



FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ

PLA ESTRATÈGIC (Gener 2019)

Aquest document és la proposta de Pla Estratègic, de la Facultat de Ciències de la Comunicació pel període 2019-2021, que es correspon amb el segon mandat de la degana Recoder i el seu equip. Ha estat revisat pels responsables acadèmic i de qualitat del centre.

INDEX:

1. INTRODUCCIÓ	3
1.1. Consideracions generals	3
1.2. Línies Estratègiques.....	5
2. ESTRUCTURA DE CÀRRECS	6
3. DESENVOLUPAMENT DE LES LÍNIES ESTRATÈGIQUES	7
3.1. QUALITAT	7
3.2. AFERS ACADÈMICS RELATIUS ALS ESTUDIS DE GRAU.....	15
3.3. AFERS ACADÈMICS RELATIUS ALS ESTUDIS DE POSTGRAU	25
3.4. INFRAESTRUCTURES	32
3.5. COMTEC.....	37
3.6. ECONOMIA.....	40
3.7. RELACIONS INSTITUCIONALS	42
3.8. INTERNACIONALITZACIÓ	46
3.9. OCUPABILITAT I PRÀCTIQUES EXTERNES	51

1. INTRODUCCIÓ

Aquesta introducció consta de dues parts. A la primera es recullen les consideracions generals en les que s'emmarca el Pla Estratègic. A la segona s'explica l'estructura del pla.

1.1. Consideracions generals

Aquest Pla Estratègic recull la filosofia de treball i les propostes dels dos programes electorals amb els que es va presentar l'equip de Deganat que el redacta. Un corresponent al període 2016-2018 i l'actual vigent, del 2019-2021. Bona part de les accions proposades en el primer mandat s'han dut a terme. La més important ha estat la revisió de la oferta docent de la Facultat de Ciències de la Comunicació, malgrat els retards per causa de l'arribada d'un nou equip de rectorat a la UAB que va plantejar una moratòria en la revisió dels plans d'estudis. Això va endarrerir-ne la revisió, que finalment, es va donar per acabada a la primavera de 2017.

El Pla Estratègic està pensat per tres anys de durada, els que dura el mandat de l'actual equip de deganat. Som conscients que en tres anys poden haver-hi fets rellevants que ens obliguin a replantejar-nos alguns temes. Però els possibles canvis seran introduïts en els plans anuals que farem.

El Pla Estratègic no es pot abstreure de la incertesa sobre quines polítiques universitàries aplicaran els governs català i espanyol (pels canvis de govern, preparació de nous Reals Decretos, Estatuto del Profesorado, Estatuto del Estudiante, etc.). Sí que està clar és que el marc de l'Espai Europeu d'Educació Superior és el que regirà les propostes per a Catalunya perquè en formen part tots els països europeus.

Tampoc no pot obviar la situació econòmica de les universitats en aquests anys, ni les previsions negatives de millora del finançament a curt termini. Això significa que les necessitats de reformes de l'edifici, per l'envelliment o perquè ha d'assumir nous reptes docents, es veuen pràcticament aturades. O que el claustre de PDI i del PAS estan envellits, i això repercuteix en els plans de futur.

També segueix vigent el diagnòstic sobre els estudis de comunicació, que es troben immersos en el gran canvi que es produeix, no només en el panorama dels *mass-media* (tecnologia, publicitat, periodistes multimèdia, ciutadans-periodistes, informació digital, informació local vs. hòldings empresarials, gabinets de comunicació...), sinó també en les noves formes de produir i consumir informació (consumidors vs. prosumidors) i entreteniment, o l'aplicació de tecnologies com la intel·ligència artificial als mitjans de comunicació, i la crisi de valors que afecta tots els àmbits comunicatius.

