

MEMORIA FINAL¹

Compromisos y Resultados

Proyectos de Innovación y Mejora Docente 2018/2019

| |
|---|
| Título del proyecto |
| EL USO DE NARRATIVAS EN LA ENSEÑANZA DE LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD |

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 autónomo de la materia impartida e implicar al alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje</i> | | |
| Indicador de seguimiento o evidencias: | Empleo del relato autobiográfico y la narrativa audiovisual de la publicidad como elementos de diagnóstico, metodológico y evaluativo de la asignatura. | | |
| Valor numérico máximo que puede tener el indicador: | 100 (número aproximado de alumnado matriculado en la asignatura) | | |
| Fecha prevista para la medida del indicador: | Febrero de 2018 | Fecha de medida del indicador: | Enero 2019 |
| Actividades previstas: | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Desarrollo por parte del alumnado de un relato inicial autobiográfico en el que expliquen su relación con la publicidad.</i> - <i>Desarrollo teórico y práctico de la asignatura a partir de los elementos comunes detectados en esos relatos y construcción, por parte del alumnado, de relatos audiovisuales.</i> - <i>Desarrollo de una evaluación narrativa de la asignatura tanto por parte del alumnado como de la profesora.</i> | | |
| Actividades realizadas y resultados obtenidos: | <ul style="list-style-type: none"> - <i>El alumnado ha tenido que realizar un primer ejercicio individual retrospectivo narrativo (anexo VIII. A) para poner en común con sus compañeros de grupo y, quien quiera, también en clase. Aunque era opcional, 96 estudiantes entregaron su caja publicitaria; 7 de los que la prepararon en formato audiovisual, se presentaron voluntarios para que su caja formase parte del canal de YouTube La historia de la Publicidad UCA. Pueden verse aquí: https://bit.ly/2IG6ZMp</i> - <i>Por otra parte, para hacer el trabajo se les encomienda una lectura colectiva/colaborativa de un libro sobre la historia de la publicidad; además, para que tengan más herramientas para la construcción de la historia y puedan aprovechar el potencial del trabajo en grupo, la profesora les enseña técnicas de creatividad.</i> - <i>El trabajo encomendado debía tener una duración máxima de 5 minutos, con el objetivo de que el alumnado que estuviese</i> | | |

¹ Esta memoria no debe superar las 7 páginas.

| | |
|--|--|
| | <p><i>interesado pudiese aprovechar y presentarlo asimismo al concurso de cápsulas audiovisuales de aprendizaje de la Universidad de Cádiz. Me consta que se han presentado 4 trabajos.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Entrega de los proyectos realizados: el 15 de diciembre de 2018 vía YouTube, a través de la cuenta personal de uno de los miembros de cada grupo de trabajo.</i> - <i>Realización a finales del cuatrimestre 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 VIII. B se adjuntan las indicaciones del ejercicio. La entregaron un total de 51 estudiantes (hay que tener en cuenta que este ejercicio no era obligatorio y se pide cuando han acabado las clases de la asignatura, lo que explicaría el bajo porcentaje de participación en relación con otras actividades), pero las reflexiones y aportaciones son muy enriquecedoras y ayudan a la profesora a reflexionar sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje y preparar mejoras para el curso que viene.</i> |
|--|--|

| Objetivo nº 2 | | Introducir y acercar al alumnado en la narrativa audiovisual | |
|---|--|--|----------------|
| Indicador de seguimiento o evidencias: | Eficacia de la formación y grado de satisfacción del alumnado con la misma. | | |
| Valor numérico máximo que puede tener el indicador: | 100 (número aproximado de alumnado matriculado en la asignatura) | | |
| Fecha prevista para la medida del indicador: | Febrero de 2018 | Fecha de medida del indicador: | Diciembre 2018 |
| Actividades previstas: | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Diagnóstico de las necesidades del alumnado en edición de video y narrativa audiovisual.</i> - <i>Puesta a disposición del alumnado del material formativo sobre edición y montaje de video creado el curso 2016-2017 (guía y videotutoriales).</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 primer día de prácticas.</i> - <i>Diagnóstico de las necesidades formativas en edición de video de los estudiantes, mediante una encuesta de evaluación inicial (se adjuntan encuesta y resultados en anexo I). Tras la evaluación inicial, se pone a disposición del alumnado el material formativo elaborado (guía y videotutoriales).</i> - <i>Desarrollo de un taller de formación en edición de video y narrativa audiovisual (4 horas) en horario lectivo de la asignatura (en dos clases prácticas) impartido por una videógrafa profesional, Rebeca González Borrego, de la empresa Estamos Grabando. Noviembre 2018.</i> | | |

