

MEMORIA FINAL

Compromisos y Resultados

Proyectos de Innovación y Mejora Docente

2017/2018

Título del proyecto
ESTUDIANTES QUE CUENTAN: YOUTUBE, CREACIÓN DE VIDEOS Y STORYTELLING COMO HERRAMIENTAS DE APRENDIZAJE

Responsable		
Apellidos	Nombre	NIF
Simancas González	Esther	31720406W

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	<i>Optimizar la formación del alumnado en edición y narrativa audiovisual</i>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	Eficacia de la formación y grado de satisfacción del alumnado con la misma.		
Objetivo final del indicador:	Evaluar las competencias adquiridas por los estudiantes en la creación, edición y difusión de material audiovisual.		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Diciembre 2017	Fecha de medida del indicador:	Diciembre 2017
Actividades previstas:	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Puesta a disposición del alumnado del material formativo sobre edición y montaje de video creado el curso 2016-2017</i> - <i>Desarrollo de un taller de formación de narrativa y creación audiovisual impartido por una videógrafa profesional.</i> - <i>Evaluación de la formación recibida.</i> 		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Presentación del proyecto de innovación docente al alumnado de la asignatura Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad el día 4 de octubre de 2017.</i> - <i>Diagnóstico de las necesidades formativas de los estudiantes en edición de video, mediante una encuesta on-line disponible del 04-18 de octubre de 2017 en el aula virtual de la asignatura. Se adjuntan encuesta y resultados en anexo I.</i> - <i>Desarrollo de un taller de formación en edición de video y narrativa audiovisual impartido por una videógrafa profesional, Rebeca González Borrego, de la empresa Estamos Grabando. 15 de noviembre de 2017.</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>El día de su visita, se le hizo una entrevista en la que se le pregunta cómo contar una historia en video. Puede verse aquí, en nuestro canal de YouTube.</i> 		

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje y de la formación recibida (video-tutoriales y charla profesional) mediante una encuesta on-line, disponible del 18 diciembre 2017 -10 de enero de 2018 en el aula virtual de la asignatura. Se adjuntan encuesta y resultados en anexo III.</i>
--	--

Objetivo nº 2				<i>Fomentar el aprendizaje autónomo de la materia impartida e implicar al alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje</i>			
Indicador de seguimiento o evidencias:		Evaluación del aprendizaje y motivación del alumnado.					
Fecha prevista para la medida del indicador:		Enero 2018		Fecha de medida del indicador:		Enero 2018	
Actividades previstas:		<ul style="list-style-type: none"> - <i>El alumnado tendrá que realizar como trabajo final un producto audiovisual, con potencial de viralidad, en el que se cuente la historia de la publicidad (la materia de la asignatura).</i> - <i>Celebración del II Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz, donde se reconocerá el trabajo del alumnado y premiarán los mejores videos realizados. Se contará con la participación del estudiantado en la organización y ejecución del evento.</i> - <i>El alumnado tendrá que realizar una evaluación narrativa del proyecto de innovación y los conocimientos y experiencias adquiridas.</i> 					
Actividades realizadas y resultados obtenidos:		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Entrega de los trabajos realizados el 5 de diciembre de 2016, vía YouTube, a través de la cuenta personal de uno de los miembros de cada grupo de trabajo.</i> - <i>El 11 de diciembre de 2017 se celebró el II Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz. Tras una conferencia de Sergio Rodríguez, uno de los mayores expertos en historia de la publicidad en España, se entregaron los premios a los mejores trabajos realizados por los estudiantes. En el anexo V se detallan los premios otorgados (y alumnos ganadores) y se adjunta la plantilla de los diplomas entregados.</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>En esta segunda edición se contó con la presencia de Sergio Rodríguez, como padrino y conferenciante, uno de los mayores expertos en historia de la publicidad en nuestro país y fundador del Centro de Documentación Publicitaria, primera iniciativa dedicada a recuperar, conservar y promocionar el patrimonio publicitario en España, y segunda en Europa. El Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales ha sufragado los gastos de desplazamiento y alojamiento del ponente.</i> - <i>El alumnado participó activamente en la difusión del evento: mediante whatsapp y redes sociales. Asimismo, en la segunda práctica que realizaron para la asignatura Diseño y Gestión de la Comunicación Institucional (2º curso Publicidad y Relaciones Públicas) tuvieron que realizar, por grupos de trabajo, una convocatoria y una nota de prensa sobre el II Festival de Historias de la Publicidad, así como un texto para las redes sociales institucionales de la UCA (Twitter y Facebook). Además, de forma voluntaria, pudiendo conseguir 0,5 puntos extras en la práctica, se les pedía que indicasen qué tipo de acciones comunicativas llevarían a cabo para atraer a alumnado del campus, en concreto de Publicidad y Marketing, al II Festival de Historias de la Publicidad.</i> 					