Com a principis d'actuació hem d'assumir que la Facultat de Ciències de la Comunicació és pública, està arrelada al país, ha de contribuir a la conceptualització intel·lectual de la comunicació i ha de tenir vocació internacional. A més, ha d'impulsar una docència i una recerca de qualitat i transferir coneixements científics, culturals, tecnològics i formatius a la societat. I ser una interlocutora privilegiada dels actors professionals, des dels mitjans de comunicació a les agències de publicitat, passant per les productores audiovisuals, els col·legis professionals, associacions

d'investigadors, etc.

Com a facultat volem arribar a l'excel·lència docent i investigadora, amb capacitat d'influència a Catalunya, l'Estat Espanyol, Europa i també a l'Amèrica Llatina i els països asiàtics, llocs de procedència dels nostres estudiants de postgrau. I no es pot dir que ara no sigui així en bona mesura, però hem de reforçar aquesta rellevància internament i externament.

I per tant, seguint el projecte de la UAB, hem de procurar que les actuacions de la Facultat de Ciències de la Comunicació, per cada curs acadèmic, es basin en els compromisos següents:

- **Cooperació**, entre els tres estaments i entre l'equip de Deganat i els departaments, perquè cal que totes les persones estiguin informades i preparades per tirar endavant qualsevol projecte.
- **Innovació**, per aconseguir una millora continuada de processos, organització, docència i transferència.
- **Internacionalització**, a través de tots els estaments de la Facultat, convenis, projectes i accions, procurant un equilibri entre sortides i entrades d'estudiants, per a no desestabilitzar els grups, i promovent la docència en anglès.
- **Sostenibilitat i eficiència**, perquè els recursos són escassos i ens cal fer-ne un ús eficient.
- **Transparència i rendició de comptes**, per demostrar què fem i com ho fem no només als membres de la facultat, sinó també els òrgans de govern de la UAB i organismes independents com AQU.

I totes aquestes premisses impliquen:

-Vetllar per la qualitat del servei ofert als estudiants.

Qualitat del servei des del moment en què un estudiant potencial s'interessa per la oferta formativa de la FCC, fins al moment final en què l'estudiant deixa la Facultat per integrar-se en el mercat de treball o continuar la seva formació en una altra institució. Enmig rau tota la casuística en termes de varietat i qualitat de l'oferta educativa, eficiència en els processos administratius, oportunitats complementàries de formació, mobilitat internacional o pràctiques curriculars.

-Vetllar per la coordinació interna de la FCC

Coordinació a tots els nivells, però fonamental entre el Deganat i els Departaments propis de la FCC, tot i que també amb els Interfacultatius, i entre Deganat i Administració de Centre i a partir d'ella amb tots els serveis que col·laboren en la docència.

Especialment fem referència a Gestió Acadèmica, Laboratoris Audiovisuals, Laboratoris Informàtics, Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General. Atès que l'equip de Deganat representa els interessos comuns de la Facultat, és fonamental una circulació

fluida de la informació i, sobre aquesta base, una presa de decisions el més consensuada possible.

1.2. Línies estratègiques.

Partint dels objectius i accions proposats en el Pla estratègic, aquest document reflecteix els principals objectius que es marca l'Equip de Deganat per el curs 2019-2020, en les línies estratègiques pròpies de la FCC que són:

- Qualitat
- Afers acadèmics relatius als estudis de grau
- Afers acadèmics relatius als estudis de postgrau
- Infraestructures
- COMTEC
- Economia
- Relacions institucionals
- Internacionalització
- Ocupabilitat i Pràctiques Externes

Finalment, la pregunta que ens hem de fer és: com hem de preparar els comunicadors per un món canviant on sembla que la tecnologia té més rellevància que la reflexió? I de quina manera el Pla Estratègic ens ajudarà a aconseguir-ho? Com hem d'inculcar els valors de buscar la veritat en les informacions, de documentar-les, de contrastar els parers, de no ofendre, en un món on l'insult és el rei de les xarxes socials, i on impera la presa i el consum ràpid de notícies, anuncis o entreteniment?