| | |
|--|---|
| | <p>- Organización y oferta del curso de Edición de videos con Adobe Premier, de 4 horas de duración, impartido por la empresa Estamos Grabando en el aula Mac de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (anexo IX), con diplomas acreditativos. Financiado por el Decanato de la Facultad, la profesora ha podido organizar este curso gracias a la repercusión de este proyecto de innovación. El curso estaba diseñado y dirigido específicamente al alumnado del Grado Publicidad y Relaciones Públicas y las inscripciones previas superaron la centena; por ello se hicieron dos ediciones, los días 21 y 28 de noviembre de 2019. No obstante, mucho alumnado se quedó fuera, ya que el aforo del aula está limitado a 30 personas. Se ha previsto una reedición para el curso que viene (2019/2020).</p> <p>- Evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje y de la formación ofrecida (video-tutoriales y charla profesional) mediante una encuesta on-line en el aula virtual de la asignatura. Se adjuntan encuesta y resultados en anexo III. las circunstancias, la respuesta es muy elevada.</p> |
|--|---|

| | | | |
|---|--|---|----------------|
| Objetivo nº 3 | | <i>Aumentar el número de materiales audiovisuales del canal de YouTube La historia de la publicidad UCA y potenciar su visibilidad, motivando simultáneamente al alumnado</i> | |
| 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 | | |
| Valor numérico máximo que puede tener el indicador: | 5 vídeos | | |
| Fecha prevista para la medida del indicador: | Febrero 2018 | Fecha de medida del indicador: | Diciembre 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 Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad en el curso académico 2018/2019. La selección de los videos se dará a conocer en el III Festival de Historias de la Publicidad. - Elaboración de materiales audiovisuales en el marco del proyecto, tipo entrevistas a invitados o a alumnado. - Invitación de una figura relevante del ámbito de la publicidad al III Festival de Historias de la Publicidad. | | |
| Actividades realizadas y resultados obtenidos: | <ul style="list-style-type: none"> - El 20 de diciembre de 2018 se celebró el III Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz. Tras una conferencia de Concha Narváez, fundadora de la agencia Alikindoy Comunicación y antigua alumna del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, se entregaron los premios a los mejores trabajos realizados por los estudiantes - Los premios otorgados fueron: Premio a la eficacia; Premio al mejor guion adaptado; Premio del Público; Gran Premio del curso 2018/2019. En el anexo IV se detallan los premios otorgados (y alumnado ganador) y se adjunta la plantilla de los diplomas | | |

| | |
|--|--|
| | <p>entregados. El premio del público fue otorgado por el alumnado, el premio del público, mediante una encuesta puesta a su disposición en el aula virtual durante 3 días (votaron 87 estudiantes. Ver resultados obtenidos en anexo II). Por otra parte, los grupos ganadores de la edición anterior fueron los encargados de entregar los diplomas a los premiados en esta edición. El premio del público y el Gran premio recayeron en el mismo trabajo, por lo que los videos seleccionados para el canal de YouTube de la asignatura fueron 3.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El canal de YouTube La historia de la publicidad UCA al finalizar el curso 2018/2019 contiene un total de 53 videos (en el anexo V se adjunta un listado con todos los videos). En el curso 2018/2019, los nuevos videos son 14: <ul style="list-style-type: none"> - 7 cajas publicitarias del alumnado. - 1 video-promo del III Festival de Historias de la Publicidad. - 3 proyectos audiovisuales realizados por el alumnado, premiados en el III Festival de Historia de la Publicidad. - 1 vídeo-resumen del trabajo realizado por el alumnado a lo largo del desarrollo de la asignatura. - 2 video-reportajes del II MAd Festival, encuentro organizado por y para el alumnado con la participación de prestigiosos profesionales del mundo de la Comunicación. |
|--|--|

| | | | |
|---|---|--------------------------------|------------|
| 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 | | |
| Valor numérico máximo que puede tener el indicador: | 11 profesores/as implicados en el proyecto | | |
| Fecha prevista para la medida del indicador: | Abril 2019 | Fecha de medida del indicador: | Enero 2019 |
| Actividades previstas: | <ul style="list-style-type: none"> -Segundo curso dentro del proyecto de innovación educativo interuniversitario “El uso de narrativas en la enseñanza universitaria. Experiencias y relatos (auto) biográficos para la construcción del conocimiento social, científico y profesional”, liderado por la Universidad de Málaga. -Realización de actividades con consignas parecidas en todas las materias implicadas. -Visita de un profesor o profesora del proyecto “El uso de narrativas en la enseñanza universitaria. Experiencias y relatos (auto) biográficos para la construcción del conocimiento social, científico y profesional”. -Celebración de jornadas de producciones finales e intercambio de experiencias. | | |
| Actividades realizadas y resultados obtenidos: | -Este proyecto de innovación forma parte durante dos cursos del proyecto (2017/2018 y 2018/2019) del proyecto educativo liderado por la Universidad de Málaga “El uso de narrativas en la | | |

| | |
|--|--|
| | <p><i>enseñanza universitaria. Experiencias y relatos (auto) biográficos para la construcción del conocimiento social, científico y profesional”.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> –<i>Realización de un relato autobiográfico para el aprendizaje (Mi caja publicitaria. Anexo VIII.A)</i> –<i>Realización de una evaluación narrativa individual del proceso de enseñanza aprendizaje tanto por parte de la profesora como del alumnado. En el anexo VIII.B se adjuntan las indicaciones del ejercicio.</i> –<i>De los 96 relatos autobiográficos iniciales, se comparten con el equipo del proyecto educativo los subidos al canal de YouTube, ya que se cuenta con el permiso del alumnado para su publicación y difusión. Del total de las 51 narraciones evaluativas, se escogen 10, igual que el curso anterior, 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. Para el trabajo conjunto y la coordinación se emplea la plataforma Basecamp.</i> –<i>Celebración de tres reuniones del proyecto educativo en febrero, mayo y julio de 2019.</i> –<i>La reunión del 2 de julio ha sido la última reunión organizativa del proyecto. Para cerrarlo se toman las siguientes decisiones: en octubre de 2019 se realizarán unos seminarios sobre el PIE en la Universidad de Málaga; para finales de octubre de 2019 han de estar redactados los capítulos para el libro colectivo del PIE, que se publicará en 2020; en diciembre vamos a participar con 5 comunicaciones en el congreso virtual sobre recursos educativos CIREI.</i> |
|--|--|

2. Adjunte las tasas de éxito² y de rendimiento³ de las asignaturas implicadas y realice una valoración crítica sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de estos indicadores.

| Asignatura ⁴ | Tasa de Éxito | | Tasa de Rendimiento | |
|--|---------------|---------------|---------------------|---------------|
| | Curso 2017/18 | Curso 2018/19 | Curso 2017/18 | Curso 2018/19 |
| <i>Evolución de las formas y procesos de la publicidad</i> | 98,7%* | 100%* | 95,1%* | 96%* |
| <i>Informe crítico sobre la evolución de las tasas de éxito y rendimiento</i> | | | | |
| *Son los porcentajes de tasa de éxito y rendimiento referidos a la convocatoria de junio de 2018/2019, mientras los del curso 2017/2018 pertenecen a la convocatoria de septiembre. Como vemos, en esta convocatoria se han mejorado los resultados con respecto al año pasado | | | | |

² Tasa de éxito = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes presentados.

³ Tasa de rendimiento = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes matriculados.

⁴ Incluya tantas filas como asignaturas se contemplen en el proyecto.

(pero en febrero los resultados fueron muy similares en los dos cursos), no obstante, siendo tan altas las cuotas de éxito y rendimiento, considero que no es necesario ahondar en esta cuestión, porque los datos han sido unos puntos superiores, pero podrían haber sido unos puntos inferiores y eso no determinaría la valía del proyecto de innovación.

Si tenemos en cuenta lo que alumnado ha respondido y comentado tanto en las encuestas como en las evaluaciones narrativas individuales, queda demostrado que este proyecto de innovación, que ya va por su tercera edición, está cogiendo fuerza y dando resultados cada vez más positivos en términos cualitativos, lo que hace que la experiencia del proceso de enseñanza-aprendizaje sea cada vez más rica e interesante no solo a nivel curricular si no también personal y grupal.

- 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: 110 (Responden 58) | | | | |
| <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 |
| 0 | 6 | 49 | 3 | 0 |
| Opinión de los alumnos en la etapa final del proyecto (Responden 67) | | | | |
| <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 |
| 3 | 16 | 42 | 6 | 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 | 0 | 6 | 42 | 19 |
| En el caso de la participación de un profesor invitado | | | | |
| <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 |
| 0 | 8 | 13 | 20 | 26 |
| 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. | | | | |
| Como se hizo el curso pasado, 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 más amplia y una evaluación narrativa individual. | | | | |

A continuación se detallan los resultados de la encuesta de evaluación final, que han mejorado con respecto al curso 2017/2018:

El 85% 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 98,5% considera que los videos del alumnado del canal de YouTube les ayudan a acercarse a los contenidos de la asignatura.

El 92,5% de los encuestados considera que el proyecto le ofrece herramientas útiles relacionadas con su carrera. Por otro lado, han valorado muy positivamente la visita de una videógrafa profesional, porque además de suponer un gran beneficio en su formación (83,6%), les resultó interesante y motivadora (79%) y les aportó ideas para la realización del trabajo (70%) y encarar la grabación y edición del video (73%).

