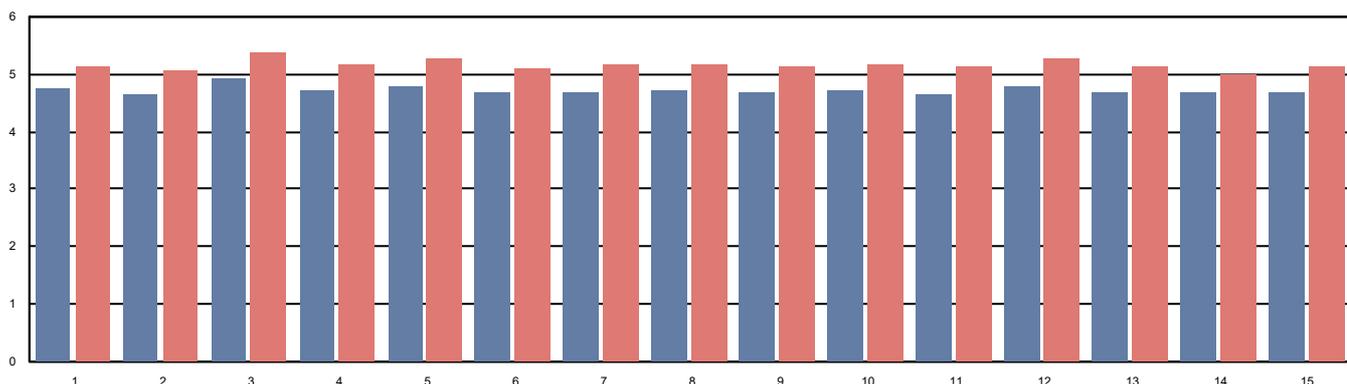
DATOS DE LA TITULACIÓN

Titulación: **Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional**

Facultad: **46035574**

Facultad de Filosofía, Letras y Humanidades

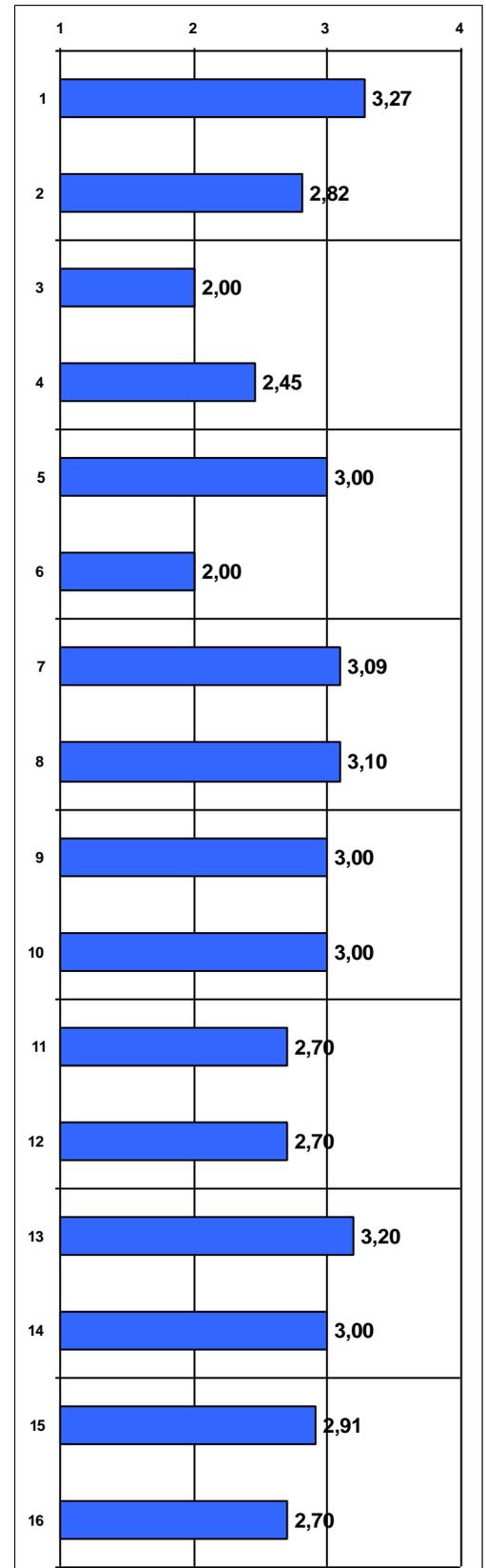
Gráfico de Medias (Titulación/Universidad)