Hi ha una filosofia al darrera: les estudiants han d'aprendre a valorar, a pensar, a llegir temes teòrics més enllà dels coneixements tecnològics, que són imprescindibles però que canvien tan ràpidament com la resta del món.

En el mig segle de vida, la Facultat de Ciències de la Comunicació ha de mostrar-se amb la mateixa energia que en els seus inicis, amb la confiança de qui ha après dels errors passats, i de que té clar el camí que vol seguir. Això només serà factible amb el suport de tothom, units en un objectiu comú, el de fer un centre lligat al país, a la ciència i a les necessitats de la societat. I el Pla Estratègic n'és una eina de treball.

2. ESTRUCTURA DE CÀRRECS

Els càrrecs de gestió de la Facultat de Ciències de la Comunicació es divideixen entre els membres de l'Equip de Deganat, les coordinacions de graus i de màster oficial –aquests, escollits per les direccions dels Departaments que imparteixen la docència a cadascun i ratificats i nomenats per la degana-, i les coordinacions de suport a temes bàsics com Qualitat, Intercanvis internacionals, Comunicació, Laboratoris Audiovisuals, Biblioteca i Hemeroteca i Polítiques d'Igualtat.

S'està pendent d'una revisió dels càrrecs a partir del moment que entri en funcionament el nou model de càrrecs de gestió que està preparant l'equip de rectorat de la UAB.

A gener de 2019, els càrrecs de gestió de la Facultat de Ciències de la Comunicació són els que apareixen a la llista següent. Menys l'administradora de centre, tota la resta són càrrecs acadèmics ocupats per docents de la plantilla estable de la UAB.

-Equip de Deganat:

Degana: Maria José Recoder Sellarès
Secretària i Vicedegana d'Intercanvis, Pràcticum, TFG i Alumni: Carme Ferré-Pavia
Vicedegà de Comunicació, Infraestructures i UAB Media: Carles Llorens Maluquer
Vicedegà de Docència, Professorat i Alumnat: Carmina Crusafon Baqués
Vicedegà d'Economia i Relacions Institucionals: Fernando Morales Morante
Vicedegana d'Ordenació Acadèmica: Elisabet Garcia- Altadill

L'Administradora de centre, que forma part de l'equip és Glòria Garcia Andrés.

-Coordinacions de Grau.

Grau en Comunicació Audiovisual: Montserrat Llinés

Grau en Periodisme: Núria Simelio

Grau en Publicitat i Relacions Públiques: Àurea Gómez

-Coordinacions de màster oficial

Màster de Mitjans, Comunicació i Cultura: Maria Dolores Montero

Màster de Periodisme i innovació en continguts digitals: Pepe Rodríguez

Màster de Continguts de Comunicació audiovisual i publicitat: Xavier Ribes

Màster de Planificació Estratègica en publicitat i Relacions Públiques: Juan José Perona

-Altres coordinacions

Coordinador de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació: Enric Marín

Coordinadora de les Polítiques d'Igualtat de la FCC: Rosa Maria Palencia

Coordinador del Sistema de Garantia Interna de Qualitat: Josep Angel Guimerà

Coordinadora de Comunicació: Anna Fajula

Coordinadora d'Intercanvis: Ana Isabel Fernández -Viso

Tot plegat contribueix decisivament a una efectiva circulació de la informació i la coordinació de tots els òrgans de consulta i decisió.

3.DESENVOLUPAMENT DE LES LÍNIES ESTRATÈGIQUES

Les línies estratègiques que es marca l'equip de Deganat en aquest Pla Estratègic fan referència a qualitat, afers acadèmics relatius als estudis de grau i de postgrau, infraestructures, COMTEC, economia, relacions institucionals, internacionalització i ocupabilitat i pràctiques externes.

