

## MEMORIA FINAL

### Compromisos y Resultados

### Proyectos de Innovación y Mejora Docente

### 2017/2018

Título del proyecto
DESARROLLO DE UN EJERCICIO PRÁCTICO DE APRENDIZAJE COLABORATIVO ENTRE ASIGNATURAS DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Responsable		
Apellidos	Nombre	NIF
CARO CASTAÑO	LUCÍA	77591559R

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>Fomentar el aprendizaje colaborativo</i>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	Encuesta de grupo anónima, donde se combinarán respuestas cerradas (escala de Likert) y respuestas semiabiertas donde se solicite la justificación de las opciones (3 opciones).		
Valor numérico máximo que puede tener el indicador:	De 1 a 5 en la escala de Likert.		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Diciembre de 2017 y mayo de 2018	Fecha de medida del indicador:	11/01/2018 y 31/05/2018.
Actividades previstas:	<p><b><i>En la asignatura Nuevas Tecnologías en Comunicación:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de grupos de trabajo y encargo de la elección de una marca.</li> <li>- Desarrollo de un histórico de comunicación de la marca a partir de diversos ejercicios de observación online sobre la marca real.</li> <li>- Propuesta de una estrategia de curación de contenidos para los medios propios de la marca, así como ejecución de varias herramientas de comunicación.</li> <li>- Realización de encuesta al alumnado.</li> </ul> <p><b><i>En la asignatura Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y Relaciones Públicas:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de una estrategia global de la marca en el ámbito digital.</li> <li>- Definición de la estructura profesional necesaria para su desarrollo.</li> <li>- Ejecución de una campaña global online para la marca.</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Presentación y defensa pública de la propuesta.</i></li> <li>- <i>Evaluación del trabajo del resto de grupos a partir de la rúbrica de evaluación aportada por la profesora.</i></li> <li>- <i>Realización de encuesta al alumnado.</i></li> </ul>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p><b>En la asignatura Nuevas Tecnologías en Comunicación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Creación de grupos de trabajo y encargo de la elección de una marca.</i></li> <li>- <i>Desarrollo de un histórico de comunicación de la marca a partir de diversos ejercicios de observación online sobre la marca real.</i></li> <li>- <i>Propuesta de una estrategia de curación de contenidos para los medios propios de la marca, así como ejecución de varias herramientas de comunicación.</i></li> <li>- <i>Realización de encuesta al alumnado.</i></li> </ul> <p><b>En la asignatura Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y Relaciones Públicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Desarrollo de una estrategia global de la marca en el ámbito digital.</i></li> <li>- <i>Definición de la estructura profesional necesaria para su desarrollo.</i></li> <li>- <i>Ejecución de una campaña global online para la marca.</i></li> <li>- <i>Presentación y defensa pública de la propuesta.</i></li> <li>- <i>Evaluación del trabajo del resto de grupos a partir de la rúbrica de evaluación aportada por la profesora.</i></li> <li>- <i>Realización de encuesta al alumnado.</i></li> </ul>

2. Adjunte las tasas de éxito<sup>1</sup> y de rendimiento<sup>2</sup> de las asignaturas implicadas y realice una valoración crítica sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de estos indicadores.

Asignatura <sup>3</sup>	Tasa de Éxito		Tasa de Rendimiento	
	Curso 2016/17	Curso 2017/18	Curso 2016/17	Curso 2017/18
Nuevas Tecnologías en Comunicación	1	1	1	0,99
Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y RRPP	0,97	1	0,97	0,97

**Informe crítico sobre la evolución de las tasas de éxito y rendimiento**

Las tasas de éxito y rendimiento en ambas asignaturas son tan elevadas y estables<sup>4</sup>, que se hace casi imposible establecer una relación causal entre dichos indicadores y el desarrollo del proyecto. Sobre lo

<sup>1</sup> Tasa de éxito = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes presentados.

<sup>2</sup> Tasa de rendimiento = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes matriculados.

<sup>3</sup> Tasa de rendimiento = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes matriculados.

<sup>3</sup> Incluye tantas filas como asignaturas se contemplan en el proyecto.