La media es de 1 a 6, siendo los valores los siguientes: 1- Totalmente en desacuerdo; 2-Muy en desacuerdo; 3-En desacuerdo; 4-De acuerdo; 5-Muy de acuerdo; 6-Totalmente de acuerdo. Las respuestas NC no se computan en la media, y el nº indicado al lado de la misma indica la cantidad de encuestas en las que se ha respondido a dicha pregunta



1. La información publicada en la web sobre la titulación ha sido útil.
2. En general, los conocimientos adquiridos se adecuan a las necesidades que se demandan en el mundo laboral.
3. Los conocimientos adquiridos han tenido un adecuado equilibrio entre teoría y práctica.
4. El plan de estudios ha tenido una estructura ordenada y lógica.
5. Estoy satisfecho/a con las prácticas que he realizado.
6. La coordinación en la titulación ha sido adecuada (no se han repetido contenidos, no ha habido cargas excesivas de trabajo simultáneas entre distintas asignaturas, etc.)
7. Los profesores/as han ofrecido un nivel de conocimientos adecuado a la titulación.
8. La actitud del profesorado hacia los estudiantes ha sido adecuada.
9. La atención del profesorado en las tutorías ha sido adecuada.
10. Los medios para valorar la actividad docente desarrollada por los profesores (encuestas, valoración de tutorías virtuales, etc.) han sido adecuados.
11. En general, estoy satisfecho/a con las competencias adquiridas (resultados de aprendizaje).
12. El máster cursado me ha ayudado a especializarme como profesional en el campo científico / área de conocimiento de la titulación.
13. Las infraestructuras destinadas al desarrollo de la titulación han sido adecuadas (aulas, bibliotecas, laboratorios, conexiones online, etc.)
14. Los recursos materiales de apoyo al estudio han sido adecuados (fondos bibliográficos, ordenadores, materiales online, otros materiales, etc.)
15. Estoy satisfecho/a con la atención recibida de los programas de atención al estudiante (Tutores, Orientación al Estudiante, Orientación Profesional, Prácticas, Movilidad, etc.)
16. En general, estoy satisfecho/a con la titulación cursada.





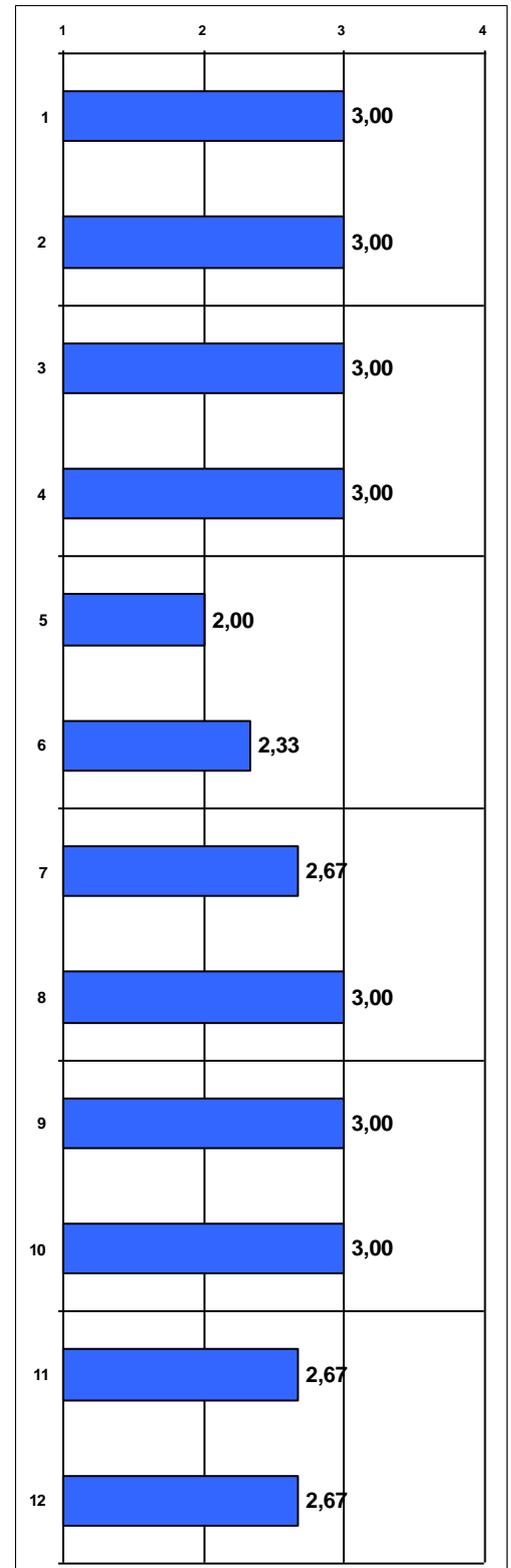
Titulación:

MARKETING POLITICO Y COMUNICACION INSTITUCIONAL

Nº respuestas: 3

Tasa de participación: 100%

1. La información publicada en la web sobre las prácticas de la titulación es útil.
2. El número de horas establecido en el convenio para el desarrollo de las prácticas ha sido ajustado (1=NO / 4=SI) *:
Porcentaje de respuestas SI: 66,67%
3. La organización de las prácticas ha sido adecuada (calendario, horarios, comunicación universidad-empresa, etc.)
4. Las prácticas han tenido relación con los conocimientos adquiridos en la titulación.
5. He podido escoger las prácticas que deseaba entre diversas propuestas.
6. La relación con mi tutor de la UCV y la forma en que ha llevado a cabo la tutoría han sido adecuadas.
7. En el centro/empresa he recibido una orientación profesional adecuada.
8. En todo momento he realizado tareas acordes con el programa de prácticas.
9. El centro/empresa me ha facilitado todos los recursos necesarios para desarrollar adecuadamente mis tareas.
10. Las prácticas han contribuido a mejorar mi formación como futuro profesional.
11. Con esta experiencia han aumentado mis expectativas de obtener un trabajo en el futuro acorde con mi titulación.
12. Estoy satisfecho con las prácticas realizadas.



*(2) Entre el 33,33% de respuestas NO → SON MUCHAS HORAS: 0% / SON POCAS HORAS: 100%

Las puntuaciones se distribuyen de 1 a 4, siendo los valores los siguientes: 1 - Muy en desacuerdo; 2 - En desacuerdo; 3 - De acuerdo; 4 - Muy de acuerdo. Las repuestas NC no se computan en la media.

Periodo de encuesta: marzo 2022 - julio 2022

ANEXOS

- I. Dirección y gestión de comunicación y marketing institucional gubernamental

- II. Dirección y gestión de comunicación y marketing Político - Electoral



ACTA Nº 3/curso 2021-2022

Modulo: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional Gubernamental

Lugar: virtual - Teams

Día y hora: 27 de julio de 2022 – 10:30h

Asisten: Director del Máster: Gines Marco Perles

Coordinador del Módulo: David Melero Fuentes

Profesora: Silvia Moya Rozalén

Técnico de Calidad: Yeimy Romero

Orden del día:

- 1. Se han impartido los contenidos teóricos y prácticos estipulados en la memoria. En caso negativo, ¿consideras necesario realizar una modificación del Plan de Estudios?**

Análisis del perfil:

Sí que se han impartido los contenidos, tanto teóricos como prácticos, estipulados en la memoria y se consideras adecuados. Son los siguientes:

1. Concepción, desarrollo y especificidades del plan de comunicación y marketing en contextos institucionales y de gobierno: planificación, gestión y evaluación.
2. Políticas públicas y ciberdemocracia. Comunicación 3.0: estrategia de gestión y comunicación pública a través de redes sociales institucionales y gubernamentales.
3. Publicidad y medios: características del lenguaje publicitario.
 - 3.1. La planificación de medios en contextos gubernamentales.
 - 3.2. El potencial del patrocinio y el mecenazgo como herramienta corporativa y comercial en la Administración Pública.
4. Relaciones públicas y lobbying.
 - 4.1 Valor y gestión de las relaciones públicas e institucionales en la administración.
 - 4.2 Concepto, oportunidades y riesgos del lobbying sobre la Administración.
5. Protocolo y eventos: organización y desarrollo de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

2. Se han cumplido los sistemas de evaluación y competencias establecidos en la memoria.

Análisis del perfil:

Sí se han cumplido los sistemas de evaluación y competencias establecidas en la memoria, pero se ha detectado que son muchos los sistemas de evaluación y en ocasiones resultan redundantes.

Instrumento de evaluación	Porcentaje otorgado
Realización de actividades teórico/prácticas	10%
Examen final presencial	40%
Asistencia y participación	10%
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales	10%
Participación en foros de discusión	5%
Participación en actividades de comunicación síncrona	5%
Realización de pruebas objetivas en formato telemático	5%
Realización de actividades entregables	15%

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

Se está trabajando durante este curso 21-22 la realización de un MODIFICA para reducir y ajustar los sistemas de evaluación, el cual se tiene previsto presentar en el próximo curso 22-23.

