
INFORME DE GESTIÓN

2023/2024

calidadUPV

**MASTER UNIVERSITARIO EN
COMUNICACIÓN TRANSMEDIA**

E. Politécnica Superior de Gandia

Objetivo.

Objetivo del informe:

- Analizar la información cuantitativa y cualitativa proporcionada por el SIQ UPV al objeto de proponer acciones de mejora.
- Analizar y rendir cuentas del desarrollo de las acciones de mejora propuestas en ediciones anteriores.

El informe ha sido elaborado por la Comisión Académica del Título, compuesta por:

Dirección académica del título a cargo de: SANTANDREU MASCARELL, CRISTINA

Nombre	En calidad de
RODRIGUEZ BAZALAR, JUAN DIEGO	Alumno/a
ALONSO LOPEZ, NADIA	Personal Docente E Investigador
CABRERA MENDEZ, MARGARITA	Personal Docente E Investigador
DIEZ SOMAVILLA, REBECA	Personal Docente E Investigador
LLORCA ABAD, GERMAN	Personal Docente E Investigador
ALBA FERNANDEZ, JESUS	Presidente/a
SANCHEZ MORCILLO, VICTOR JOSE	Secretario/a
FAYOS GARCIA, VIRGINIA	Vocal

1. Análisis del funcionamiento y resultados del título

Fuente: Sistema de Información UPV Mediterrània

Nivel 1. Indicadores de actividad	Actividad docente			Actividad investigadora	Demanda	
	IAD ponderado	Tasa de PDI Doctor	Tasa de PDI a tiempo completo	IAI ponderado	Tasa de matriculación	Tasa oferta y demanda
Meta actual	NP	90	90	NP	95	200
Resultado 23/24	4.6	85.7	78.6	2.3	96.7	460
Meta propuesta	NP	90	90	NP	95	200

NP: No procede

Nivel 1. Indicadores de actividad del Título

1. Actividad docente:

IAD Ponderado

El resultado para el curso 2023-2024 fue de 4.6, ligeramente inferior al valor del curso 2022-2023 (4.92). Según el rango de clasificación encontrado, este valor de 4.6 se sitúa en la categoría aceptable.

Tasa de PDI no doctor

La tasa de PDI Doctor alcanzada fue del 85.7%, quedándose por debajo de la meta del 90%. Este nivel se debe considerar como bueno, porque en este máster, existe una asignatura, Storytelling, que es impartida toda por personal profesional externo (no asociados) y ya fue diseñada así. Lo que faceta de forma relevante a este indicador.

Tasa de PDI a tiempo completo

La tasa de PDI a tiempo completo fue del 78.6%, también por debajo de la meta del 90%. Este valor se clasifica como aceptable teniendo en cuenta lo comentado anteriormente. Esto indica que un número significativo de docentes tiene dedicación parcial, ya que su actividad principal es profesional, lo cual da un impacto y diferenciación en la disponibilidad y calidad de la enseñanza.

2. Actividad investigadora:

El valor del IAI ponderado para este curso fue de 2.3. Al no tener una meta no se puede evaluar el resultado.

3. Demanda:

Tasa de Matriculación:

La tasa de matriculación fue del 96.7%, superando la meta del 95%. Este resultado se considera excelente, muestra un alto nivel de interés y efectividad en la conversión de estudiantes interesados en matriculados: refleja una adecuada gestión en la captación y retención de estudiantes.

Tasa de Oferta y Demanda:

El valor alcanzado fue de 460, significativamente superior a la meta de 200. Este índice indica un altísimo nivel de demanda en comparación con la oferta, y se clasifica como excelente. La elevada demanda refuerza la competitividad y el atractivo del máster, contribuyendo a su sostenibilidad y reputación.

Justificación de las nuevas metas planteadas:

No procede.

Nivel 2. Indicadores de resultados	Docencia				Internacionalización			Empleabilidad		
	Tasa de graduación	Tasa de abandono inicial	Tasa de eficiencia	Tasa de rendimiento	Número de alumnos de intercambio recibidos	Porcentaje de alumnos titulados que han realizado intercambio académico	Porcentaje de estudiantes de nacionalidad extranjera	Porcentaje de alumnos titulados que han realizado prácticas en empresa	Porcentaje de no desempleados (encuesta a los 3 años)	Autoeficacia a los tres años
Meta actual	90	5	90	95	2	1	50	20	65	6.5
Memoria Verificación	90	5	90							
Resultado 23/24	60	16	91.8	96.4	1	8	59.5	36		
Meta propuesta	90	5	90	95	2	1	50	20	65	6.5

Nivel 2. Indicadores de resultados del Título.

1. Docencia:

Tasa de Abandono Inicial:

El resultado para el curso 2023-2024 fue de 16%, considerablemente superior a la meta de 5%. Es importante señalar que la gran mayoría de los estudiantes que abandonan el programa lo hacen antes de comenzar las clases, lo que impide identificar claramente las causas de este abandono inicial. Este resultado contrasta con los buenos resultados observados en la tasa de matriculación (96.7%) y la tasa de oferta y demanda (460), que reflejan un alto nivel de interés en el máster. Esto sugiere que el programa es atractivo y competitivo. Se observa que tal vez este desafío se encuentre en el proceso de inscripción y matriculación, que permite elevar el número de matriculados que no llegan ni a asistir a las clases.

Tasa de Graduación:

La tasa de graduación alcanzada fue de 60%, considerablemente por debajo de la meta de 90%. Dada la experiencia de cursos anteriores, el perfil del alumnado y las conversaciones mantenidas con ellos, todo cabe indicar que esta disminución se debe en gran parte a que un mayor número de estudiantes tiene pendiente la defensa del TFM. En algunos casos, los estudiantes internacionales posponen su defensa debido a restricciones de visado, lo cual está fuera del control del programa. Otros estudiantes han realizado prácticas extracurriculares cuya carga horaria no está reconocida oficialmente en el máster, lo que ha retrasado su disponibilidad para completar el TFM. A pesar de estas circunstancias, la tasa de rendimiento fue del 96.4%, superando la meta del 95%, lo cual indica que los estudiantes están cumpliendo satisfactoriamente con los créditos en los que se matriculan.

Tasa de Eficiencia:

El resultado de la tasa de eficiencia fue de 91.8%, cercano a la meta del 95%. Aunque el valor es aceptable, este indicador podría mejorar con un mayor acompañamiento académico y con medidas que faciliten la conclusión del TFM en el tiempo previsto. No obstante, se considera que el valor actual es satisfactorio y no requiere de acciones de mejora específicas en este momento.

Tasa de Rendimiento:

Con un valor de 96.4%, la tasa de rendimiento superó la meta del 95%, indicando un buen desempeño de los estudiantes en cuanto a créditos aprobados respecto a los matriculados. Este resultado refuerza la calidad del programa y demuestra que los estudiantes se desempeñan adecuadamente en sus estudios. No se requiere ninguna acción de mejora, ya que el rendimiento actual cumple con los estándares de calidad esperados.

2. Internacionalización:

Número de Estudiantes de Intercambio Recibidos. Se considera aceptable este resultado. No se recomienda una acción de mejora, debido a la duración del máster 1 curso académico y a la apuesta por las prácticas y relaciones con empresas.

Porcentaje de Estudiantes que Realizaron Intercambio Académico:

Ningún estudiante ha realizado un intercambio académico, en comparación con la meta del 1%. No se recomienda seguir esta línea de actuación, debido a la duración del máster y a la diversidad de nacionalidades en el aula.

Porcentaje de Estudiantes de Nacionalidad Extranjera:

Con un resultado de 59.5%, esta tasa superó la meta del 50%, lo cual es un excelente indicador del atractivo internacional del máster. No se propone ninguna acción de mejora, ya que el programa cumple con los objetivos de diversidad internacional.

3. Empleabilidad:

Empleabilidad: no se tienen los datos, para evaluar estos ítems. Se recomienda como acción de mejora, realizar las gestiones y encuestas necesarias para recabar la información.

Justificación de las nuevas metas planteadas:

Dado el histórico del indicador de la tasa de graduación, se propone rebajar la meta a 75.