	<ul style="list-style-type: none"> - Además de los premios, en el festival se concedieron menciones especiales, que no se han publicado en el canal de YouTube y que se han dado por el esfuerzo colectivo y la alta calidad de los trabajos, que ha sido superior al curso anterior. Las menciones fueron para los trabajos: <i>La entrevista</i> y <i>Entrevistas Surrealistas</i>. - Los grupos ganadores de la edición anterior y del curso 2015/2016 fueron los encargados de entregar los diplomas a los premiados en esta edición. - Como ejercicio complementario, se pide a los estudiantes que redacten las preguntas que le harían a Sergio Rodríguez en una entrevista. Se han preparado preparado 12 videos de corta duración para darle más dinamismo y conseguir más visualizaciones con las preguntas y respuestas más interesantes. La lista de reproducción que los contiene se denomina El alumnado pregunta a Sergio Rodríguez. El guión de las preguntas está en el Anexo XI. Asimismo, la profesora le hace otra entrevista, con preguntas propias, y se edita otro video, titulado Entrevista a Sergio Rodríguez, fundador del Centro de Documentación Publicitaria, disponible también en el canal de YouTube. - Se entrevista al alumnado por grupos de trabajo (puede verse el guión de las preguntas formuladas en el Anexo IX) y se realiza el video Estudiantes que cuentan – Curso 2017/2018, que está disponible en el canal de YouTube de la asignatura. - Realización en clases prácticas, 13 de diciembre, de una evaluación narrativa individual del proceso de enseñanza aprendizaje: “¿cómo he aprendido?, ¿qué experiencias he tenido?, ¿cómo he vivido el trabajo encomendado y los contenidos de la asignatura?”. En el anexo X se adjuntan las indicaciones del ejercicio.
--	--

Objetivo nº 3			
Aumentar el número de materiales audiovisuales del canal de YouTube La historia de la publicidad UCA y potenciar su visibilidad			
Indicador de seguimiento o evidencias:	Selección de al menos tres videos sobre la historia de la publicidad creados por el alumnado para que formen parte del canal		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Marzo 2018	Fecha de medida del indicador:	Marzo 2018
Actividades previstas:	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de los mejores trabajos audiovisuales elaborados por los alumnos y alumnas de la asignatura de <i>Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad</i> en el curso académico 2017/2018. - Creación de un video-resumen del proyecto y de la experiencia vivida en el curso 2017-2018, que también formará parte del canal. 		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<ul style="list-style-type: none"> - Los premios otorgados han sido: Premio a la mejor idea creativa; Premio al mejor guión original; Premio del Público; Gran Premio del curso 2017/2018. Este curso el premio del público ha sido votado por las y los estudiantes, mediante una encuesta puesta a su disposición en el aula virtual. El premio del público y el premio al mejor guión original ha recaído en el mismo trabajo, por lo que los videos seleccionados para el canal de YouTube de la asignatura han sido 3. - El canal de YouTube La historia de la publicidad UCA al finalizar el curso 2017/2018 contiene un total de 38 videos (en el anexo VI se adjunta un listado con todos los videos y sus enlaces webs): <ul style="list-style-type: none"> - Curso 2016/2017: - 13 videotutoriales sobre edición de video. - 5 proyectos audiovisuales realizados por el alumnado, publicados 		

	<p><i>en el canal tras la celebración del I Festival de Historias de la Publicidad.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>2 videos sobre el proyecto de innovación: un video-resumen del proyecto, denominado “El futuro es de aquellos que mejor saben contar la historia”; y otro de evaluación, “Estudiantes que cuentan”, en el que los alumnos explican la experiencia que ha supuesto esta iniciativa</i> - Curso 2017/2018: - <i>3 proyectos audiovisuales realizados por el alumnado, publicados en el canal tras la celebración del II Festival de Historias de la Publicidad.</i> - <i>1 video de evaluación del proyecto y de la asignatura de los estudiantes: Estudiantes que cuentan – Curso 2017-2018.</i> - <i>2 entrevistas: una a Sergio Rodríguez, del Centro de Documentación Publicitaria, y otra a Rebeca González Borrego, de la empresa Estamosgrabando.</i> - <i>12 videos con preguntas del alumnado a Sergio Rodríguez.</i> - <i>Cabe señalar que uno de los trabajos ganadores (Mejor Guión original y Premio del Público) se ha presentado a los Premios a las Mejores Cápsulas Audiovisuales de Aprendizaje de la Universidad de Cádiz. Edición 2017/2018.</i>
--	--