3. Se respeta la distribución de actividades formativas indicadas en la memoria.

Análisis del perfil:

Sí se respeta la distribución de las actividades formativas indicadas en la memoria y su desarrollo es acorde a lo indicado.

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase presencial	20	100
Clases prácticas	8	100
Seminario	4	100
Exposición de trabajos en grupo	4	100
Tutoría	24	100
Evaluación presencial	4	100
Trabajo en grupo	10	0
Trabajo individual	16	0
Sesión virtual síncrona	8	0
Sesión práctica virtual síncrona	8	0
Seminario y videoconferencia virtual síncrona	6	0
Foros de discusión	4	0
Actividades de evaluación continua	16	0

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

Se ha detectado que la ponderación de algunas de las actividades formativa no era correcta, por lo que en el MODIFICA que se esta trabajando se esta ajustando estos datos para cumplir lo establecido en el Real Decreto para con respecto a los títulos universitarios en modalidad hibrida.

4. Se han revisado y actualizado las referencias bibliográficas.

Análisis del perfil:

Antes de ser publicadas las guías docentes se ha procedido a revisar y actualizar las referencias bibliográficas.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

5. Existen solapes entre asignaturas o con asignaturas de otros módulos.

Análisis del perfil:

La comunicación y el marketing tiene contenidos que se complementan y son circulares lo que en ocasiones los alumnos pueden percibir que resultan repetitivos, pero los profesores que participan en los módulos mantienen una coordinación horizontal continua para evitar cualquier tipo de solapes en las asignaturas. Asimismo, cabe destacar que los contenidos del segundo semestre son más pragmáticos o aplicados y

retoman algunos aspectos de primer semestre en su vertiente práctica, pero se trata de una continuidad de materias no de redundancias.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede, aunque se seguirá trabajando en la coordinación horizontal de la asignatura.

- 6. Se ha colgado la guía docente y cronograma de las sesiones en la plataforma al principio del semestre para que los alumnos conozcan la programación de la asignatura desde el principio.**

Análisis del perfil:

La guía docente se ha colgado en la web el 17 de junio del 2022 antes de iniciar el proceso de matrícula de postgrado y el cronograma de sesiones se ha subido en la plataforma al principio del semestre, al mismo tiempo se les informa a los alumnos en donde pueden disponer de dicha información.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

- 7. Se utiliza la plataforma de la UCV para la docencia. ¿Existen problemas o necesidades de formación para el manejo de la misma?**

Análisis del perfil:

Los profesores de la UCV conocen y trabajan perfectamente las plataformas de la Universidad y para el caso de los conferenciantes es la coordinadora del máster la que se encarga de subir los clips de videos, seminarios virtuales, los contenidos, materiales adiciones de estudio y/o trabajos.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

- 8. Análisis de resultados académicos de las asignaturas del segundo semestre y propuestas de acciones de mejora si procede.**

Tabla 1. Resultados académicos en las asignaturas que conforman el plan de estudios. 2º semestres:

Asignaturas 2º SEMESTRE	Alumnos Matriculado	Tasa de estudiantes en primera matrícula en la asignatura	Tasa de Rendimiento de la asignatura	Tasa de suspensos de la asignatura	Tasa de no Presentados de la asignatura	Tasa de Éxito de la asignatura	Tasa de Rendimiento en Primera Matrícula en la asignatura
		<80%	<50%	>4 alumnos	>4 alumnos	<90%	<90%
Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional Gubernamental	14	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%

Análisis del perfil:

La asignatura Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional Gubernamental ha tenido una tasa de rendimiento y éxito de un 100%, pero en comparación con otros cursos académicos los alumnos de este curso 21-22 presentan un nivel académico bajo, tanto así que solo dos alumnos del grupo han alcanzado el nivel de sobresaliente.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

9. Se han detectado incidencias o se han recibido quejas por parte de los alumnos.

Durante este curso 21-22 los alumnos no han realizado ninguna queja formal ni a través del buzón, ni a los responsables del máster, en referencia al transcurso del segundo semestre.