Nivel 3. Indicadores de satisfacción	Profesorado	Alumnado		Titulados	
	Satisfacción media del profesorado con la gestión del título	Satisfacción media del alumnado con la gestión del título	Satisfacción media del alumnado con la docencia impartida en el título	Satisfacción media del titulado con la formación recibida	Satisfacción media del titulado con la formación recibida a los tres años
Meta actual	8.5	8.5	9	7	7
Resultado 23/24	8.6	4.3	9.2	7.9	
Meta propuesta	8.5	8.5	9	7	7

Nivel 3. Indicadores de satisfacción del Título.

1. Profesorado:

El resultado alcanzado fue de 8.6, superando ligeramente la meta de 8.5. Este resultado indica un nivel de satisfacción alto entre el profesorado respecto a la gestión del título, refleja un entorno administrativo eficiente y alineado con las expectativas del cuerpo docente. Dado que el indicador es positivo, no requiere una acción de mejora urgente

2. Alumnado:

Satisfacción Media del Alumnado con la Gestión del Título:

El indicador de satisfacción del alumnado con la gestión del título fue de 4.3, considerablemente por debajo de la meta. Se debe resaltar que solo han contestado esta encuesta el 25% del alumnado, % que en una clase de media de 30 alumnos consideramos baja y no representativa. No se recomienda acciones de mejora pero se mantiene la línea de trabajo de:

- Implementar tutorías o sesiones de orientación sobre la gestión académica del máster.
- Aumentar la accesibilidad y claridad de los recursos y servicios ofrecidos al alumnado.

Satisfacción Media del Alumnado con la Docencia Impartida en el Título:

Con un valor de 9.2, este indicador supera la meta de 9, refleja una alta satisfacción del alumnado con la calidad de la docencia. Los estudiantes valoran positivamente el contenido y la metodología empleada, así como la preparación y dedicación del profesorado. No se requiere ninguna acción de mejora en este aspecto, ya que se ha alcanzado un nivel excelente de satisfacción en la docencia.

3. Titulados:

Satisfacción Media del Titulado con la Formación Recibida:

El resultado de este indicador fue de 7.9 (meta 7). Esto indica que los egresados están satisfechos con la formación recibida, considerando que el máster ha cumplido sus expectativas formativas y ha contribuido a su desarrollo profesional. Dado que este indicador cumple con la meta y supera ligeramente las expectativas, no se requiere una acción de mejora específica en esta área.

Satisfacción Media del Titulado con la Formación Recibida a los Tres Años:

No hay datos de este indicador. Se propone una acción de mejora en el sentido de recabar los datos necesarios para valorar este indicador.

Justificación de las nuevas metas planteadas:

No procede.

2. Análisis del nivel de alcance de las competencias

No procede: el despliegue de las CT solo lleva un año de análisis.

3. Análisis de informes de evaluaciones internas y externas

Seguimiento por parte de la Comisión de Calidad UPV

Observaciones del último informe de revisión de la Comisión de calidad UPV, con valoración: Favorable con observaciones

PUNTO 1 del Informe de Gestión

-En cuanto a la tasa de graduación se obtiene un valor de 68.18 estando la meta en 90 y el umbral de la memoria de verificación en 90. La CAT argumenta que puede ser debido a la defensa de algunos TFM en septiembre. Aun así, se debería formular una acción para mejorar este indicador y analizar las causas que se proponen.

>>>>> Dada la experiencia de cursos anteriores, el perfil del alumnado y las conversaciones mantenidas con ellos, se han analizado las causas por las que no todos los estudiantes defiendan su TFM y las conclusiones son las siguientes:

-en algunos casos, los estudiantes internacionales posponen su defensa debido a restricciones de visado, lo cual está fuera del control del programa;

-otros estudiantes han realizado prácticas extracurriculares cuya carga horaria no está reconocida oficialmente en el máster, lo que ha retrasado su disponibilidad para completar el TFM.

Aun así, se propone la acción "2286_2023_02. Mejora del seguimiento académico y apoyo específico para la finalización del TFM" para intentar mejorar este indicador. No obstante, la tasa de rendimiento fue del 96.4%, superando la meta del 95%, lo cual indica que los estudiantes están cumpliendo satisfactoriamente con los créditos en los que se matriculan.

-Para los valores de la tasa de respuesta de la encuesta de gestión del título la CAT propone animar al alumnado y al profesorado a que hagan la encuesta, pero no propone ninguna acción de mejora al respecto, y se debiera, con acciones concretas.

>>>>> Se propone la siguiente acción de mejora: 2286_2023_04. Presencia de TGA en las aulas para aumentar la tasa de respuesta de la encuesta de gestión del título.

Seguimiento y acreditaciones por parte de agencias de calidad (AVAP, ANECA,

9/4/2024. Informe de seguimiento de la AVAP favorable, con las valoraciones de B-Se alcanza en los criterios 1, 2, 4, 5 y 6, y de C-Se alcanza parcialmente en los criterios 3 y 7.

Se toman en consideración especial las observaciones relativas al criterio 7:

1-se hace necesario establecer acciones de mejora en lo relativo a los valores de graduación (68,2% sobre un 90% verificado) y los valores de abandono (9,1% sobre un 5% verificado);

2- se recoge la tasa de participación adecuada en determinados casos (Encuestas al estudiantado sobre la docencia impartida en el título, por encima del 50%; Encuestas de opinión sobre la gestión del título, 42,11%

en profesorado en 2022, y egresados,100%), si bien en otros casos se han de establecer acciones de mejora para incrementar los valores evidenciados (Encuestas de opinión sobre la gestión del título, 2,94% en estudiantes en 2022)

4. Análisis de comunicaciones de los grupos de interés

En el curso 2023-2024, se recibieron comentarios y observaciones a través de los canales institucionales (SQF, Mistral y defensor de la Comunidad Universitaria), así como de encuestas de gestión.

Observaciones de PDI: No se registraron observaciones o sugerencias por parte del Personal Docente e Investigador (PDI) en la encuesta de gestión. Esto sugiere un grado de satisfacción o una falta de participación. Se recomienda continuar incentivando al PDI para que ofrezca retroalimentación en futuras encuestas.

Observaciones de Estudiantes: En la encuesta de gestión del título, se recibieron un total de 4 observaciones por parte de los estudiantes, siendo destacable la de un alumno que solicitó que los contenidos y el sistema de evaluación fueran discutidos y consultados con los estudiantes, a pesar de que estos elementos ya están claramente detallados en las guías docentes. Tras dialogar con el alumno, se le recordó que los contenidos y evaluaciones son establecidos por los docentes, quienes tienen la responsabilidad y experiencia académica en la planificación de la enseñanza. Esta opinión no se consideró representativa de la mayoría del colectivo estudiantil.

No obstante se seguirá trabajando como hasta ahora, para:

Mejora de la Comunicación: Fortalecer un sistema de información más accesible y claro, facilitando respuestas rápidas y directas al alumnado.

Orientación Personalizada: Aumentar la frecuencia de tutorías y sesiones informativas, ya en curso, para abordar dudas administrativas y mejorar la comprensión del proceso académico.

Informe de Sugerencias, Quejas y Felicidades

A través del sistema de sugerencias y quejas (SQF), se recibió una felicitación por la gestión del título, destacando el compromiso de la coordinación y el personal administrativo. No se registraron otras quejas o sugerencias formales, lo que puede interpretarse como una señal de satisfacción o, alternativamente, como una oportunidad para fomentar una mayor interacción y participación de los grupos de interés.

Comentarios de las Encuestas sobre la Gestión del Título

Los comentarios de las encuestas revelan un nivel de satisfacción positivo en general, aunque con áreas de mejora en la gestión y soporte administrativo. La valoración de la docencia es excelente, destacando la calidad académica del máster. En cuanto a los resultados de las encuestas de gestión de título, no se observa nada que mejorar en el ámbito administrativo sino que va más enfocado a mejoras en los contenidos del máster y en las expectativas de 4 alumnos del máster que son contradictorios a los resultados de la valoración académica del título.

5. Revisión de la información pública

Comprobar que la información publicada en la microweb de la titulación es veraz, pertinente y se encuentra actualizada. En particular:

-Revisar la información estática que aparece en la página principal: <http://www.upv.es/titulaciones/MUCT/>

-Revisar la información estática que aparece en '¿Quieres saber más?':

<http://www.upv.es/titulaciones/MUCT/info/masinformacionc.html>

-Revisar información publicada por la propia ERT

Resultado de la revisión de la web del título:

Subsanadas las observaciones del anterior IGt.