<sup>4</sup> Las tasas de éxito y rendimiento han sido calculadas expresamente, dado que los datos de Sistema de Información aún no han sido actualizados tras la convocatoria de septiembre 2018.

que sí puede aportarse información relevante, es 1) sobre la eliminación de solapamientos entre ambas asignaturas; y 2) sobre la valoración que realiza el alumnado en cuanto a qué les ha aportado el desarrollo del proyecto. Para lo cuál se desarrolló una encuesta específica con preguntas abiertas, lo que permite hacer una evaluación cualitativa del proyecto, como se verá en el apartado 3 de esta memoria.

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.

<b>Opinión de los alumnos al inicio del proyecto (Nuevas Tecnologías en Comunicación)</b>				
Número de alumnos matriculados: 97 (responden 84)				
<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 DIFICUTAD
2	24	56	4	0
<b>Opinión de los alumnos en la etapa final del proyecto</b>				
<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 DIFICUTAD
3	20	61	0	0
<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
0	5	20	47	12
<b>En el caso de la participación de un profesor invitado</b>				
<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
<b>Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión de los alumnos</b>				
En síntesis, pueden destacarse varias ideas que aparecen reflejadas de manera coincidente en el discurso de los participantes a partir de la encuesta creada <i>ex profeso</i> para evaluar el proyecto, basada en preguntas abiertas:				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La creación de un ejercicio práctico común entre ambas asignaturas ha favorecido el desarrollo de una actividad integrada, donde el alumnado siente que existe un progreso en sus competencias a lo largo del curso y donde no se produce la repetición de contenido o del tipo de ejercicio. Esto es algo que se había detectado en una actuación avalada desarrollada en el curso 2014/2015 para conocer los solapamientos de contenidos del Grado en Publicidad y RRPP, y que había sido señalado como un aspecto a mejorar por la Comisión de la DEVA en su informe de Renovación del Título (2015/2016). En respuesta a esta problemática, desde la Coordinación del Grado se propuso la creación de equipos docentes. Este proyecto de innovación surge de el</li> </ol>				

equipo docente de nuevas tecnologías en comunicación, formado por las dos asignaturas objeto de esta memoria.

«Sabiedo la teoría explicada en clase hemos podido conocer la importancia de las nuevas tecnologías, en este caso en las redes sociales, y al ponerlo en práctica con una marca en concreto hemos descubierto la cantidad de mejoras que se pueden realizar».

«se nos da la libertad suficiente para elaborar y desarrollar estrategias de curación y resolver desde nuestro punto de vista personal el marketing e imagen de la empresa seleccionada, pudiendo hacer una puesta en común con nuestros compañeros y crear debates de interés».

2. Poder trabajar sobre un mismo objeto (una marca comercial, en este caso) durante todo un curso les ha permitido profundizar en su conocimiento del objeto, desarrollar una visión analítica y crítica sobre su comunicación a lo largo del primer semestre. A continuación se reproducen algunas de las opiniones obtenidas tras el desarrollo de la primera fase del proyecto (Nuevas Tecnologías en Comunicación).

«Hemos aprendido a desarrollar la comunicación aplicada en empresas reales y adquirir nuevos conceptos».

«Además de investigar a una marca, se nos dio pie a aportar nuevas ideas después de conocer su comunicación, por lo tanto, no se quedó en un trabajo aburrido de traspasar información, sino que nos dejó cierta libertad».

«Nos ha permitido encontrar algunas carencias en los planes estratégicos de comunicación de algunas multinacionales, y poder presentarles una mejora».

4.

Opinión de los alumnos al inicio del proyecto (Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y Relaciones Públicas)				
Número de alumnos matriculados: 96 (responden 54)				
<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 DIFICUTAD
2	11	35	6	0
Opinión de los alumnos en la etapa final del proyecto				
<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 DIFICUTAD
0	9	37	7	0
<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	POCO DE	NI EN	MUY DE	COMPLETAMENTE