Solo han comentado que algunas asignaturas les resultaban poco prácticas (enfoque filosófico) y en ocasiones les resultaron más difíciles.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

De cara al próximo curso, se reducirán algunos contenidos de corte más teórico o filosófico en el máster

10. Presupuesto asignaturas y necesidades (recursos materiales)

- **¿Se ha producido algún tipo de incidencia en relación con los recursos materiales?**

No ha habido ninguna incidencia. Este curso académico se ha solicitado en los presupuestos para la siguiente edición un pequeño incremento dado el mayor número de alumnos y se está a la espera de que sean aprobados por GERENCIA. Asimismo, se espera poder seguir incrementando los fondos bibliográficos.

11. Ruegos y preguntas.

Los profesores del módulo comentan que este curso 21-22 los alumnos no han presentado la mejor actitud y responsabilidad, ya que durante las clases llegan tarde, se toman más tiempo del estipulado para el descanso y en algunas ocasiones terminado el tiempo del descanso no vuelven a la clase o se van antes de que finalice.

La reunión finaliza a las 11:00h.

Firmado: **MELERO
FUENTES
DAVID -
73570479
B**  Firmado
digitalmente por
MELERO
FUENTES DAVID
- 73570479B
Fecha:
2022.09.01
12:33:30 +02'00'

D. David Melero Fuentes

Coordinador del Módulo Dirección y Gestión de

Comunicación y Marketing Institucional Gubernamental

ACTA Nº 4/curso 2021-2022

Modulo: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral

Lugar: virtual - Teams

Día y hora: 27 de julio de 2022 – 11:00h

Asisten: Director del Máster: Gines Marco Perles

Coordinadora del Módulo: Silvia Moya Rozalén

Profesor: David Melero Fuentes

Técnico de Calidad: Yeimy Romero

Orden del día:

- 1. Se han impartido los contenidos teóricos y prácticos estipulados en la memoria. En caso negativo, ¿consideras necesario realizar una modificación del Plan de Estudios?**

Análisis del perfil:

Sí que se han impartido tanto los contenidos teóricos como los contenidos prácticos estipulados en la memoria y se consideran adecuados a la titulación. Son los siguientes:

1. Consultoría política: técnicas y herramientas
 - 1.1 El candidato: estrategias de liderazgo político
 - 1.2 El electorado: estrategias de fidelización
 - 1.3 Formación de portavoces
 - 1.4 Comunicación verbal y no verbal
2. Planificación y dirección de campañas electorales
 - 2.1 Pre-campaña, campaña y post-campaña: laboratorio de ideas.
 - 2.2 Gestión de equipos, medios y tiempos.
 - 2.3 Financiación electoral
 - 2.4 Campaña Permanente.
3. Concepción, desarrollo y especificidades del plan de comunicación y marketing en contextos político-electorales.
4. Protocolo y eventos: organización y desarrollo de eventos corporativos en contextos político-electorales.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

2. Se han cumplido los sistemas de evaluación y competencias establecidos en la memoria.

Análisis del perfil:

Sí se han cumplido los sistemas de evaluación y competencias establecidas en la memoria, pero se ha detectado que son muchos los sistemas de evaluación y en ocasiones resultan redundantes.

Instrumento de evaluación	Porcentaje otorgado
Realización de actividades teórico/prácticas	10%
Examen final presencial	40%
Asistencia y participación	10%
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales	10%
Participación en foros de discusión	5%
Participación en actividades de comunicación síncrona	5%
Realización de pruebas objetivas en formato telemático	5%
Realización de actividades entregables	15%

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

Se está trabajando durante este curso 21-22 la realización de un MODIFICA para reducir y ajustar los sistemas de evaluación, el cual se tiene previsto presentar en el próximo curso 22-23.

3. Se respeta la distribución de actividades formativas indicadas en la memoria.

Análisis del perfil:

Sí, se respeta la distribución de las actividades formativas indicadas en la memoria y su desarrollo es acorde a lo indicado.

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase presencial	20	100
Clases prácticas	4	100
Seminario	8	100
Exposición de trabajos en grupo	2	100
Tutoría	20	100
Evaluación presencial	4	100
Trabajo en grupo	10	0
Trabajo individual	30	0
Sesión virtual síncrona	8	0
Sesión práctica virtual síncrona	8	0
Seminario y videoconferencia virtual síncrona	6	0
Foros de discusión	6	0
Actividades de evaluación continua	4	0

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

Se ha detectado que la ponderación de algunas de las actividades formativa no era correcta, por lo que en el MODIFICA que se está trabajando se ajustarán estos datos para cumplir lo establecido en el Real Decreto respecto a los títulos universitarios en modalidad híbrida.