6. Acciones de mejora

Tipos de origen de las acciones de mejora

- A. Nivel de alcance de las competencias transversales.
- B. Seguimiento interno por parte de la CC UPV.
- C. Seguimiento y acreditaciones por parte de agencias de calidad externas.
- D. Comunicaciones de los grupos de interés.
- E. Revisión de la información pública.
- F. Iniciativa propia de los responsables del título.

6.1. Análisis de las actuaciones propuestas en años anteriores

Mejoras finalizadas

Código	Origen	Acción de mejora	Resultados finales
2286_2020_02	F	Aumentar las relaciones con empresas y asociaciones empresariales para incentivar y aumentar el número de prácticas	Dados los buenos resultados de esta acción, se puede dar por finalizada: la colaboración con las empresas es estable y sólida.
2286_2020_03	F	Continuar con las acciones de promoción, difusión y mejora de las redes sociales del máster	Las actividades de promoción han dado sus frutos y se continuará en el mismo sentido. (Consultar pdf anexo)
2286_2021_03	F	Colaboración con empresas para la realización de TFM y proyectos transversales	Es una acción ligada al fomento de las prácticas extracurriculares. Visto el resultado positivo, se finaliza esta acción y se mantiene en la misma línea.
2286_2021_04	F	Colaboración entre los alumnos de los distintos másteres del Campus de Gandia para realizar el TFM	Se intenta buscar sinergias para lograr este objetivo: ha habido dos TFM entre el MUCT y el MUPD, y se seguirá trabajando en la misma línea.
2286_2022_01	B	Asignar los resultados de aprendizaje a las asignaturas que son punto de control de alguna de las cinco competencias transversales UPV.	Asignación concluida.

Mejoras canceladas

Código	Origen	Acción de mejora	Motivo de la cancelación
2286_2021_05	F	Modalidad de semipresencialidad e internacionalización, propuesta por el Vicerrectorado de Internacionalización Y Comunicación	Aunque la acción de mejora remitida al AGEST tuvo el resultado de valoración favorable, con la experiencia de los cursos pasados se desestima la modalidad semipresencial dada la naturaleza práctica del máster.

6.2. Propuesta de nuevas acciones de mejora

Código	Origen	Acción de mejora	Motivación
2286_2023_01	F	Solicitud de requisito lingüístico de español de nivel C1, en lugar del B2 que consta en la memoria de verificación.	El nivel B2 no se considera suficiente para cursar el máster: se exige un cierto dominio de competencia lingüística más cercano al de un hablante nativo, y de habilidades académicas que ya son requeridas en el nivel C1. (Consultar pdf anexo)
2286_2023_02	F	Mejora del seguimiento académico y apoyo específico para la finalización del TFM	Dados los indicadores de la tasa de Graduación, se plantea esta acción para facilitar la conclusión del TFM y apoyar a los estudiantes en trámites administrativos.
2286_2023_03	F	Recabar datos de Empleabilidad	No disponemos de los datos del Porcentaje de no desempleados (encuesta a los 3 años de titularse) y de Autoeficacia a los tres años. Se propone esta acción en el sentido de recabar los datos necesarios para valorar este indicador.
2286_2023_04	F	Presencia de la TGA en las aulas para aumentar la tasa de respuesta de la encuesta de gestión del título.	A pesar de la petición del profesorado y de los responsables del título, es difícil conseguir que el estudiantado participe en esta encuesta. La TGA de la ERT se ofrece a pasar por las aulas para explicar la relevancia de esta fase de control de calidad de los títulos.

6.3. Otras acciones de mejora ejecutadas

7. Valoración global del título (autoevaluación)

En términos generales, el Máster en Comunicación Transmedia continúa siendo un programa atractivo y competitivo, con indicadores sólidos en varias áreas clave. La demanda del título es alta, como se refleja en la tasa de oferta y demanda (460, superior a la meta de 200) y la tasa de matriculación (96.7%), lo cual confirma el creciente interés de estudiantes nacionales e internacionales. Este éxito en la demanda y matriculación consolida la reputación académica del máster.

En docencia, la satisfacción del alumnado con la docencia (9.2) destaca como un punto fuerte, reflejando la alta calidad pedagógica y el compromiso del profesorado. Aunque las tasas de PDI no doctor y PDI a tiempo

parcial no alcanzan las metas fijadas, el máster mantiene su compromiso de integrar profesionales externos que aportan un gran valor profesional y docente, enriqueciendo la experiencia y formación práctica de los estudiantes.

La internacionalización es otro punto fuerte, con un 59.5% de estudiantes extranjeros, superando la meta del 50%. Esto enriquece la experiencia multicultural y el alcance global del programa, aunque los resultados en movilidad académica son muy limitados, con solo un estudiante recibido en intercambio, debido a la duración del máster. Consideramos relevante aprovechar la diversidad de nacionalidades durante el curso más que incentivar a los alumnos a realizar un intercambio, así se continúa con la línea de la profesionalización y la apuesta por las prácticas, debido a su cercanía con la realidad profesional.

En empleabilidad, el máster no tiene datos, por lo que no se puede hacer una reflexión: esperamos tener datos suficientes el próximo curso.

Visión de futuro: En el próximo curso, el máster se enfocará en mantener sus fortalezas en docencia y relaciones con empresas. El objetivo es optimizar la experiencia del estudiante y afianzar la calidad del programa, fortaleciendo así la competitividad del máster y aumentar las posibilidades laborales de nuestros egresados

8. Sugerencias de mejora del SIQ

Opcionalmente evaluad y proponed sugerencias de mejora del sistema de garantía de calidad de los títulos

Propuesta de mejora de la aplicación del informe de gestión:

Al preparar el informe de gestión, se ha observado que la aplicación utilizada presenta oportunidades de mejora para hacer más fácil y ágil el proceso de redacción y consulta de datos. Actualmente, la estructura requiere abrir, cerrar, guardar y salir de varias "secciones/puntos" e incluso del propio informe para poder consultar toda la información necesaria, lo que hace que la navegación sea lenta y dificulta tener a la vista todos los datos al escribir cada punto. Sería de gran ayuda poder visualizar los datos relevantes directamente en cada sección/punto del informe para facilitar el acceso y agilizar el proceso. Estas mejoras en la interfaz y en las funcionalidades harían que la elaboración del informe fuera mucho más sencilla y efectiva.

Buenas prácticas:

Sería muy útil contar con alguna forma de compartir las buenas prácticas de otros grados y másteres que consiguen alcanzar o incluso superar sus metas. Esto podría incluir, por ejemplo, cómo logran que más estudiantes completen las encuestas o qué estrategias aplican para que los estudiantes de másteres de un año terminen el TFM a tiempo, lo que les permite acercarse más a la tasa de graduación propuesta. Además, sería ideal poder filtrar esta información por grados y másteres con características similares en cuanto a duración y perfil de alumnado. Así, podríamos adaptar estrategias que realmente se ajusten a cada titulación y aprender de lo que está funcionando bien en otros casos.

REFADOR

calidadUPV

ANEXOS

2023/2024

MASTER UNIVERSITARIO EN
COMUNICACIÓN TRANSMEDIA POR LA
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

E. Politècnica Superior de Gandia



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

CAMPUS DE GANDIA



SERVICIO
INTEGRADO
DE EMPLEO

Memoria de prácticas 7/03/2022 - 30/06/2022

Diseño gráfico y promoción de masters UPV (Campus de Gandia)

MÁSTER UNIVERSITARIO

comunicación
transmedia

Alumno/a: Adrián Juárez Iniesto

Tutor/a: Cristina Santandreu

1. Descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado.

La duración de las prácticas curriculares han sido un total de 3 meses. El objetivo de estas prácticas ha sido el mantenimiento y la creación de la identidad gráfica de los másters de La Universitat Politècnica de Valencia, en concreto en el campus de Gandía. Han sido un total de 4 másters:

- Máster en Comunicación Transmedia
- Máster en Evaluación Ambiental de Ecosistemas Marinos y Costeros (MEMIC)
- Master en Postproducción digital
- Master en Ingeniería Acústica

Como diseñador, el objetivo era generar recursos gráficos dentro de las tareas de promoción de estos másters tanto dentro de la universidad como fuera de ella.