3.1. QUALITAT

Tal i com es declara en la presentació del Sistema de Garantia Interna de Qualitat (SGIQ), la Facultat de Ciències de la Comunicació (FCC) reflecteix el seu compromís ferm amb la qualitat dels seus programes formatius de grau i màster. Per aquest motiu la qualitat és un concepte transversal a tots els objectius d'aquest pla estratègic.

Tot i això, els aspectes més rellevants en aquesta línia estan relacionats amb l'assegurament de la qualitat dels programes formatius que s'imparteixen a la FCC, qualitat entesa com a transparència i avaluació externa de les titulacions d'acord amb uns estàndards comuns a totes les universitats de l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES).

El Real Decreto 1393/2007 que estableix l'ordenació dels ensenyaments universitaris oficials, presenta els procediments de verificació i acreditació de títols. Tots aquest conjunts de processos que regulen el cicle de vida de les titulacions s'organitzen en el que s'anomena marc VSMA (Verificació, Seguiment, Modificació i Acreditació) de la qualitat de les titulacions oficials a Catalunya.

En aquest mateix context, els ministres d'Educació Superior de l'EEES van adoptar uns estàndards i directrius per l'assegurament de la qualitat a les institucions universitàries. Aquests estàndards són la base sobre la que cada universitat ha elaborat el seu propi Sistema de Garantia Interna de la Qualitat (SGIQ). La UAB va dissenyar i certificar (2010) en el marc del programa AUDIT, un SGIQ-marc, a partir del qual cada centre, i en concret la FCC, ha dissenyat el seu propi SGIQ amb l'objectiu garantir la qualitat de tots els seus programes formatius.

El Sistema de Garantia Interna de la Qualitat dissenyat per la FCC va ser certificat l'any 2010 en el marc del programa AUDIT. El SGIQ_FCC està format per 27 processos entre els que s'engloben els transversals de la UAB, els processos del Marc VSMA i també aquells que són la Facultat de Ciències de la Comunicació ha implementat com a propis.

La tasca feta pels anteriors equips, el professorat i el personal d'administració i serveis, ens ha situat en l'àmbit de qualitat en una bona situació perquè totes les titulacions de grau i de màster estan acreditades. Donada la favorable situació de partida, un dels compromisos d'aquest Pla Estratègic és continuar treballant en aquest àmbit tenint dos objectius fonamentals. Per una banda, aconseguir l'acreditació de les titulacions seguint el calendari de vida de les mateixes. Per una altra, i en paral·lel a l'objectiu anterior, aconseguir l'acreditació del centre. L'obtenció d'aquesta acreditació institucional comportaria l'acreditació automàtica de totes les titulacions en aquell moment. Per aconseguir aquest objectiu cal tenir certificada la implantació del Sistema de Garantia Interna de Qualitat de la FCC.

Com qualsevol procés d'acreditació, el repte d'assolir l'acreditació de centre comportarà la implicació de tota la Facultat. En aquest sentit, és important tenir present el cicle de vida de les titulacions.

Sabem que els processos de qualitat són intrínsecament dinàmics i cíclics. El repte és que tot aquest procés es realitzi de la forma més automàtica possible. Per això, l'equip de govern de la UAB ha iniciat un programa de suport a la qualitat docent dels centres propis que en un futur proporcionarà una eina per a la gestió del SGIQ permetent, entre d'altres funcions, la generació dels informes de seguiment, acreditació i revisió del SGIQ.

Taula 1. Acreditacions de graus i màsters oficials de la FCC a gener 2019

ANY	TITULACIÓ	ACREDITACIÓ
2018	Màster Universitari en Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	Favorablement (.pdf)
2015	Grau en Comunicació Audiovisual	Favorablement (.pdf)
2015	Grau en Periodisme	Favorablement (.pdf)
2015	Grau en Publicitat i Relacions Públiques	Favorablement (.pdf)
2015	Màster Universitari en Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	Excel·lència (.pdf)
2015	Màster Universitari en Mitjans, Comunicació i Cultura	Excel·lència (.pdf)

Durant el curs 2019-2020 s'iniciaran els dos nous Graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions, les memòries dels quals van ser verificades al 2018. Durant el curs 2018/2019 va començar el Màster oficial en *Periodisme i Innovació en Continguts Digitals*, que va substituir el de *Recerca en Comunicació i Periodisme*, que va iniciar el procés d'extinció al curs 2017/2018. Per tant, aquest dos graus i el màster no poden haver estat encara acreditats.