4. Se han revisado y actualizado las referencias bibliográficas.

Análisis del perfil:

Antes de ser publicadas las guías docentes se ha procedido a revisar y actualizar las referencias bibliográficas.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

5. Existen solapes entre asignaturas o con asignaturas de otros módulos.

Análisis del perfil:

La comunicación y el marketing tiene contenidos que se complementan y son circulares lo que en ocasiones genera que los alumnos pueden percibir que resultan repetitivos, pero los profesores que participan en los módulos mantienen una coordinación horizontal continua para evitar cualquier tipo de solapes en las asignaturas.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede, aunque se seguirá trabajando en la coordinación horizontal de la asignatura.

- 6. Se ha colgado la guía docente y cronograma de las sesiones en la plataforma al principio del semestre para que los alumnos conozcan la programación de la asignatura desde el principio.**

Análisis del perfil:

La guía docente se ha colgado en la web el 17 de junio del 2022 antes de iniciar el proceso de matrícula de postgrado y el cronograma de sesiones se ha subido en la plataforma al principio del semestre, al mismo tiempo se les informa a los alumnos en donde pueden disponer de dicha información.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

- 7. Se utiliza la plataforma de la UCV para la docencia. ¿Existen problemas o necesidades de formación para el manejo de la misma?**

Análisis del perfil:

Los profesores de la UCV conocen y trabajan perfectamente las plataformas de la Universidad y para el caso de los conferenciantes es la coordinadora del máster la que se encarga de subir los clips de videos, seminarios virtuales, los contenidos, materiales adiciones de estudio y/o trabajos.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

- 8. Análisis de resultados académicos de las asignaturas del segundo semestre y propuestas de acciones de mejora si procede.**

Tabla 1. Resultados académicos en las asignaturas que conforman el plan de estudios. 2º semestres:

Asignaturas 2º SEMESTRE	Alumnos Matriculado	Tasa de estudiantes en primera matrícula en la asignatura	Tasa de Rendimiento de la asignatura	Tasa de suspensos de la asignatura	Tasa de no Presentados de la asignatura	Tasa de Éxito de la asignatura	Tasa de Rendimiento en Primera Matrícula en la asignatura
		<80%	<50%	>4 alumnos	>4 alumnos	<90%	<90%
Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral	14	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%

Análisis del perfil:

La asignatura Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral ha tenido una tasa de rendimiento y éxito de un 100%, pero en comparación con otros cursos académicos los alumnos de este curso 21-22 presentan un nivel académico bajo, tanto así que solo un estudiante del grupo ha alcanzado el nivel de sobresaliente.

Debilidades detectadas y acciones de mejora propuestas (si procede):

No procede.

9. Se han detectado incidencias o se han recibido quejas por parte de los alumnos.

Durante este curso 21-22 los alumnos no han realizado ninguna queja formal ni a través del buzón, ni a los responsables del máster ni a los docentes.

10. Presupuesto asignaturas y necesidades (recursos materiales)

- ¿Se ha producido algún tipo de incidencia en relación con los recursos materiales?

No ha habido ninguna incidencia. Este curso académico se ha solicitado en los presupuestos para la siguiente edición un pequeño incremento dado el mayor número de alumnos y se está a la espera de que sean aprobados por GERENCIA. Asimismo, se espera poder seguir incrementando los fondos bibliográficos.

11. Ruegos y preguntas.

Los profesores del módulo comentan que este curso 21-22 los alumnos no han presentado la mejor actitud de compromiso y responsabilidad, ya que durante las sesiones llegan tarde, hablan entre ellos en clase, se toman más tiempo del estipulado para el descanso y en algunas ocasiones terminado el tiempo del descanso no vuelven a la clase o se van antes de que finalice. Asimismo, algunos docentes y conferenciantes informan de que varios alumnos no han realizado las actividades estipuladas para las asignaturas.

La reunión finaliza a las 11:30h.

Firmado:

SILVIA|MOYA
ROZALEN

Firmado digitalmente por SILVIA|MOYA
ROZALEN
Nombre de reconocimiento (DN): cn=SILVIA|
MOYA|ROZALEN, serialNumber=44512726K,
givenName=SILVIA, sn=MOYA ROZALEN,
ou=CIUDADANOS, o=ACCV, c=ES
Fecha: 2022.07.29 10:51:51 +02'00'

D^a. Silvia Moya Rozalén

Coordinador/a del Módulo Dirección y

Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral