

# MEMORIA FINAL

## Compromisos y Resultados

### Proyectos de Innovación y Mejora Docente

#### 2014/2015

Código:

--

Título del proyecto	
SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EN ANDALUCÍA	

Responsable		
Apellidos	Nombre	NIF
PULIDO POLO	MARTA	28755414D

- Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Copie en las dos primeras filas de cada tabla el título del objetivo y la descripción que incluyó en su solicitud. Incluya tantas tablas como objetivos contempló.

<b>Objetivo nº 1</b>	Fomentar el conocimiento y el desarrollo mutuo entre empresarios y estudiantes comunicación y relaciones públicas.
Actividades previstas:	Utilizar la asignatura Sistemas de comunicación empresarial II como nexo de unión y punto de encuentro entre profesionales y alumnos a través de sesiones presenciales de directivos y responsables de comunicación del mundo empresarial e institucional. En estas sesiones, lejos de ofrecer una conferencia magistral al uso, se pretende una charla tú a tú profesional-alumno donde el contenido de la exposición vaya encaminado exclusivamente a los intereses profesionales y laborales del alumno. Para que así sea, la coordinadora del proyecto y profesora de la asignatura Sistemas de comunicación empresarial II moderará y conducirá cada una de las sesiones realizadas en relación a los siete objetivos que aquí se explicitan. En realidad estas sesiones de trabajo vertebran el resto de objetivos y actividades.

<b>Objetivo nº 2</b>	Favorecer el necesario encuentro entre el tejido empresarial local, provincial y andaluz, el entorno docente y la Universidad de Cádiz.
Actividades previstas:	Utilizar la asignatura Sistemas de comunicación empresarial II como nexo de unión y punto de encuentro entre profesionales y alumnos a través de las anteriormente mencionadas sesiones presenciales de directivos y responsables de comunicación del mundo empresarial e institucional.

<b>Objetivo nº 3</b>	Posicionar a la Universidad de Cádiz en este contexto como institución comprometida socialmente con su entorno en este sentido.
Actividades previstas:	Sesiones informativas a los profesionales participantes previas a su participación en el aula donde se describa este posicionamiento de la UCA como institución comprometida socialmente con su entorno en este sentido.

<b>Objetivo nº 4</b>	Establecer lazos de colaboración y conocimiento entre los alumnos y los profesionales del ámbito de la comunicación, las relaciones públicas y la publicidad en Andalucía.
Actividades previstas:	La profesora de la asignatura Sistemas de Comunicación Empresarial II y coordinadora de este proyecto facilitará el contacto entre alumnos y profesionales intermediando entre ambos sectores y poniendo a disposición de los alumnos herramientas de contacto profesionales del ámbito empresarial e institucional.

<b>Objetivo nº 5</b>	Proporcionar al alumno las herramientas y ayuda necesarias para desarrollarse como profesional del sector.
Actividades previstas:	Sesiones de trabajos prácticos fundamentados en la realidad de la comunicación empresarial y las ya mencionadas anteriormente sesiones presenciales de profesionales en el aula.

<b>Objetivo nº 6</b>	Incitar a considerar las dotes emprendedoras del propio estudiante
Actividades previstas:	Test a los alumnos a cerca de posibilidades de emprendimiento y autoempleo posterior a las sesiones con profesionales

<b>Objetivo nº 7</b>	Proporcionar una perspectiva real del mercado de la comunicación, las relaciones públicas y la publicidad de su entorno.
Actividades previstas:	Acercamiento de los alumnos a casos reales de planificación de la comunicación, sesiones de profesionales en el aula y sesiones con los alumnos por parte de la coordinadora en la que se expliciten qué empresas de comunicación existen en Andalucía y qué trabajos están llevando a cabo.

Actividades realizadas y resultados obtenidos:	Describe aquí las actividades concretas que ha realizado para alcanzar el objetivo que se propuso
--	---

<b>Objetivo nº 1</b>	Fomentar el conocimiento y el desarrollo mutuo entre empresarios y estudiantes comunicación y relaciones públicas.
Actividades realizadas:	Utilizar la asignatura Sistemas de comunicación empresarial II como nexo de unión y punto de encuentro entre profesionales y alumnos.  Resultados: el 90 % de los alumnos y el 100 % de los profesionales participantes, creen que la principal ventaja de este PID radica en su capacidad para fomentar el conocimiento mutuo, y el intercambio de experiencias altamente reveladoras y útiles, entre empresarios y estudiantes de comunicación y relaciones públicas.

<b>Objetivo nº 2</b>	Favorecer el necesario encuentro entre el tejido empresarial local, provincial y andaluz, el entorno docente y la Universidad de Cádiz.
----------------------	---

Actividades realizadas:	<p>Sesiones presenciales de directivos y responsables de comunicación del mundo empresarial e institucional.</p> <p>Resultados: el 95 % de los alumnos y el 100 % de los profesionales participantes en el PID, consideran que este PID favorecer el necesario encuentro entre el tejido empresarial local, provincial y andaluz, el entorno docente universitario.</p>
-------------------------	---

**Objetivo nº 3** Posicionar a la Universidad de Cádiz en este contexto como institución comprometida socialmente con su entorno en este sentido.

Actividades realizadas:	<p>Sesiones informativas previas dirigidas los profesionales participantes donde se describen tanto el posicionamiento de la UCA como institución comprometida socialmente con el desarrollo de actividades de innovación docente dirigidas a acercar el ámbito profesional al académico y docente.</p> <p>Resultados: el 80 % de los alumnos y el 100 % de los profesionales participantes en el PID, observan a la UCA como una entidad socialmente comprometida con el encuentro entre el mundo académico y el profesional.</p>
-------------------------	--

**Objetivo nº 4** Establecer lazos de colaboración y conocimiento entre los alumnos y los profesionales del ámbito de la comunicación, las relaciones públicas y la publicidad en Andalucía.

Actividades realizadas:	<p>Puesta a disposición de los alumnos herramientas concretas derivadas de la agenda profesional de la profesora responsable del proyecto.</p> <p>Resultados: el 90 % de los alumnos y el 100 % de los profesionales participantes en el PID, consideran que las herramientas facilitadas pro la profesora en este PID contribuye muy favorablemente al establecimiento de lazos de colaboración y conocimiento entre los alumnos y los profesionales del ámbito de la comunicación, las relaciones públicas y la publicidad en Andalucía.</p>
-------------------------	--

**Objetivo nº 5** Proporcionar al alumno las herramientas y ayuda necesarias para desarrollarse como profesional del sector.

Actividades realizadas:	<p>Sesiones presenciales de profesionales en el aula.</p> <p>Resultados: el 95 % de los alumnos y el 100 % de los profesionales participantes en el PID consideran que estas sesiones presenciales han proporcionado al alumno consejos y herramientas útiles para desarrollarse profesionalmente en el sector.</p>
-------------------------	---

**Objetivo nº 6** Incitar a considerar las dotes emprendedoras del propio estudiante

Actividades realizadas:	<p>Entrevista a segmento de alumnos seleccionados al azar a cerca de posibilidades de emprendimiento y autoempleo posterior a las sesiones con profesionales</p> <p>Resultados: el 70 % de los alumnos participantes en el PID contempla la posibilidad del autoempleo después del encuentro con los profesionales participantes.</p>
-------------------------	---

**Objetivo nº 7** Proporcionar una perspectiva real del mercado de la comunicación, las relaciones públicas y la publicidad de su entorno.

Actividades realizadas:	<p>Sesiones presenciales de profesionales en el aula.</p> <p>Resultados: el 90 % de los alumnos y el 100 % de los profesionales participantes, consideran que este PID proporciona una perspectiva real del mercado de la comunicación, las relaciones públicas y la publicidad muy útil para el futuro profesional de los alumnos en su entorno inmediato.</p>
-------------------------	---

En relación las cuestiones específicas que se plantean en las bases de la convocatoria en relación a la fase de evaluación del PID los resultados son los siguientes:

1. Fase de información:

1.a) Valore el grado de dificultad que cree que va a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a esta asignatura. Resultados: El 70% de los alumnos consultados creía que iba a tener dificultad media y/o bastante dificultad. El 10% ninguna y/o poca y el 20% mucha dificultad.

2. Fase evaluación final:

2.a) Valore el grado de dificultad que ha tenido en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a esta asignatura. Resultados: 80 % NINGUNA Y/O POCA DIFICULTAD. 20% DIFICULTAD MEDIA Y/O BASTANTE DIFICULTAD. 0% MUCHA DIFICULTAD

2.b) Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura. Resultados: 0% NADA DE ACUERDO. 5% POCO DE ACUERDO Y/O NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO. 95% MUY DE ACUERDO Y/O COMPLETAMENTE DE ACUERDO

2.c) En el caso de la participación de un profesor invitado: La participación del profesor invitado ha supuesto un gran beneficio en mi formación: Resultados: 0% NADA DE ACUERDO Y/O POCO DE ACUERDO. 0% NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO. 100% MUY DE ACUERDO Y/O COMPLETAMENTE DE ACUERDO.

- Aporte a continuación un análisis de los resultados de la encuesta formulada a los estudiantes para conocer su posición respecto al nivel de éxito del proyecto. Aporte todos los datos que considere necesario para establecer conclusiones objetivas sobre el nivel de éxito del proyecto.

Los resultados derivados de la evaluación de este PID revela el alto grado de aceptación que tanto alumnos como profesionales demuestran ante este tipo de iniciativas de innovación docente orientadas a favorecer el contacto entre el alumnado universitario de publicidad y relaciones públicas de la UCA y los profesionales del área de comunicación en Andalucía.

Tanto los profesionales como los alumnos participantes han valorado muy positivamente el esfuerzo que se ha mantenido por la profesora responsable del proyecto por mantener un clima agradable, que favoreciera la conversación tú a tú en el propio aula. Por esta razón, la profesora prescindió de la reserva del salón de actos, obviando el esquema tradicional de conferencia

clásica al uso, donde el distanciamiento físico entre conferenciante y el alumno se ecentúa, originando una conversación unidireccional y distante, alejada de los objetivos del PID. De este modo, el alumno tenía al profesional a su lado, favoreciendo un incremento en la interacción y bidireccionalidad en la comunicación.

A la luz de los resultados obtenidos se puede concluir que, el desarrollo e implantación de proyectos de innovación docente encaminados a favorecer el contacto y el intercambio de experiencias entre el ámbito académico y el profesional resultan de gran utilidad para la labor docente y para legitimación de la institución universitaria como entidad socialmente comprometida con su entorno.

La alta valoración global sobre la satisfacción docente de los alumnos para con la profesora responsable del proyecto y de la asignatura SCEII, es otro dato objetivo que coadyuva al reconocimiento del éxito del presente PID.