Con respecto al Festival de Historias de la Publicidad, el 88% 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 8,5 puntos (siendo los porcentajes los siguientes: 5 puntos, 2,9% votos; 7 puntos, 13%; 8 puntos, 32,8%; 9 puntos: 26,8%; 10 puntos, 23,8%).

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 100% de los encuestados. Frente a esta demanda y necesidad, como ya hemos comentado anteriormente, estamos promoviendo cursos de formación complementaria con la ayuda del Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

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

- “No creo que haga falta hacer ningún cambio, ya que el plan actual considero que esta muy bien planteado tanto para el aprendizaje de la asignatura, como para el desarrollo de diferentes habilidades muy útiles en nuestra carrera”.
- “En general, estoy muy contenta con el transcurso y con el cómo se ha desarrollado la asignatura. El vídeo ha sido un buen elemento para aprender conceptos de esta a pesar de ir un poco a contrarreloj”.
- “Simplemente me parece muy interesante el tema de la narrativa a la hora de contar historias y creo que es un aspecto muy importante en nuestra carrera que apenas se toca”.
- “Creo que la asignatura favorece el desarrollo personal de los alumnos”.
- “Creo que sería muy importante introducir una asignatura para aprender a narrar y editar vídeos, ya que en nuestra carrera es una herramienta fundamental. Por otra parte, estoy contenta de que se nos dé la posibilidad de hacer este tipo de trabajos, para poder desarrollar nuestras ideas creativas y evolucionar en este ámbito. Me alegro de que alguien nos animase, y espero que se hagan más proyectos de este estilo, ya que tiene un trasfondo muy importante”.
- “Creo que es una de las pocas asignaturas las cuáles tiene una parte práctica útil, pues debido a la grabación del vídeo sobre la historia de la publicidad te obliga a empezar a entender y aprender lo más importante acerca de la publicidad, además ha sido un trabajo entretenido y didáctico. Las aportaciones en clase de profesionales de la asignatura también ayuda a la motivación del alumnado, hecho que he agradecido”.

Por último, es fundamental recalcar lo interesante que, en términos pedagógicos, ha sido desarrollar como ejercicios de clase un relato inicial autobiográfico a comienzos de curso y una evaluación narrativa al finalizar las clases. Ambas nos han servido, tanto a la profesora como al

alumnado, indagar en el proceso de aprendizaje y evidenciar cómo aprendemos. Tanto en los relatos del alumnado como en el de la profesora se ha evidenciado la dificultad que conlleva conjugar una educación más dialogada, sosegada y participativa con los tiempos y ratios marcados (un cuatrimestre y más de 100 matriculados/as).

No obstante, el relato autobiográfico 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. El relato ha sido más que una herramienta, un proceso en sí mismo, un eje fundamental de la asignatura.

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 primer cuatrimestre del curso 2018/2019, se celebrará el III Festival de Historias de la publicidad de la Universidad de Cádiz, en el que se entrega los premios a los mejores videos del curso 2018/2019.</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 III Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz el 20 de diciembre de 2018 en el salón de actos del campus de Jerez (en el anexo VI se adjuntan fotografías realizadas en el transcurso del mismo). En la gala, Concha Narváez 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. – El evento se emitió en streaming, en acceso abierto en el canal YouTube Emisión en directo de Audiovisuales UCA TV. La retransmisión fue seguida por más de 30 personas, principalmente familiares del alumnado que no pudieron acudir al evento. – Previamente a su celebración, se envió información (en el anexo VII se adjuntan materiales enviados – video promocional, textos, 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 (véase también en el anexo VII): <ul style="list-style-type: none"> – Video-promo realizado por mi alumno colaborador Fran Garrido, que puede verse en canal de YouTube La historia de la Publicidad UCA. | | | | |

- Cartelería por todo el campus de Jerez - biblioteca, cafetería, aulario.
- Difusión del evento en aulas virtuales de los grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados.
- Promoción del evento a través de [web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación](#) y en la de la [UCA](#).
- Envío de Távira a la comunidad universitaria.
- Difusión en 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.
- Difusión en 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.
- Realización de un video-resumen homenaje al alumnado titulado [La historia de la publicidad en Segundos](#), realizado por mi alumno colaborador Isaac Bouzaid, de tercer curso del doble grado de Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing. Se ha presentado al concurso de cápsulas audiovisuales.
- Realización y publicación 14 videos nuevos en el canal de YouTube [La historia de la Publicidad UCA](#) al finalizar el curso 2018-2019, llegándose a un total de 52 videos en tres cursos académicos.
- De cara al curso que viene, he previsto la elaboración de un artículo académico sobre el empleo del relato autobiográfico para la formación universitaria para su publicación en una revista de prestigio. Asimismo, se está preparando una obra colectiva 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* en el que se encuadra este proyecto.