ACUERDO	ACUERDO	ACUERDO NI EN DESACUERDO	ACUERDO	DE ACUERDO
1	2	17	28	5
<b>En el caso de la participación de un profesor invitado</b>				
<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
<b>Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión de los alumnos</b>				
<p>En la asignatura de segundo semestre, se volvió a pasar la encuesta de preguntas abiertas. Los resultados ratifican las ideas generales recabadas en el primer semestre, si bien en esta segunda parte aparecen más comentarios críticos, que deben llevarnos a rediseñar la actividad de cara a futuras ediciones. A continuación se aportan comentarios extraídos de la consulta:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li> <p>El haber creado un ejercicio práctico común entre ambas asignaturas ha favorecido el desarrollo de una actividad integrada, donde el alumnado siente que existe un progreso en sus competencias a lo largo del curso y donde no se produce la repetición de contenido o del tipo de ejercicio. Esto es algo que se había detectado en una actuación avalada desarrollada en el curso 2014/2015 para conocer los solapamientos de contenidos del Grado en Publicidad y RRPP, y en respuesta a esto, desde la Coordinación del Grado se propuso la creación de equipos docentes. Este proyecto de innovación surge de el equipo docente de nuevas tecnologías en comunicación, formado por las dos asignaturas objeto de esta memoria.</p> <p>«Hemos podido analizar de forma crítica las acciones reales de una marca y en el segundo cuatrimestre hemos buscado una solución».</p> <p>«Al trabajar la marca durante más tiempo nos ha permitido profundizar y aplicar nuestros conocimientos en varios aspectos de la misma».</p> <p>«Hemos tocado mucho contenido y hemos podido ser creativos. Al durar un curso completo conocemos mejor a la marca».</p> <p>«Me ha enseñado a aplicar de forma práctica la teoría de la asignatura. Pienso que más asignaturas deberían realizar prácticas así, aunque el trabajo sea mayor».</p> <p>«Me parece interesante y coherente seguir trabajando con una misma marca para conseguir información con el paso del tiempo, así como analizar su evolución».</p> </li> <li> <p>El hecho de que en el segundo semestre tengan que afrontar los problemas que han detectado en la fase de análisis (primer semestre) y darles una solución afrontando la respuesta de sus públicos objetivo, les enfrenta a la complejidad de gestionar la comunicación de una marca, un reto que en gran medida encuentran motivador por lo que tiene de proximidad a la práctica profesional.</p> <p>«Ha sido un trabajo muy ligado a la vida real. El desarrollo del trabajo, así como la parte de la</p> </li> </ol>				

viralidad ha logrado que exponamos nuestra máxima creatividad para lograr objetivos».

«Es genial y se llevan a cabo los contenidos de la asignatura con claridad a la realidad».

«Los trabajos que realizamos en las prácticas son muy similares a los que tendremos que desarrollar en la vida laboral».

«Me ha parecido muy interesante, dinámico y una forma de lograr que nos impliquemos de forma más activa en el trabajo, al tratarse de realizar actividades que nos gustan como las redes sociales, o buscar información de marcas que nos interesan».

3. Se han detectado problemas en relación con la gestión de los tiempos en la entrega de algunas de las tareas en las que se subdivide el proyecto, así como en la comprensión inicial del proyecto.

«hemos aprendido mucho sobre diferentes temas, aunque como pega pondría que se nos ha exigido mucho a última hora».

«Especificar desde el comienzo de curso la gran importancia que tiene la elección de la marca».

«Opino que para el anteproyecto debería darse un menor plazo de tiempo y centrarnos más en las acciones, pues el tiempo que se nos ha dado no ha sido suficiente como para hacerlo de la manera óptima. Por otro lado, se debería dejar planteado desde un principio qué es lo que se va a hacer, desde la asignatura de NTC».

5. 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				
Las docentes implicadas en este proyecto expresan su interés y compromiso para la participación en cualquiera de los foros de comunicaciones que se realicen por parte de esta Unidad de Innovación Docente o en cualquier otro espacio dedicado a la docencia universitaria.				
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo				
No he podido participar en la III Jornadas Innovación Docente Universitaria organizadas por la UCA al				

encontrarme fuera de España haciendo una estancia de investigación. Por otra parte, cabe señalar que este proyecto fue inicialmente planteado para que se desarrollase con la colaboración de la Dra. Carmen Silva Robles, quien solicitó su cese laboral a la UCA en septiembre de 2017 por motivos personales. Ello ha provocado que el desarrollo del mismo haya tenido que contar con la colaboración del profesor Valeriano Durán Manso, quien impartió finalmente Nuevas Tecnologías en Comunicación y la Dra. Belén Macías Varela, con quien he compartido la docencia de Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y Relaciones Públicas. A quienes quiero hacer expreso mi agradecimiento por colaborar, pero que obviamente no asumieron ningún compromiso de difusión de resultados.