



INFORME ANUAL DE
SEGUIMIENTO Y PLAN DE
MEJORAS DE LA TITULACIÓN

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA,
SOCIEDAD Y POLÍTICA - Curso 2020/2021**

Resultados de las asignaturas del plan de estudios

Asignatura	Matriculados	% estudiantes 1ª matrícula	Tasa de rendimiento	% aptos	% suspensos	% no presentados	Tasa de éxito	% aprobados 1ª matrícula
ANÁLISIS SOCIOLÓGICO PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	24	83,33	75	94,737	5,26	20,833	94,74	75
COMUNICACIÓN E INSTITUCIONES TOTALES	16	100	75	100	0	25	100	75
COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS DEMOCRACIAS	45	88,89	64,44	87,879	12,12	26,667	87,88	65
CULTURAS POLÍTICAS, CIUDADANÍA Y DEMOCRACIA: PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN	37	86,49	81,08	96,774	3,23	16,216	96,77	81,25
EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS	29	93,1	75,86	100	0	24,138	100	74,07
ENCUESTAS Y CAMPAÑAS, LÍDERES POLÍTICOS Y CIUDADANOS	20	95	45	75	25	40	75	42,11
ESTRUCTURA, MARCOS Y MODELOS CULTURALES EN LA COMUNICACIÓN PÚBLICA: LOS CASOS DE LA ALIMENTACIÓN Y EL CAMBIO CLIMÁTICO	2	50	50	100	0	50	100	100
ESTRUCTURAS, MARCOS Y MODELOS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA	12	100	75	100	0	25	100	75
GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	17	100	76,47	100	0	23,529	100	76,47
LA RECEPCIÓN EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN MEDIADA	35	91,43	77,14	100	0	22,857	100	78,13

Asignatura	Matriculados	% estudiantes 1ª matrícula	Tasa de rendimiento	% aptos	% suspensos	% no presentados	Tasa de éxito	% aprobados 1ª matrícula
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA	38	94,74	84,21	100	0	15,789	100	83,33
MOVIMIENTOS SOCIALES Y COMUNICACIÓN	17	94,12	94,12	100	0	5,882	100	93,75
NUEVAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN CIUDADANA	22	100	77,27	100	0	22,727	100	77,27
OPINIÓN PÚBLICA Y PARTICIPACIÓN	26	88,46	65,38	100	0	34,615	100	69,57
RELACIONES DE COMUNICACIÓN EN INVESTIGACIÓN	29	86,21	86,21	100	0	13,793	100	88
RELIGIÓN ON LINE - ON LINE RELIGIÓN. ACTORES, COMUNIDADES Y COMUNICACIÓN DE LA RELIGIÓN EN LA RED	3	100	66,67	100	0	33,333	100	66,67
RELIGIÓN ON LINE. LA COMUNICACIÓN DE LA RELIGIÓN EN LA RED	8	100	100	100	0	0	100	100
RETÓRICA, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD: METÁFORA Y MARCOS COGNITIVOS	34	79,41	70,59	96	4	26,471	96	70,37
SOCIEDAD MUNDIAL: PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN	40	87,5	62,5	100	0	37,5	100	65,71
TRABAJO FIN DE MÁSTER EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA	41	56,1	68,29	100	0	31,707	100	69,57
TUTELA TFM MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA	13					100		0

Valoración de las asignaturas (estudiantes/tutores)

asignatura	val. estudiantes	resp. estudiantes	val. tutores	resp. tutores
ANÁLISIS SOCIOLÓGICO PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	41,67	2		
COMUNICACIÓN E INSTITUCIONES TOTALES				
COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS DEMOCRACIAS	24,17	3		
CULTURAS POLÍTICAS, CIUDADANÍA Y DEMOCRACIA: PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN	68,13	4		
EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS	14,17	1		
ENCUESTAS Y CAMPAÑAS, LÍDERES POLÍTICOS Y CIUDADANOS	50	1		
ESTRUCTURA, MARCOS Y MODELOS CULTURALES EN LA COMUNICACIÓN PÚBLICA: LOS CASOS DE LA ALIMENTACIÓN Y EL CAMBIO CLIMÁTICO				
ESTRUCTURAS, MARCOS Y MODELOS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA	53,61	3		
GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	26,67	1		
LA RECEPCIÓN EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN MEDIADA	40,84	2		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA	59,17	4		

asignatura	val. estudiantes	resp. estudiantes	val. tutores	resp. tutores
MOVIMIENTOS SOCIALES Y COMUNICACIÓN	38,75	2		
NUEVAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN CIUDADANA				
OPINIÓN PÚBLICA Y PARTICIPACIÓN				
RELACIONES DE COMUNICACIÓN EN INVESTIGACIÓN	0	1		
RELIGIÓN ON LINE - ON LINE RELIGIÓN. ACTORES, COMUNIDADES Y COMUNICACIÓN DE LA RELIGIÓN EN LA RED				
RELIGIÓN ON LINE. LA COMUNICACIÓN DE LA RELIGIÓN EN LA RED	0	1		
RETÓRICA, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD: METÁFORA Y MARCOS COGNITIVOS	59,59	2		
SOCIEDAD MUNDIAL: PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN	34,17	1		
TRABAJO FIN DE MÁSTER EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA	64,11	8		

Cuadro de indicadores de la titulación

Indicador	Valor anterior	Valor actual
Tasa de rendimiento	61,12	▲ 72,79

Indicador	Valor anterior	Valor actual
Tasa de evaluación	62,84	▲ 74,52
Tasa de éxito	97,26	▲ 97,67
Ratio estudiantes por PDI	3,81	▼ 3,25
Calificación media	7,74	▲ 7,86
Tasa de abandono		
Tasa de graduación	28,26	
Número de egresados	27	▲ 28
Nota media egresados	7,65	▲ 7,95
Duración media conclusión título	2,70	▲ 3,50
Tasa de eficiencia de egresados	82,65	▼ 79,96
Estudiantes nuevo ingreso (matrícula conformada)	46	▼ 37
Satisfacción global estudiantes con el título	62,80	▼ 40,74

Indicador	Valor anterior	Valor actual
Satisfacción estudiantes con el PDI	54,64	▼ 42,22
Satisfacción estudiantes con los recursos materiales	56,89	▼ 37,33
Satisfacción egresados	61,28	▲ 64,67
Satisfacción PDI	77,13	▼ 73,75

Preguntas/requisitos

1.- Puntos fuertes de la titulación

La tasa de éxito y de evaluación continúan creciendo hasta situarse en un 70% frente a restantes cursos anteriores. En los restantes indicadores se mantienen los porcentajes excepto para los indicadores más subjetivos como son los relacionados con la satisfacción de los estudiantes, cuyos valores son resultado de escueta muestra media de respuestas próxima a tres estudiantes.

2.- Puntos débiles de la titulación

Los puntos débiles se encuentran reflejados por los indicadores sobre la satisfacción global de los estudiantes que baja casi 20 puntos, al igual que la satisfacción del profesorado con una merma de casi 10 puntos con respecto cursos anteriores. Desde el punto de vista de la coordinación del Máster, dichos puntos débiles pudieran no tiene una base objetiva clara al contar dichos indicadores con muestras muy reducidas de estudiantes.

3.- Propuestas de mejora de la titulación para el curso 2021/2022

Se plantea la homogeneización de los TFM con el fin de equiparar y establecer un nivel de exigencia. Para ello, a lo largo del curso 2019_2020, se proponen rúbricas y un espacio digital comunitario con el fin de facilitar la supervisión y seguimiento de los trabajos iniciados. Para el curso 2020/21 se propone continuar trabajando en la propuesta de un repositorio que facilite la tutorización y realización de los TFM de acuerdo a lo establecido.

4.- Seguimiento y revisión de las acciones de mejora propuestas en cursos anteriores

Producto de las mejoras emprendidas puede referirse el indicador de egresados por curso, que continúa creciendo y es superado un curso más con 28 egresados en el 2020/21. Desde el punto de vista cualitativo, los TFM muestran mayor consistencia en cuanto a formato y nivel académico,

reflejándose ambos aspectos en las calificaciones de los trabajos realizados a lo largo del curso 2020/21.

Anexo. Aportaciones de los equipos docentes

ANÁLISIS SOCIOLÓGICO PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

COMUNICACIÓN E INSTITUCIONES TOTALES

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS DEMOCRACIAS

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

CULTURAS POLÍTICAS, CIUDADANÍA Y DEMOCRACIA: PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS

Puntos fuertes

- La planificación docente es relativamente fácil, dado que cuentan con materiales que se pueden descargar desde la web de la asignatura.
- Los resultados de la formación son evidentes dado que muchos de ellos lo aplican en sus propios lugares de trabajo, o les sirve para mejorar su trayectoria curricular
- Es una asignatura eminentemente práctica, que toca un tema de máxima actualidad como es el análisis de redes sociales. La ventaja fundamental se debe a las características del alumnado, muchos de ellos periodistas o politólogos trabajando en gabinetes de comunicación.
- La actividad docente parte de los materiales colgados en la web de la asignatura, más las consultas que hacen los estudiantes en el foro de Alf o en el correo particular de los profesores
- La calidad y cantidad de información suministrada a los estudiantes en los programas y guía docente de la asignatura es razonable y suficiente.

Puntos débiles

- La asignatura debería contar con más herramientas de análisis cuantitativo gratuitas. Todos los años se les facilitan algunas, pero al poco tiempo desaparece el acceso gratuito y se convierten en aplicaciones de pago. Es la estrategia normal de las empresas, pero crea incertidumbre entre los estudiantes.
- Debido a las dificultades para acceder a aplicaciones gratuitas que permitan el análisis, se les recomienda hacer trabajo artesanal y más análisis cualitativo del discurso. De este modo, la debilidad anterior se convierte en fortaleza, pues el análisis cualitativo, suele resultar más riguroso

Propuestas de mejora

- Realizar algún convenio con empresas que nos permitan utilizar aplicaciones para el análisis cuantitativo en las redes sociales
- Introducir a los alumnos en temas de programación, para facilitar la descarga de información de las redes sociales tipo Twitter
- Mejorar y ampliar los materiales y la información suministrada a los estudiantes en programas y guías docentes

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

- Se ha hecho un seguimiento de los problemas de los estudiantes para acceder al tipo de aplicaciones que necesita la asignatura, pero es un problema que necesita de una actualización constante.

ENCUESTAS Y CAMPAÑAS, LÍDERES POLÍTICOS Y CIUDADANOS

Puntos fuertes

- Lecturas textos ingles obliagtorias
- Actividad valorada 30% sobre casos

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

ESTRUCTURA, MARCOS Y MODELOS CULTURALES EN LA COMUNICACIÓN PÚBLICA: LOS CASOS DE LA ALIMENTACIÓN Y EL CAMBIO CLIMÁTICO

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

ESTRUCTURAS, MARCOS Y MODELOS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Puntos fuertes

- El estudiantado muestra satisfacción con los contenidos de la asignatura
- La participación de los/as estudiantes en los foros del curso virtual es muy elevada, y de calidad, en los apartados dedicados a la reflexión sobre los contenidos

- Existe un foro específico donde estudiantes y Equipo Docente comparten documentos, noticias, artículos... de interés relacionados con los contenidos de la asignaturas y temas de actualidad

Puntos débiles

- La bibliografía obligatoria puede quedar desactualizada cada curso, por lo que se intenta complementar con artículos recientes en cada curso académico

Propuestas de mejora

- Actualizar la bibliografía básica para responder a los contenidos de la asignatura de forma dinámica

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

LA RECEPCIÓN EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN MEDIADA

Puntos fuertes

- Inmersión en un campo novedoso desde una perspectiva dialógica

Puntos débiles

- Número excesivo de alumnos que hace imposible su realización mediante prácticas exclusivamente

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

MOVIMIENTOS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

Puntos fuertes

- Es una asignatura que resulta atractiva al alumnado
- Al plantearse tareas abiertas, el alumnado se adapta con facilidad a la asignatura
- La PEC supone el 30% de la nota y el examen el 70%.
- Los/as alumnos/disponen de bibliografía copyleft en pdfs, aminorando así costes económicos.

Puntos débiles

- No existen unos manuales "cerrados" o específicos para la asignatura, con lo cual el alumnado se pierde un poco.

Propuestas de mejora

- Ir actualizando la bibliografía sugerida al alumnado
- Lograr un formato de examen que se adapte más a presencial y Avex a la vez.

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

- Cada curso el equipo docente evalúa el curso y realiza cambios puntuales para su mejora

NUEVAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN CIUDADANA

Puntos fuertes

- Los textos obligatorios son muy didácticos y prácticos. El libro de lectura obligatoria ha sido elaborado para esta asignatura por uno de los profesores.

Puntos débiles

- Algunos estudiantes tienen problemas para redactar con coherencia el trabajo final por carecer de las habilidades necesarias para ello. Tales habilidades deberían haberlas adquirido a lo largo del bachillerato y del Grado.

Propuestas de mejora

- Este curso 2021-22 se va a incluir un nuevo icono en los cursos virtuales señalando los errores más habituales de los trabajos finales.

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

OPINIÓN PÚBLICA Y PARTICIPACIÓN

Puntos fuertes

- Aborda lecturas de diferentes autores, desde distintas perspectivas, para el análisis de la opinión pública. Ello supone una apertura teórica y reflexiva importante para el estudio de este concepto.
- Siguen siendo los mismos que en cursos anteriores, teniendo en cuenta las características de la asignatura:
- Los foros de la asignatura son muy activos pues el equipo docente plantea una serie de actividades que sirven como puntos de reflexión, de tal forma que los estudiantes pueden participar en la conformación del enfoque sobre la asignatura.
- Tratándose de una asignatura de estas características, no se realiza examen, sino dos actividades de evaluación (ensayo crítico de carácter teórico y trabajo de caso aplicado) que permiten un trabajo maduro y completo.

Puntos débiles

- La temática de algunas de las actividades planteadas en el foro como dinámica del curso, ha quedado algo obsoleta y sería interesante replantearlas para una mayor conexión con procesos actuales

Propuestas de mejora

- Se van a introducir o replantear algunas de las actividades del curso, que suponen el trabajo continuo de los estudiantes en el foro, para que tengan mayor conexión con procesos actuales.

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

- Consideramos que la asignatura funciona bastante bien y suscita bastante participación e interés entre los estudiantes, por lo que las cuestiones a revisar pasan por intentar mantener las potencialidades de la asignatura, y la coordinación del equipo docente en su seguimiento.

RELACIONES DE COMUNICACIÓN EN INVESTIGACIÓN

Puntos fuertes

- Tasa de éxito alta

Puntos débiles

- El soporte informático

Propuestas de mejora

- Avanzar en estrategias que palien las deficiencias del soporte informático.

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

- Grado de satisfacción de los estudiantes.

RELIGIÓN ON LINE - ON LINE RELIGIÓN. ACTORES, COMUNIDADES Y COMUNICACIÓN DE LA RELIGIÓN EN LA RED

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

RELIGIÓN ON LINE. LA COMUNICACIÓN DE LA RELIGIÓN EN LA RED

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

RETÓRICA, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD: METÁFORA Y MARCOS COGNITIVOS

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

SOCIEDAD MUNDIAL: PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN

Puntos fuertes

- Asignatura rodada
- Experiencia de innovación docente al hilo de la pandemia

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

TRABAJO FIN DE MÁSTER EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones

TUTELA TFM MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA

Puntos fuertes

Sin aportaciones

Puntos débiles

Sin aportaciones

Propuestas de mejora

Sin aportaciones

Seguimiento y revisión de las acciones de mejora

Sin aportaciones