Dentro de este objetivo nos planteamos trabajar llevando un orden concreto de actuación. Empezamos con el cambio de imagen para los másters a partir de la imagen corporativa que había creado la anterior diseñadora. El ejercicio consistió en como originar un diseño más moderno, dentro de lo que ya había hecho incluyendo figuras, paletas de colores, etc.

Esto se resolvió de manera que el diseño le diese total importancia a la paleta de colores incluyéndose del todo en tipografías, títulos, imágenes, formas, etc. Por otra parte, las imágenes, quedarían en blanco y negro para darle importancia a esta paleta.

Esto se decidió así ya que el diseño de los cuatro másters tenían que tener un hilo conductor, y el hecho de que tuviesen la misma identidad visual, salvo la paleta de colores que fue personalizada para cada uno, ayudo a crear una identidad reconocida como máster UPV en el campus de Gandia.

El siguiente objetivo fue implementar estos diseños a las redes sociales de los másters. Poco a poco y con una programación planteada por Fran (Community Manager), fui añadiendo estos diseños a las publicaciones de Instagram, twitter, Facebook y LinkedIn. En estas publicaciones entran; Post, Stories, Reels, Videos, Portadas, Etc.

La promoción en redes no se quedo solo en el diseño, si no en campañas con estrategias firmes para promocionar el los másters. Dos de estas campañas son:

- #SOMOS
- El diario de un becario

La campaña somos tiene como idea crear una comunidad, en concreto la comunidad de másters UPV en el campus de Gandia bajo el eslogan: ...somos másters UPV, somos Campus Gandia, ¿te apuntas?. Esta última pregunta hace referencia a la campaña que tiene la propia UPV.

Se crearon una serie de vídeos con recursos propios para incentivar que el futuro alumno de máster se sintiese atraído por el campus de Gandia. Además contamos con la participación de una locutora profesional para la locución de los vídeos, los cuales tenían un guión elaborado.

Por otra parte, el diario de un becario consistió en mini entrevistas a los alumnos del Máster en Comunicación Transmedia y MEMIC que hubiesen hecho prácticas para promocionar lo activa que es la universidad en cuanto a tema laboral. Para estos vídeos contamos con la participación de un postproductor profesional que también estudiaba el máster en Comunicación Transmedia. Nos ayudo con las cabeceras y rótulos.

Mientras tanto, la promoción de los másters no se quedaba en redes sociales. Durante el curso escolar se realizaron distintas ferias de promoción entre empresas y alumnos y charlas informativas. Mi trabajo dentro de esto consistía en elaborar recursos de promoción como trípticos, roll-ups, power points, vídeos y fotos.

Todos estos recursos estaban pensados para llevar la nueva imagen creada para los másters. Dos de ellos, El Máster en Comunicación Transmedia y el MEMIC ya tenían una imagen sólida, pero el Máster en Postproducción y el Máster en ingeniería Acústica tenían unos logo muy antiguos y sin fuerza, por lo que, otra de mis tareas a realizar fue la elaboración del rediseño de los logos de estos dos másters y su colorimetría, generando paletas de colores que se fusionasen bien con las que ya existía.

Adjunto links a las redes sociales de los másters con sus diseños:

- Máster en Comunicación Transmedia:

<https://www.instagram.com/mastransmedia/>

- Máster en Evaluación Ambiental de Ecosistemas Marinos y Costeros (MEMIC):

<https://www.instagram.com/mastermemic/>

- Master en Postproducción digital:

<https://www.instagram.com/maspostproduccion/>

- Master en Ingeniería Acústica:

<https://www.instagram.com/maspostproduccion/>

Adjunto imágenes de los recursos generados para estos:

Figura 1: Certificado



Figura 2: Roll - up



Figura 3: Tripticos

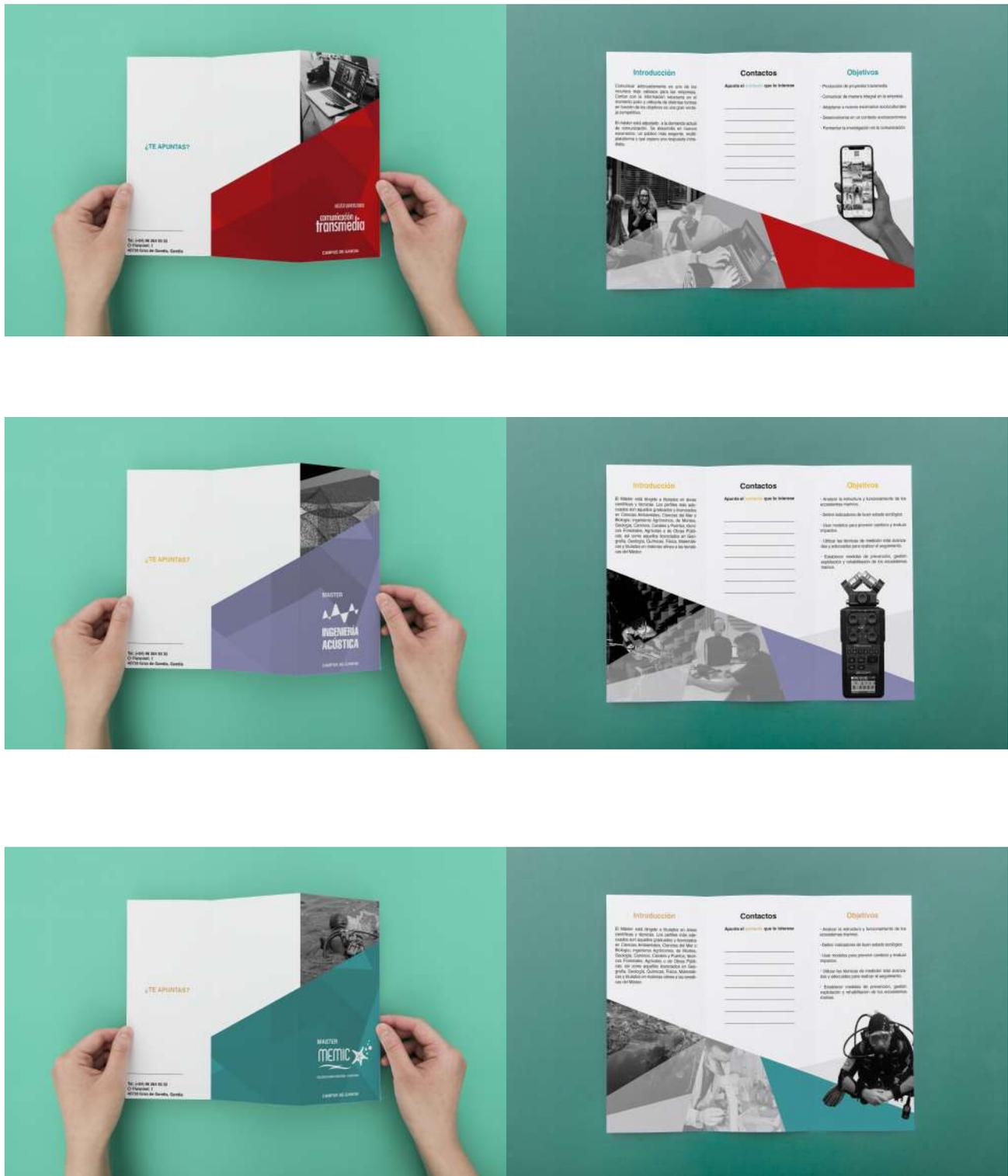


Figura 4: Logos y colorimetría

Máster en Postproducción Digital, basándome en el imaginario colectivo de lo digital con esa pixelización de la tipografía del propio logo siguiendo la estética de los logos y la propia imagen de la UPV, minimalista y tipográfica.



Máster en Ingeniería Acústica , basándome en el imaginario colectivo de lo acústico con esas ondas minimalistas en coherencia con la imagen minimalista antes hablada de la UPV.