A continuació, es detallen els objectius i accions previstes per assolir l'acreditació de centre, així com d'altres més interns i propis de la política de qualitat de la FCC.

Objectius

Relacionats amb els processos de seguiment i acreditació:

1. Seguiment i acreditació de les titulacions de la FCC.
2. Certificació de la implantació del SGIQ de la FCC.
3. Acreditació de la FCC.

Relacionats amb la Innovació i Desenvolupament professional docent:

4. Promoure la innovació docent adreçada a la millora dels processos d'ensenyament i d'aprenentatge dels estudiants.
5. Conèixer les necessitats formatives del professorat de la FCC.

Relacionats amb la programació acadèmica:

6. Millorar la participació en les enquestes de satisfacció dels estudiants.
7. Millorar els processos de coordinació docent.

Accions

Relacionades amb els processos de seguiment i acreditació:

- Crear i activar la Comissió de Qualitat.
- Realitzar el seguiment de les titulacions.
- Implantar les propostes de millora que es derivin del seguiment de les titulacions
- Verificar la implantació de les propostes de millora lligades al seguiment de les titulacions.
- Realitzar el seguiment del SGIQ del centre.
- Implantar les propostes de millora que es derivin de la revisió del SGIQ
- Verificar la implantació de les propostes de millora lligades al seguiment del SGIQ.
- Dissenyar un document informatiu d'acollida adreçat a noves coordinacions de graus i màsters universitaris.
- Dissenyar un document informatiu d'acollida adreçat a responsables de processos del SGIC.
- Sol·licitar l'acreditació del centre l'any 2020.

-Acreditar els màsters i graus segons el calendari del seu cicle de vida VSMA.

Relacionades amb la Innovació i desenvolupament professional docent:

-Recollir les necessitats formatives del professorat de la FCC.

-Sol·licitud de programa de formació pel PDI i PAS de la Facultat en tecnologies i software.

-Difondre per mitjà de les eines comunicatives de la FCC les convocatòries de congressos estatals i internacionals específics d'innovació docent per incentivar-ne la participació del PDI de la FCC.

-Elaborar un pla de difusió de les convocatòries de projectes d'innovació docent per fomentar la participació dels docents.

-Establir un pla per incrementar el % de peticions de trams docents per part del pdi de la facultat

-Donar a conèixer entre el PDI de la FCC els grups d'innovació docent que existeixen a la UAB, tant per accedir als seus materials com per, si s'escau, integrar-s'hi.

Relacionades amb la programació acadèmica

-Dissenyar una prova pilot de l'eina consell de curs per a la coordinació docent de les titulacions.

-Crear un pla d'acció per augmentar el nivell de participació dels estudiants a les enquestes de qualitat docent al 25%.

-Informar als estudiants dels resultats de les enquestes, sempre que aquestes tinguin una taxa de resposta que asseguri la seva representativitat.

Mecanismes de Coordinació

La qualitat també va vinculada als sistemes de coordinació existents al sí de la facultat. La creixent complexitat dels processos d'organització, gestió docent i administratius, afegida als canvis cada vegada més freqüents de normatives i de procediments, marquen que l'intercanvi d'informació sigui un aspecte clau per al bon funcionament de la FCC.

El correcte funcionament d'aquests espais d'interacció és fonamental per assolir una presa de decisions informada, àgil i resolutiva. En aquest sentit, l'equip de deganat encoratja avançar en un format de reunions que, en la mesura del possible, compleixi amb les següents característiques:

- Definició de l'ordre del dia amb l'antelació adequada.
- Indicació a l'ordre del dia de la hora d'inici i final

- Distribució amb antelació de la informació més rellevant amb l'objectiu de prioritzar el caràcter executiu de les reunions (i reduir al màxim el possible caràcter informatiu de les mateixes).
- Realització d'una acta per tal de poder difondre i tenir a l'abast com a referència els resultats de la reunió en el punt d'informació compartida en xarxa.

L'entramat d'espais d'interacció és molt ampli, i per això en fem la relació:

1. Reunions setmanals de l'equip de Deganat, sempre amb la presència de l'Administradora de Centre.
2. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Degana – Direccions de Departament.
3. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Degana – coordinador de Qualitat
4. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Degana – coordinador de Biblioteca
5. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Degana – coordinadora de Polítiques d'Igualtat.
6. Degana i coordinadors de grau i màster, junts o per separat.
7. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Degana- Administradora de centre
8. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Vicedegana d'Ordenació Acadèmica – Gestor Acadèmic.
9. Secretària de la Facultat i Vicedegana d'Internacionals i TFE (en funció de les necessitats) – Responsable acadèmic d'intercanvis.
10. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Vicedegà d'Economia i Infraestructures i Serveis – Administradora de Centre.
11. Reunions periòdiques (en funció de les necessitats) Vicedegà de Comunicació i UAB Campus Media – Administradora de centre.
12. Reunions periòdiques (en funció de les necessitats) Vicedegà de Comunicació i UAB Campus Media – Cap de Laboratoris Audiovisuals i/o Cap de Servei d'Informàtica.
13. Reunions semestrals de la Comissió de Qualitat
14. Reunions periòdiques Vice-degana d'Ordenació Acadèmica i/o Vicedegana de Docència, PDI i Alumnat – Coordinadors de titulacions de grau i/o de màster.
15. Reunions periòdiques Vice-degana de Docència, PDI i Estudiants – Delegats de curs

16. Reunions periòdiques (en funció de necessitats) Coordinadors de titulacions – Coordinadors d'Assignatura/Guia Docent. També podem afegir reunions amb delegats de curs quan es considera necessari, perquè n'hi ha fixades dues l'any.

17. Reunions periòdiques (en funció de les necessitats) entre Coordinacions de titulacions – Equip de Qualitat.

18. Reunions periòdiques (en funció de les necessitats) entre els Responsables dels processos del SGIC i l'Equip de Qualitat.

19. Punt d'informació compartida en xarxa (núvol) per part de l'equip de Deganat.

Línia estratègica 1: Qualitat	
En coherència amb la línia estratègica 1 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
Relacionats amb els processos de seguiment i acreditació	
1.Seguiment i acreditació de les titulacions de la FCC	Realitzar el seguiment de les titulacions
	Implantar les propostes de millora que es derivin del seguiment de les titulacions
	Verificar la implantació de les propostes de millora lligades al seguiment de les titulacions
	Acreditar els màsters i graus segons el calendari del seu cicle de vida VSMA
2.Certificació de la implantació del SGIQ de la FCC	Crear i activar la Comissió de Qualitat
	Realitzar el seguiment del SGIQ del centre
	Implantar les propostes de millora que es derivin de la revisió del SGIQ
	Verificar la implantació de les propostes de millora lligades al seguiment del SGIQ
	Dissenyar un document informatiu d'acollida adreçat a noves coordinacions de graus i màsters universitaris
	Dissenyar un document informatiu d'acollida adreçat a responsables de processos del SGIC
3.Acreditació de la FCC	Sol·licitar l'acreditació del centre l'any 2020
Relacionats amb la Innovació i Desenvolupament professional docent	
4.Promoure la innovació docent adreçada a la millora dels processos d'ensenyament i d'aprenentatge dels estudiants.	Sol·licitud de programa de formació pel PDI i PAS de la Facultat en tecnologies i software
	Difondre per mitjà de les eines comunicatives de la FCC les convocatòries de congressos estatals i internacionals específics d'innovació docent per incentivar-ne la participació del PDI.
	Elaborar un pla de difusió de les convocatòries de projectes d'innovació docent per fomentar la participació dels docents

	Donar a conèixer entre el PDI de la FCC els grups d'innovació docent que existeixen a la UAB, tant per accedir als seus materials com per, si s'escau, integrar-s'hi.
	Establir un pla per incrementar el percentatge de peticions de trams docents per part del PDI de la facultat.
5. Conèixer les necessitats formatives del professorat de la FCC	Recollir les necessitats formatives del professorat de la FCC
Relacionats amb la programació acadèmica	
6. Millorar la participació en les enquestes de satisfacció dels estudiants	Crear un pla d'acció per augmentar el nivell de participació dels estudiants, tant de grau com de màster, a les enquestes de qualitat docent al 25%.
	Informar als estudiants dels resultats de les enquestes, sempre que aquestes tinguin una taxa de resposta que assegurï la seva representativitat
7. Millorar els processos de coordinació docent	Dissenyar una prova pilot de l'eina consell de curs per a la coordinació docent de les titulacions.

3.2. AFERS ACADÈMICS RELATIUS ALS ESTUDIS DE GRAU

Globalment, la obligació de la FCC és vetllar per la qualitat del servei ofert als estudiants, tant de grau com de postgrau. Pel que fa als estudis de grau, aquesta feina de la Facultat va dirigida als futurs estudiants amb les xerrades d'orientació a les Jornades de Portes Obertes i el Dia de la Família, continuant per les sessions orientatives prematrícula i les de benvinguda i informació general quan ja són estudiants de primer curs. I segueixen al llarg de tota la carrera, tenint com a cloenda els actes de graduació i la orientació pels estudis de postgrau dins del propi centre. En resum, es tracta de demostrar la qualitat del servei des del moment en què un estudiant potencial s'interessa per la oferta formativa de la FCC, fins al moment final en què l'estudiant deixa la facultat per integrar-se en el mercat de treball o continuar la seva formació en una altra institució.

Afortunadament el nombre d'estudiants de la Facultat es manté al llarg dels anys, i quan hi ha hagut alguna baixada, ha estat a petició del propi centre per donar una millor qualitat docent als matriculats (reducció de nombre d'estudiants per grup, afavorir la realització de les pràctiques de les assignatures, etc.).

Taula 2. Total de matriculats a la FCC

Curs	LLICENCIATURA	GRAUS	MASTER	TOTAL
2010/11	1767	452	57	2276
2011/12	1342	878	59	2279
2012/13	799	1291	72	2162
2013/14	337	1705	60	2102
2014/15	103	1839	129	2071
2015/16	0	1878	163*	2041
2016/17	0	1841	162*	2003
2017/18	0	1825	148*	1973
2018/19	0	1829	123*	1952

* S'han inclòs els matriculats al Màster Universitari Erasmus Mundus en Mediació Mediterrània: cap a la inversió i la integració.

Això implica també que les xifres de preinscripció són favorables al centre i que els canvis que es produiran en el curs 2019/20 es deuran a la decisió d'incorporar dos nous graus a la oferta acadèmica de la FCC, reduint la xifra de matrícula del grau de Periodisme en 120 places. La raó és de política universitària. Al llarg dels darrers anys, la Generalitat de Catalunya ha atorgat estudis relacionats amb la comunicació a moltes universitats públiques i privades de Catalunya, provocant una inflació al mercat de treball de graduats en Periodisme o titulacions afins. A la FCC, amb l'acord de l'equip de rectorat de la UAB, li va semblar que, atès que hi havia una nova demanda de perfils professionals, era el nostre centre, com a degà de les facultats catalanes i espanyoles –amb les facultats homònimes de les Universitats de Navarra i Complutense de Madrid, qui havia de liderar un procés de canvi, en el que havia començat a treballar al 2016.