Objetivo nº 4		<i>Potenciar el trabajo de coordinación interdisciplinar e interuniversitario entre materias de educación y comunicación</i>	
Indicador de seguimiento o evidencias:	Evaluación y valoración conjunta de la actividad y de los aprendizajes adquiridos		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Julio 2018	Fecha de medida del indicador:	Julio 2018
Actividades previstas:	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Realización de actividades con consignas parecidas en todas las materias implicadas</i> - <i>Celebración de jornadas de producciones finales e intercambio de experiencias</i> 		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Realización de una evaluación narrativa individual del proceso de enseñanza aprendizaje tanto por parte de la profesora como del alumnado. En el anexo X se adjuntan las indicaciones del ejercicio.</i> - <i>Se elaboran y entregan en total 91 narraciones, de las cuales se escogen 10, que se estima son representativas, y se comparten, para su análisis, discusión y evaluación (se ha pedido permiso al alumnado, mediante la firma de un documento de consentimiento de uso del material), junto con la de la profesora, con el equipo docente y el equipo técnico del proyecto nacional de innovación educativa: El uso de narrativas en la enseñanza universitaria. Experiencias y relatos (auto) biográficos para la construcción del conocimiento social, científico y profesional.</i> - <i>Hay que tener en cuenta, como se especificó en la solicitud, que este PIE, liderado por la Universidad de Málaga, tiene una duración de dos cursos, por lo que todavía está inacabado. Previsiblemente, para el curso que viene lo seguiremos implementando en el marco de esta asignatura y se obtendrán resultados para finales de curso 2018/2019.</i> 		

2. Adjunte las tasas de éxito¹ y de rendimiento² de las asignaturas implicadas y realice una valoración crítica sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de estos indicadores.

Asignatura ³	Tasa de Éxito		Tasa de Rendimiento	
	Curso 2016/17	Curso 2017/18	Curso 2016/17	Curso 2017/18
<i>Evolución de las formas y procesos de la publicidad</i>	88%	100%*	90%	96%*
Informe crítico sobre la evolución de las tasas de éxito y rendimiento				
<p>*Son los porcentajes de tasa de éxito y rendimiento referidos a la convocatoria de junio de 2017/2018, siendo superiores a los de la convocatoria final (septiembre) de cursos anteriores, habiéndose alcanzado un 100% de aprobados (hay 5 alumnos/as que no se han presentado).</p> <p>Teniendo en cuenta estos resultados, sin obviar lo que el alumnado ha respondido y comentado tanto en las encuestas, en las entrevistas en grupo como en las evaluaciones narrativas individuales, puede afirmarse que se ha mejorado cuantitativa como cualitativamente el proceso de enseñanza-aprendizaje, específicamente la motivación del alumnado y la comprensión de la asignatura, potenciándose, además, habilidades y competencias transversales, no ya a la asignatura sino, al currículum del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, demandas actualmente por el mercado laboral a los profesionales de la comunicación.</p> <p>También es importante señalar que las mejoras implementadas en el propio proyecto con respecto al año anterior han tenido resultados muy positivos tanto en el transcurso de la asignatura como el desarrollo de la práctica (realización del video).</p>				

3. Incluya en la siguiente tabla el número de alumnos matriculados y el de respuestas recibidas en cada opción y realice una valoración crítica sobre la influencia que el proyecto ha ejercido en la opinión de los alumnos.

Opinión de los alumnos al inicio del proyecto				
Número de alumnos matriculados: 121 (responden 99)				
<i>Valoración del grado de dificultad que cree que va a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente</i>				
NINGUNA DIFICULTAD	POCA DIFICULTAD	DIFICULTAD MEDIA	BASTANTE DIFICULTAD	MUCHA DIFICULTAD
2	17	68	11	1
Opinión de los alumnos en la etapa final del proyecto				
Número de alumnos matriculados: 121 (responden 96)				
<i>Valoración del grado de dificultad que ha tenido en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente</i>				
NINGUNA DIFICULTAD	POCA DIFICULTAD	DIFICULTAD MEDIA	BASTANTE DIFICULTAD	MUCHA DIFICULTAD
2	13	71	9	1
<i>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</i>				
NADA DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	MUY DE ACUERDO	COMPLETAMENTE DE ACUERDO

¹ Tasa de éxito = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes presentados.

² Tasa de rendimiento = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes matriculados.

³ Incluya tantas filas como asignaturas se contemplen en el proyecto.

0	3	6	51	36
En el caso de la participación de un profesor invitado *En nuestro caso, una profesional				
<i>La participación del profesor invitado ha supuesto un gran beneficio en mi formación</i>				
NADA DE ACUERDO	POCO DE ACUERDO	NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	MUY DE ACUERDO	COMPLETAMENTE DE ACUERDO
1	14	26	35	20

Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión de los alumnos

De acuerdo con estos resultados, podría afirmarse que los elementos de innovación y mejora docente aplicados han sido positivos para la formación del alumnado y han contribuido a la asimilación de los contenidos de la asignatura. Pero, a parte de estas cuestiones, cuyos resultados a la postre son representativos de lo que ha significado el proyecto de innovación, se han empleado otras herramientas de evaluación para comprobar asimismo la motivación e interés generados por el proyecto y la utilidad y eficacia de los materiales ofrecidos: una encuesta individual de evaluación final, la realización de entrevistas (filmadas) a grupos de alumnos y una evaluación narrativa individual.

Centrándonos en los resultados de la encuesta de evaluación final, el 83% del alumnado está “muy de acuerdo” o “completamente de acuerdo” con la propuesta “el proyecto le ha motivado para afrontar la asignatura”. El 91% cree que el proyecto de innovación docente ha favorecido su comprensión de los contenidos y la adquisición de competencias asociadas a la asignatura. Del mismo modo, en un 95,8% consideran que los videos del alumnado del canal de YouTube les ayudan a acercarse a los contenidos de la asignatura.

El 83% de los encuestados considera que el proyecto le ofrece herramientas útiles relacionadas con su carrera. En este sentido, un 61,5% afirma haber hecho uso de los videotutoriales del canal de YouTube “La historia de la publicidad UCA”, pues en gran medida estos les resultan útiles, al resolver sus dudas y necesidades en relación con la edición de video (recogidas en una primera encuesta). La guía básica de producción de video ha sido utilizada por el 56,3% de los encuestados. De cara al próximo curso, habría que buscar algún mecanismo para que se aproveche en mayor medida, o, en todo caso, preparar más videotutoriales sobre el contenido del mismo, ya que estos últimos si tienen mayor éxito y uso.

Por otro lado, han valorado muy positivamente la visita de una videógrafa profesional, porque además de suponer un gran beneficio en su formación (84,4%), les resultó interesante y motivadora (94,8%) y les aportó ideas para la realización del trabajo (91,6%) y encarar la grabación y edición del video (92,7%).

Con respecto al Festival de Historias de la Publicidad, el 91,6% de los estudiantes cree que es una iniciativa muy motivante.

La valoración global del proyecto educativo, en una escala de 1 a 10 puntos, es de 9 puntos (siendo los porcentajes los siguientes: 6 puntos, 5,2% votos; 7 puntos, 19,8%; 8 puntos, 20,8%; 9 puntos: 28, 1%; 10 puntos, 21,9%).

Igualmente, la implementación del proyecto ha evidenciado que sería interesante revisar la posibilidad de que existiese una asignatura específica en narrativa audiovisual y edición de video en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, hecho con el que están de acuerdo el 99% de los encuestados.

A modo de síntesis, a continuación, se exponen los comentarios que hicieron alumnos y alumnas sobre el proyecto de innovación al final de la encuesta de evaluación:

- “Sinceramente es una de las asignaturas que más ha hecho participar al alumnado y más se nos ha mimado”.
- “Me ha parecido un proyecto de innovación muy interesante, tanto para mi vida profesional como personal. Ha sido un proyecto bonito, me ha acercado más a mis compañeras y hemos obtenido un buen producto”.
- “Desde mi perspectiva, ha sido una experiencia muy enriquecedora que ha hecho que

aprenda a base de automatización. Es un trabajo que "te cambia la mente", hace que se te despierte dentro la curiosidad, la intriga y la motivación".

- "Creo que la asignatura podría haber resultado algo incomedible y eterno y, gracias a este proyecto, todos o por lo menos la mayoría de mis compañeros y yo, hemos disfrutado de la asignatura y hemos aprendido a apreciar verdaderamente el trasfondo de ésta".
- "Sinceramente, este trabajo me ha hecho reflexionar bastante sobre el tema de la edición y la necesidad de una asignatura como ésta en esta carrera".
- "Llevar a cabo más talleres dentro de lo posible como el de la videógrafa, ya que creo que es una formación bastante práctica para nuestro futuro profesional".
- "Pienso que este trabajo nos ha ayudado mucho a la hora de afianzar los conceptos de la historia de la publicidad, ya que a la hora del examen nos resultará más fácil estudiar la asignatura".
- "Me gustó mucho la charla que nos impartió la videógrafa, pero me hubiera gustado que nos hubiera dado una clase práctica en el aula audiovisual y de cromas".
- "Se agradece mucho que la profesora nos haga partícipes de eventos y actividades que nos ayuden e inciten a aprender".

Por último, es fundamental recalcar lo interesante que, en términos pedagógicos, ha sido desarrollar una evaluación narrativa como ejercicio de clase. Esta nos ha permitido, tanto a la profesora como al alumnado, indagar en el proceso de aprendizaje y evidenciar cómo aprendemos. Además, se conforma como una herramienta fundamental de cara a hacer mejoras en el proyecto y en la docencia de la asignatura el curso que viene.

4. Marque una X bajo las casillas que correspondan en la siguiente tabla. Describa las medidas a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo.

Compromiso de compartición / difusión de resultados en el entorno universitario UCA adquirido en la solicitud del proyecto				
1. Sin compromisos	2. Compromiso de impartición de una charla o taller para profesores	3. Adicionalmente fecha y centro donde se impartirá	4. Adicionalmente programa de la presentación	5. Adicionalmente compromiso de retransmisión o grabación para acceso en abierto
				X
Descripción de las medidas comprometidas en la solicitud				
<p>A lo largo del segundo cuatrimestre del curso 2017/2018, se celebrará el que será el II Festival de Historias de la publicidad de la Universidad de Cádiz, en el que se entregarán los premios a los mejores videos del curso 2017/2018.</p> <p>En lo que respecta a la coordinación interdisciplinar e interuniversitaria está previsto que se realice un encuentro para la discusión y evaluación conjunta de la experiencia.</p> <p>Centrándonos en la difusión del proyecto, se presentará comunicación sobre el mismo en algún congreso o jornada que verse sobre innovación docente.</p>				
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo				
<ul style="list-style-type: none"> - Celebración del II Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz el 11 de diciembre de 2017 en el salón de actos del campus de Jerez (en el anexo VII se adjuntan fotografías realizadas en el transcurso del mismo). En la gala el mayor experto del país en historia de la publicidad ofreció una conferencia y a continuación se entregaron los premios a los mejores videos realizados por el alumnado, que han pasado a formar parte del canal de YouTube "La historia de la Publicidad UCA". - Previamente a su celebración, se envió información (en el anexo VII se adjuntan materiales enviados – texto, nota de prensa, cartel -) sobre el festival y sobre el proyecto de innovación al Decanato de la facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, a los Coordinadores de los grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados, al 				

Gabinete de Comunicación y Marketing de la Universidad de Cádiz y, a través de este órgano, a los medios de comunicación. Así mismo, para la difusión del evento, se emplearon los siguientes medios (veáse también en el anexo VII):

- Cartelería (se pusieron carteles por todo el campus de Jerez - biblioteca, cafetería, aulario-).
- Publicación del evento en la web de la Facultad.
- Redes sociales – Facebook y Twitter - del Grado de Publicidad y del Grado de Marketing, especialmente los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de mercados. Así como a través de los grupos de facebook de clase de estos grados.
- Whatsapp – difusión de la convocatoria a través de los grupos de whatsapp de clases a través de los delegados y delegadas de todos los cursos de Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados.
- Además, el evento se emitió en streaming, en acceso abierto, en la siguiente dirección web: <mms://video.uca.es/salonjerez>
- Realización y publicación 18 videos nuevos en el canal de Youtube “La historia de la Publicidad UCA” al finalizar el curso 2017-2018.
- Envío de resumen/abstract sobre el proyecto de innovación y la experiencia educativa en la asignatura Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad para participar en el I Congreso Iberoamericano de docentes, organizado por la Universidad de Cádiz y que tendrá lugar en Algeciras del 6 al 8 de diciembre de 2018. Todas las comunicaciones aprobadas para el Congreso se recogerán en el Libro de Actas y se publicarán en formato DVD con ISBN.
- A inicios del curso 2018/2019, se enviará una nota de prensa al departamento de Marketing y Comunicación de la UCA con información del proyecto y con enlaces a los nuevos videos y a las entrevistas a Sergio Rodríguez en el canal de YouTube. Del mismo modo, se hará llegar la información para que se publique en la web de la facultad y en los canales de Facebook de los Grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados.
- En la web del Centro de Documentación Publicitaria también se publicarán las entrevistas.