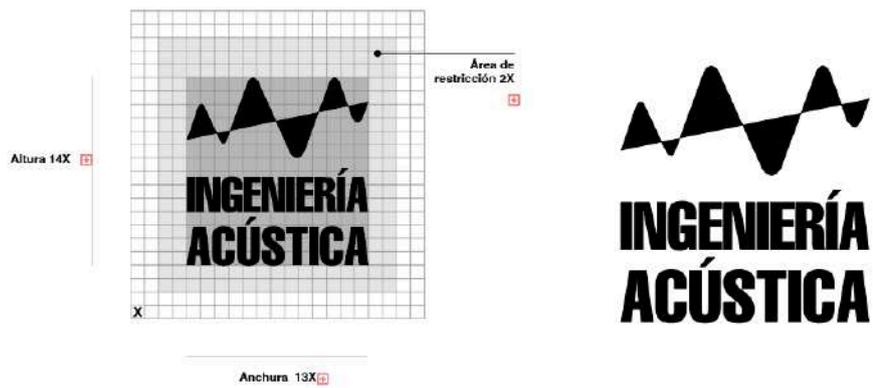
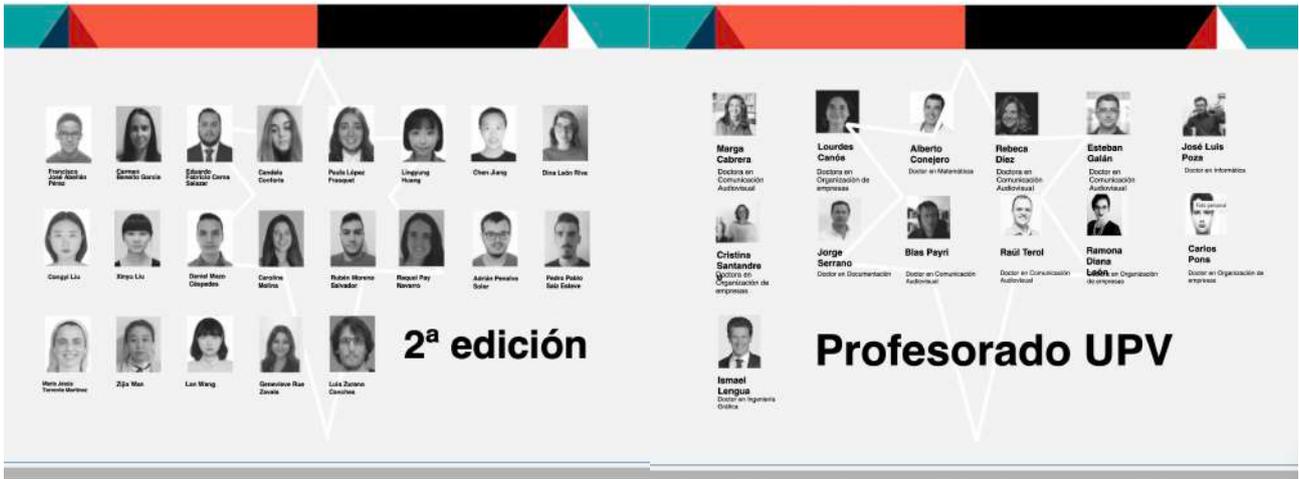


Figura 6: Power Point





Campañas #SOMOS y diario de un becario:

masteracustica · Follow
Original audio

masteracustica La ingeniería acústica es un área multidisciplinar que cada vez requiere de más profesionales especializados como TÚ 🧐

Nuestro objetivo como máster es conseguir que te especialices en ámbitos como la acústica arquitectónica y medioambiental, la electroacústica y los ultrasonidos y métodos de simulación, aplicando estos conocimientos en colaboraciones con importantes empresas del sector y proyectos de investigación 📈

Así que no se tú, pero yo no me lo perdería...

¿Te apuntas? 😎

@upvcampusgandia 📍

#SOMOS #somoscampusgandia

2 w

ha habido un gran incremento normativo

Liked by fran_dix7 and 4 others

JUNE 28

Add a comment... Post



mastransmedia · Following
Original audio

mastransmedia Hoy estrenamos nueva sección en @mastransmedia !!

Estábamos pensando en cómo podíamos contaros las oportunidades que ofrece el máster para hacer prácticas en grandes empresas de distintos sectores 😊

Y qué mejor que los propios alumnos del curso 21/22 contándonos su experiencia 😊

🌐 Hoy os presentamos "Diario de un becario" 🌐

¡Esperamos que os guste! 🥰

@upvcampusgandia

46 m

fran_dix7 🗳️🗳️🗳️🗳️🗳️🗳️🗳️

45 m 1 like Reply

— View replies (2)

👍 🗨️ 📌

Liked by fran_dix7 and 8 others

46 MINUTES AGO

😊 Add a comment... Post

2. Valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridas en relación con los estudios universitarios.

Las tareas a realizar durante las practicas se relacionaban en gran medida con los estudios cursados, en mi caso 3º de Comunicación Audiovisual.

Asignaturas como diseño gráfico y Expresión Gráfica me ha ayudado en cuanto a temas básicos de diseño y utilización de las herramientas de trabajo como Illustrator, Photoshop, InDesign, etc. Y por otra parte, asignaturas como publicidad, ideación de formatos, expresión escrita en castellano, etc; me han ayudado a la hora de crear, componer y estructurar campañas de comunicación y como relacionarlas en los distintos formatos.

Por todo lo demás, en gran medida he aprendido de cursos externos ampliando conocimientos que en los que no he profundizado en la universidad en cuanto a diseño, sobre todo diseñar para impresión.

Por último, mi acercamiento a los alumnos, profesores, especialistas y a mi tutora del Máster en Comunicación Transmedia, me ha enseñado mucho sobre este

mundo transmedia que he acabado aplicando en los ejercicios que se me proponían.

3. Relación de los problemas planteados y de los procedimientos seguidos para su resolución.

Las problemáticas que se han ido dando a medida que realizábamos los ejercicios se han ido resolviendo a su paso con procedimientos concretos adaptados según la problemática.

Mi trabajo muchas veces dependía del horario de publicaciones para las redes, el cual iba variando según se acercaban eventos, fechas importantes, etc. la solución a esto fue dejar publicaciones en Stock ya hechas para cuando llegase el momento de subir algo de urgencia hacerlo.

Algo que me ha enseñado este trabajo es a organizarme directamente con otros departamentos para realizar un trabajo en conjunto. Además, me ha enseñado que en muchas ocasiones ocurren problemas que te impiden llevar un buen trabajo en momentos comprometidos y sacarlo tomando la situación bajo control con tus propios recursos. Esto es algo que para mi futuro como diseñador gráfico, que trabajo con herramientas muy específicas y bajo varios departamentos en la preproducción de proyectos, voy a valorar.

4. Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje han supuesto las prácticas.

La carga de aprendizaje durante mis prácticas han sido notorias. Temas como la gestión y la organización con más personas han sido claves para este trabajo, algo que antes de entrar me costaba.

He aprendido a gestionar encargos con tiempo de antelación e ir comunicándome directamente con mis supervisores para comprobar que el trabajo realizado es bueno y funciona. La comunicación ha sido muy importante durante estos meses. Se que para el futuro, y más que vengo de una carrera de comunicación, me va a servir mucho.

En relación al diseño, he aprendido a escuchar mucho más a quien te pide el trabajo, tratar de que funcione y se ajuste al molde corporativo de su imagen sin importar que estético quede para mi. Lo importante es el cliente y que la comunicación funcione.

5. Evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

Por lo general, he aprendido mucho sobre comunicación corporativa dirigido hacia el diseño y el marketing digital. Mi relación con el entorno de trabajo ha sido excelente y de lo más satisfactorio, a la hora de realizar las prácticas me he sentido muy cómodo y atendido en este tema.

Creo que he tenido unos ejercicios muy reales a la hora de salir al mundo empresarial al acabar la universidad y me han aportado conocimientos que me ayudaran a desarrollarme con facilidad.

Por lo demás, no tengo sugerencias de mejora a gran escala. Quizá mayor comunicación e implicación por parte de algunos responsables de los másters.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

CAMPUS DE GANDIA



SERVICIO
INTEGRADO
DE EMPLEO

Memoria de prácticas 10/01/22 – 10/04/22

Máster universitario en Comunicación Transmedia

MÁSTER UNIVERSITARIO

comunicación
transmedia

Alumno/a: Francisco José Abellán Pérez

Tutor/a: Cristina Santandreu

1. Descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado.

La duración de las prácticas extracurriculares en el máster universitario en comunicación transmedia han tenido una duración total de 7 meses (Enero – Julio). Estas prácticas se han dividido en dos convenios diferentes: Primer convenio (10 enero – 10 abril) y segundo convenio (11 abril – 31 julio).

El objetivo de estas prácticas extracurriculares era elaborar las distintas estrategias de comunicación para los distintos másteres universitarios del campus de Gandia (Máster en comunicación Transmedia (MUCT), Máster en evaluación y gestión de ecosistemas marinos y costeros (MEMIC), Máster en ingeniería acústica y máster en postproducción digital).

Con el desarrollo de la estrategia de contenidos se pretendía avivar la identidad digital de las titulaciones en la red, con la intención de ser más visibles de cara tanto a alumnos actuales de los másteres y sus colaboradores como para atraer a posibles alumnos potenciales.

Desde un primer momento, se trabajó en base a lo que se había desarrollado en el año anterior (en el caso de MUCT y MEMIC, ya que eran los que tenían redes sociales en ese momento). En el caso de los otros dos másteres, se comenzó de cero, generando una identidad visual renovada y estableciendo una planificación de contenidos para comenzar con la actividad en dichos perfiles.

De este modo, a través de la activación en redes sociales se ha pretendido mejorar el posicionamiento de todas las titulaciones, tratando de hacerlas destacar sobre la competencia para así llamar la atención de alumnos potenciales, ya que no es tan común que las titulaciones universitarias tengan perfiles en redes sociales bien trabajados.

En mi caso personal, yo he sido el encargado de la ideación y creación del contenido para los perfiles (en el apartado de ideación de textos, ideas de contenido, planificación...), el apartado visual (Diseño de los perfiles) lo ha gestionado mi compañero Adrián, con el que he trabajado mano a mano desde el mes de abril.

En cuanto a las tareas específicas que se han desarrollado, se comenzó elaborando una planificación que se ha ido actualizando mes a mes para dotar a los perfiles de contenido con una periodicidad pautada, para así hacer ver a los usuarios que los perfiles son activos, no solo compartiendo las actividades que se desarrollan en los másteres sino también contenido de valor que aporte notoriedad a las titulaciones.

Calendario de publicaciones de los másteres universitarios:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Oh5BdlaisInPtd0LQHRjJWBnik0n pVYxLLcgo1vSMU/edit?usp=sharing>

Del mismo modo, también se ha generado un documento donde se han creado todos los contenidos pautados en el calendario, quedando estos en un documento dedicado a los textos dirigidos a cada publicación.

Documento de “copys” de las publicaciones para los másteres:
<https://docs.google.com/document/d/1euyBcYGx4yt2Qhd9wnJkIRIUoJ9PA Q340cYZ3rRbrJ0/edit?usp=sharing>

En cuanto a acciones específicas, se han generado distintas campañas para la activación de los másteres, como, por ejemplo, los vídeos promocionales que se generaron para las ferias de empleo que se celebraron en Gandia y Valencia respectivamente o los vídeos promocionales para el máster MEMIC.

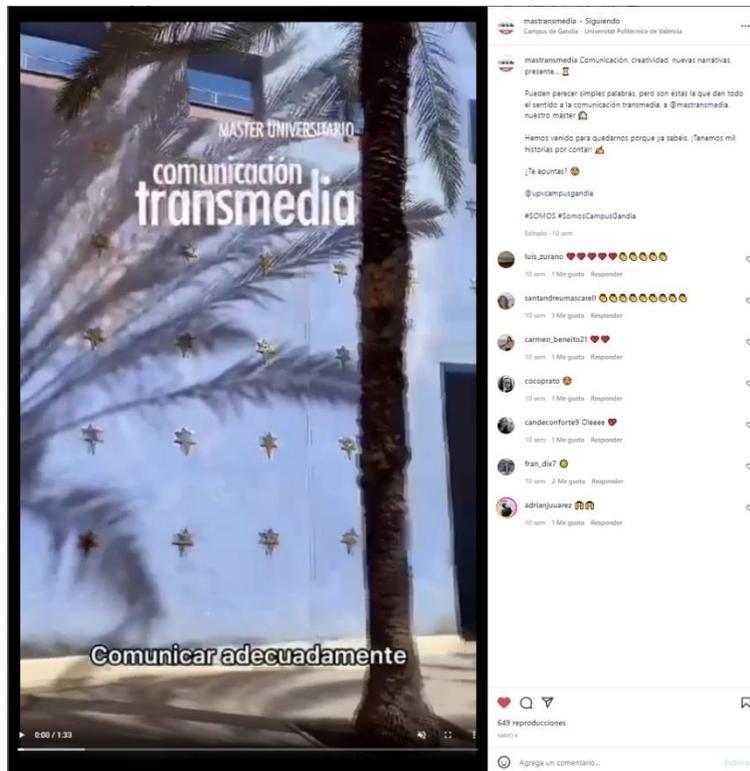


Figura 1. Vídeo promocional del máster en comunicación transmedia. Fuente: Captura de pantalla.

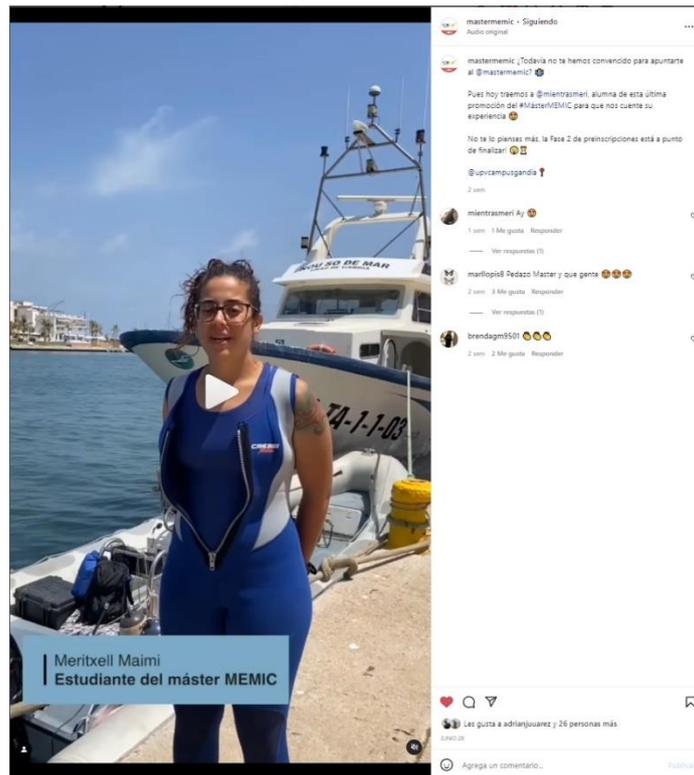


Figura 2. Vídeos promocionales del alumnado del máster MEMIC. Fuente: Captura de pantalla.

Gracias a todas estas acciones, hemos podido generar contenido que han permitido asentar más la marca de cada uno de los másteres y ha allanado el camino para aquellas personas que vayan a gestionar dichos perfiles en los próximos años.

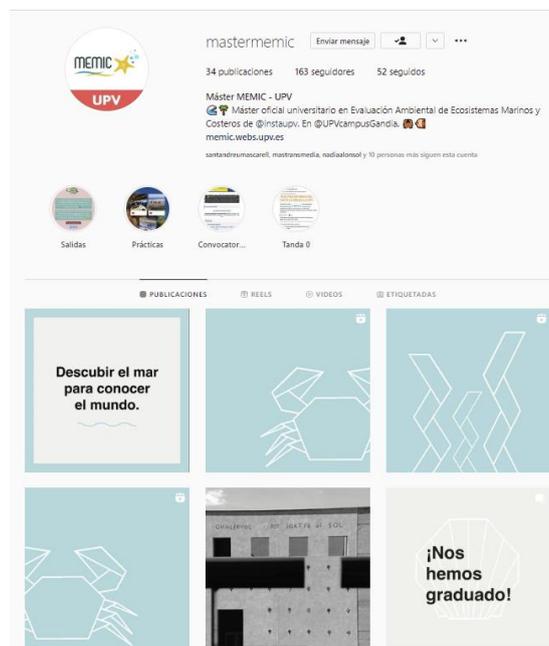


Figura 3. Perfil de Instagram del máster MEMIC. Fuente: Captura de pantalla.

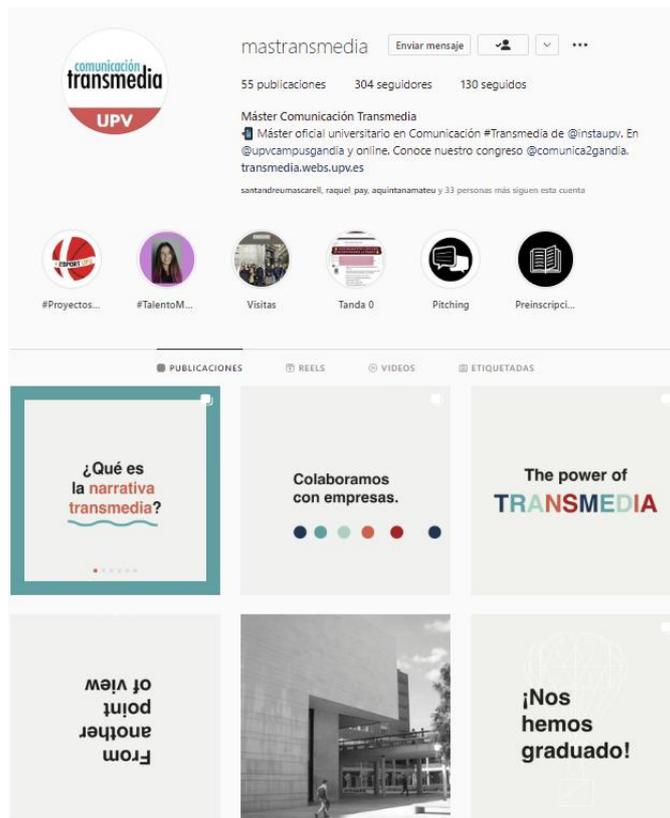


Figura 4. Perfil de Instagram de MUCT. Fuente: Captura de pantalla.



Figura 5. Publicación del Facebook del máster en ingeniería acústica. Fuente: Captura de pantalla.



Figura 6. Perfil de Instagram del máster en postproducción digital. Fuente: Captura de pantalla.

Los resultados de las acciones desarrolladas se pueden ver observando los datos que nos arrojan las distintas plataformas con relación a las interacciones que han tenido las publicaciones.



Figura 7. Estadísticas de la página de LinkedIn de MUCT. Fuente: Captura de pantalla.

Finalmente, he tenido la suerte de trabajar con un gran profesional como es Adrián, con el que hemos podido desarrollar una metodología de trabajo agradable para ambos y hemos podido generar impacto con las acciones que hemos desarrollado, lo cual me hace sentirme muy feliz personalmente, ya que el ámbito en el que se trabaja depende mucho de los compañeros con los que se lleva a cabo.

2. Valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridas en relación con los estudios universitarios

En cuanto al desarrollo de tareas y su relación con los conocimientos adquiridos en el máster universitario, creo que ha sido ideal. En la titulación nos han dado conocimientos y herramientas para ser capaces de adaptar la situación de una marca a las tendencias actuales para poder generar impacto e interacciones, y esto es precisamente lo que hemos aplicado en las prácticas para tratar de generar notoriedad y renombre para las titulaciones que hemos gestionado como equipo.

Debido a esto, considero que no podría haber elegido una mejor titulación para desarrollar unas prácticas como estas, ya que eran precisamente los conocimientos y herramientas que necesitaba para poder desarrollar el trabajo de manera satisfactoria y cómoda.

Del mismo modo, he aprendido muchísimo en cuanto a factores como la planificación, gestión del tiempo y entrega de proyectos con fechas límite, lo que me ha hecho aprender mucho como profesional y, además, ver las capacidades y habilidades que tengo y como aplicarlas en el ámbito profesional.

3. Relación de los problemas planteados y de los procedimientos seguidos para su resolución.

En cuanto a las problemáticas que han surgido, en la mayor parte de casos no ha sido responsabilidad del equipo. Si bien es cierto que gestionar 4 titulaciones con distintos perfiles sociales es difícil, lo que más complicado ha resultado es mantener un flujo de información con cada responsable de los másteres, ya que hay perfiles que no están tan familiarizados con las RRSS y les ha sido más complejo aportarnos contenidos para poder compartirlos en la red.

A pesar de todo esto, Adrián y yo siempre hemos tenido la capacidad de generar nosotros mismos el contenido en caso de no tenerlo por parte de los responsables de cada máster, lo que ha hecho que podamos solucionar ciertas soluciones de crisis, siempre gestionadas a través de nuestra tutora responsable Cristina Santandreu, que nos ha dado todo el apoyo y ayuda que hemos necesitado siempre que se lo hemos pedido.

4. Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje han supuesto las prácticas.

Considero que las prácticas han tenido una gran carga de aprendizaje. En primer lugar, el aspecto más importante y del que más he aprendido, ha sido el trabajo en equipo junto a otra persona, estableciendo fechas para poder desarrollar las partes necesarias para elaborar los contenidos necesarios, y en este aspecto, ha sido muy satisfactorio ya que considero que nos hemos coordinado muy bien.

Por otro lado, he aprendido a tratar de forma directa y gestionar encargos de parte de miembros de los responsables de cada máster, atendiendo a las fechas de entrega que estos nos pedían. Esto creo que ha sido un gran avance porque me ha permitido ver lo que será el día a día en el ámbito profesional para, además, ir cogiendo rodaje para que no me pille por sorpresa después.

En el ámbito del marketing digital, me ha ayudado mucho a reconocer la potencialidad que tiene cada canal de difusión y la forma en la que hay que gestionar dichos canales en función del objetivo que se pretenda conseguir. Además, de darme cuenta de lo necesario que es definir bien los objetivos y el público al que se dirige el mensaje para seleccionar correctamente los canales y no malgastar esfuerzo y recursos en canales que realmente no van a aportar nada positivo para la marca.

5. Evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

En general, creo que he aprendido mucho durante todo este proceso de prácticas, ya no solo como profesional dentro del mundo de las redes sociales y el marketing digital, sino también a nivel humano, como persona.

Durante el periodo de tiempo que han tenido lugar las prácticas, hemos contado con apoyo constante por de todos los responsables de los másteres, pero sobre todo de Cristina Santandreu y Rebeca Díez, que han sido con las que hemos tratado más directamente para cada acción que hemos querido desarrollar.

Mi sensación final es que han sido unas buenas prácticas, hemos aprendido mucho y nos hemos introducido en proyectos muy interesantes a nivel personal y profesional.

No tengo ninguna propuesta de mejora específica ya que, a nivel general, las prácticas han sido muy satisfactorias, contando con feedback constante por parte de los responsables sobre los contenidos que se han desarrollado.

INFORME AVALUACIÓN PRÁCTICAS DE L' ESTUDIANT

Estudiant: José Muñoz, Luís
DNI: 21804800
Empresa: Escuela Politécnica Superior de Gandia UPV
Conveni: 94727
Tutors: Alba Fernández, Jesús (Tutor Empresa)
Alba Fernández, Jesús (Firmante Empresa)
MAS CASTELLS, JOSEP ÀNGEL (Tutor UPV)



A. ACTIVITAT DESENVOLUPADA EN L'EMPRESA

Baix Mitjà baix Mitjà alt Alt Molt alt No procedeix

L'activitat que desenvolupes, ¿és conforme amb el Projecte formatiu presentat?



Relació de la pràctica desenvolupada amb els coneixements propis de la titulació:



Avalua la teua dedicació en l'empresa a activitats de

Iniciativa personal:



Treball dirigit:



Avalua la teua aportació a l'empresa des dels següents punts de vista:

Tècnic:



Humà:



Avalua el teu grau d'integració en l'empresa des dels punts de vista:

Tècnic:



Humà:



Indica el teu grau de satisfacció amb la pràctica desenvolupada en aquesta empresa:



Si

No

¿Es compleixen les condicions estipulades en el conveni de pràctiques?

Nº d'hores:



Retribució:



¿Has rebut cursos de formació per part de l'empresa?



¿Has realitzat el teu Projecte Final de Carrera en



¿Creus que vas a ser contractat per l'empresa una vegada finalitzada la pràctica?



Hores per

Indica el temps que t'ha dedicat a assessorament el teu tutor en empresa (en hores/setmanals):

Treball individual (en %):

Treball en equip (en %):

¿Has realitzat alguna consulta al teu Tutor en la universitat?

En cas afirmatiu, indique el grau d'implicació del tutor UPV:



B. INFORME/MEMÒRIA

MEMORIA DE PRÁCTICAS LUIS JOSÉ MUÑOZ
MÁSTER EN POSTPRODUCCIÓN DIGITAL
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Durante los dos meses de prácticas que hemos estado yo, Luis José y mi compañero Sam de San Sebastián hemos realizado varios trabajos relacionados con nuestro objetivo principal: promocionar los másteres del Campus de Gandía a través de las redes sociales. Entre ellas podemos contar:

- Gestión de las diversas cuentas de cada máster para Instagram, Twitter y Facebook, con especial atención en esta primera.
- Creación y diseño de las cuentas que faltan por crear en las tres redes sociales, así como de la generación de iconos representativos, como pudo ser el caso del logotipo nuevo de Inteligencia Turística.
- Organización de todo el material disponible desde un inicio, como de aquel que generamos utilizando Drive.
- Diseño de ideas para post creativos que ayuden a promocionar los másteres
- Organización de un calendario con los post más urgentes y los más personalizados por nosotros mismos.
- Creación de contenido visual con imágenes diseñadas por nosotros mismo utilizando herramientas de diseño gráfico como puede ser: Canvas, Photoshop, Illustrator.
- Generación de post más informativos en los que no importa tanto el diseño sino el mensaje informacional.
- Programación de los posts para cuando ya no estemos de prácticas y se publiquen automáticamente.
- Además de otras actividades relacionadas con la creación de contenido audiovisual para las redes como: la grabación de espacios del campus, entrevista a profesores, fotografías a los alrededores, etc.

Durante las prácticas puedo decir que he aplicado ciertos conocimientos aprendidos al máster, como la edición de algunos videos para las redes sociales, como pudo ser el de los espacios del campus. También desarrollé ciertos conocimientos aprendidos en diseño gráfico que aprendí en la asignatura de grafismo audiovisual.

Por lo que respecta a ciertos problemas que nos surgieron a lo largo de las prácticas, el más grave fue las pocas horas de las que disponíamos al principio de las prácticas, pero pudimos cambiar la situación rápidamente con nuestro tutor de prácticas.

Otro problema llegó con las cuentas y las contraseñas, especialmente en Facebook. En algunos casos lo pudimos resolver rápidamente como fue el caso de MEMIC, Silvia nos ayudó enormemente a gestionar las cuentas del máster, además de estar muy atenta a nuestras publicaciones. Sin embargo, con Ingeniería Acústica fue más complicada, puesto que Javier Redondo estaba muy ocupado y conseguía respondernos y, además, no existía cuenta de Facebook, sino un grupo. Finalmente, decidimos crear una cuenta de Facebook y vincularla al grupo. Pero, principalmente, creamos la cuenta para solucionar otro gran problema: programar los post para cuando no estemos.

En un principio nos encontramos con la dificultad que ni en Ingeniería Acústica ni en Inteligencia Turística podíamos programar los post directamente desde Instagram, pero descubrimos que vinculando las cuentas con páginas de Facebook podíamos programar los post. No obstante, Facebook solo permite un máximo de un mes para programar posts, por lo que tuvimos que dedicar varios días en encontrar una solución. Finalmente, utilizamos una

aplicación externa de gestión de redes sociales llamada Loomly que nos solucionó el problema. Por todo esto pienso que las prácticas me han ayudado mucho a aprender a trabajar en redes sociales como Community Manager y descubriendo muchas cosas de diseño gráfico, de edición de vídeo y, sobre todo, de gestión de las redes sociales. Es por todo que creo que las prácticas me han aportado mucho a mi desarrollo profesional y recomiendo enormemente realizar las prácticas en la Universitat Politècnica de València.

C. VALORACIÓ ADDICIONAL / INCIDÈNCIES

Tengo una valoración realmente buena de las prácticas, con ninguna incidencia destacable.

INFORME AVALUACIÓN PRÁCTICAS DE L' ESTUDIANT

Estudiant: de San Sebastián Ruiz-Ayúcar, Sam A.
DNI: 70831786
Empresa: Escuela Politécnica Superior de Gandia UPV
Conveni: 94728
Tutors: Alba Fernández, Jesús (Tutor Empresa)
Alba Fernández, Jesús (Firmante Empresa)
MAS CASTELLS, JOSEP ÀNGEL (Tutor UPV)



A. ACTIVITAT DESENVOLUPADA EN L'EMPRESA

Baix Mitjà baix Mitjà alt Alt Molt alt No procedeix

L'activitat que desenvolupes, ¿és conforme amb el Projecte formatiu presentat?



Relació de la pràctica desenvolupada amb els coneixements propis de la titulació:



Avalua la teua dedicació en l'empresa a activitats de

Iniciativa personal:



Treball dirigit:



Avalua la teua aportació a l'empresa des dels següents punts de vista:

Tècnic:



Humà:



Avalua el teu grau d'integració en l'empresa des dels punts de vista:

Tècnic:



Humà:



Indica el teu grau de satisfacció amb la pràctica desenvolupada en aquesta empresa:



Si

No

¿Es compleixen les condicions estipulades en el conveni de pràctiques?

Nº d'hores:



Retribució:



¿Has rebut cursos de formació per part de l'empresa?



¿Has realitzat el teu Projecte Final de Carrera en



¿Creus que vas a ser contractat per l'empresa una vegada finalitzada la pràctica?



Hores per

Indica el temps que t'ha dedicat a assessorament el teu tutor en empresa (en hores/setmanals):

Treball individual (en %):

80%

Treball en equip (en %):

20%

¿Has realitzat alguna consulta al teu Tutor en la universitat?

En cas afirmatiu, indique el grau d'implicació del tutor UPV:



B. INFORME/MEMÒRIA

C. VALORACIÓ ADDICIONAL / INCIDÈNCIES

Ninguna



ACTA DE REUNIÓN

Reunión CAT - 2286 del 08/04/2021

Fecha:	08/04/2021
Hora primera convocatoria:	10:00
Lugar:	Videoconferencia (TEAMS)
Descripció:	Reunión de la CAT del Master en Comunicación Transmedia
Reunión telemática:	Si

Asistentes

Alba Fernández, Jesús - Presidente/a

Sánchez Morcillo, Víctor José - Secretario/a

Cabrera Méndez, Margarita - Director Académico De Título

De Elena Escaladas, Víctor - Alumno/a

Díez Somavilla, Rebeca - Personal Docente E Investigador

Figueiras San Claudio, Beatriz - Jefe de Sección de Centro y Jefe de Administración de Escuela o Facultad

Poza Luján, José Luis - Personal Docente E Investigador

Santandreu Mascarell, Cristina - Personal Docente E Investigador

Orden del día

1. Aprobación del acta de la sesión anterior
2. Criterio lingüístico de admisión al master
3. Admisiones al Master en Tanda cero
4. Asignatura Proyecto Transversal
5. Acuerdo sobre la tutorización de TFM
6. Tribunales TFM
7. Turno abierto de palabra

Desarrollo de la sesión

1. Aprobación del acta de la sesión anterior

Se aprueba el acta de la sesión anterior

2. Criterio lingüístico de admisión al master

La Comisión Académica de la Titulación establece como requisito lingüístico obligatorio el siguiente:

Idioma: español



Nivel: C1

Destinatarios: alumnos extranjeros de países donde el español no sea lengua oficial.

Asimismo, los documentos justificativos que se aceptan son los siguientes:

- Escuela Oficial de Idiomas (RD 1041/2017 de 22 de diciembre)
- Escuela Oficial de Idiomas (RD967/1988 de 2 de septiembre)
- Instituto Cervantes: Diploma español como lengua extranjera (DELE)
- Servicio Internacional de evaluación de la lengua española (SIELE)

En caso de no disponer de certificado, pero el candidato se considere competente en el uso de la lengua al nivel requerido, podrá solicitarse una entrevista con la dirección del master, en la que se podrá comprobar la competencia lingüística del candidato. Esta solicitud se hará en la carta de motivación que se adjunte con la solicitud de admisión.