Taula 3. Places de preinscripció ofertades als graus de la FCC

Curs	Comunicació Audiovisual	Periodisme	Publicitat i Relacions Públiques	Comunicació Interactiva	Comunicació de les Organitzacions	Total
2010/11	80	295	80	---	---	455
2011/12	80	295	80	---	---	455
2012/13	80	295	80	---	---	455
2013/14	80	295	80	---	---	455
2014/15	80	280	80	---	---	440
2015/16	80	280	80	---	---	440
2016/17	80	280	80	---	---	440
2017/18	80	280	80	---	---	440
2018/19	80	280	80	---	---	440
2019/2020	80	160	80	60	60	440

Però cal indicar que sempre hi ha una matrícula superior a les places ofertades, per causa de les qualificacions obtingudes a la selectivitat. La normativa indica que si hi ha més d'una persona que té la mateixa qualificació al límit d'entrada, tots els estudiants que la tinguin, seran matriculats. S'inclou també el curs 2019-2020, encara que quan es fa aquest Pla Estratègic no hagi començat, perquè és la previsió de repartiment de places que s'ha fet i pactat amb el Rectorat de la UAB, AQU i el CIC.

I creiem que també cal destacar que on hi ha hagut un canvi molt rellevant ha estat en la quantitat d'hores de docència presencial que reben els estudiants a partir del moment en que es passa al "Pla Bolonya". En les llicenciatures un crèdit equivalia a 10 hores de classe tradicional. En els graus – Pla Bolonya – un crèdit ECTS equival a 25 hores de dedicació de les quals, una part correspon a docència a l'aula, una altra correspon a treball autònom de l'alumne i tutories. Per tant, els estudiants a la facultat de Ciències de la Comunicació passen de 6 hores diàries de classe presencial a només 3 hores de docència presencial, degut al nou còmput de la docència.

- Fins al curs 2009/2010, les llicenciatures tenien 300 crèdits, i 1 crèdit computava 10 hores de classe.
- A partir del curs 2010/2011, els graus tenen 240 ECTS, comptats a 25 hores de feina de l'estudiant, però amb només un 33% de presencialitat a les aules. Això implica que els estudiants dels graus cursen un total de 1980 hores presencials.

A partir d'aquí s'havia de ser molt curós amb la planificació horària. Després d'estudiar els resultats d'assistència i tenint en compte les peticions de docents i estudiants, es va fer una revisió profunda dels horaris als plans dels estudis del grau en Comunicació Audiovisual i del grau en Periodisme. En els plans d'estudis nous hi ha més hores de pràctiques de laboratoris i, per tant, ha incrementat les hores de docència als platós de TV i als estudis de ràdio. A partir del curs 2019/2020 s'iniciarà la implementació dels

plans d'estudis nous i la desprogramació dels plans anteriors. El rendiment dels estudiants de grau és bó, i creiem que hi influeix el fet que entren amb bona nota de tall,

atès que tenim molta més demanda que oferta de places i que això es manté al llarg dels anys. També hi influeix que estudis vocacionals i la maduresa personal que desenvolupen.

Taula 4. Nota de tall dels graus de la FCC sobre 14 punts

Curs	Comunicació Audiovisual	Periodisme	Publicitat i Relacions Públiques
2010/11	9,93	9,56	9,83
2011/12	10,67	9,96	10,37
2012/13	9,08	9,39	9,87
2013/14	9,4	9,41	10
2014/15	9,83	9,23	10,5
2015/16	9,91	9,8	10,72
2016/17	10,04	9,79	10,25
2017/18	9,92	9,27	10,61
2018/19	10,16	9,73	10,74

Com es pot observar les notes de tall són altes, i ens permeten tenir estudiants que volen estudiar els graus als que es matriculen en primera o segona opció, sent la primera opció el mateix grau en un altre centre.

L'evolució des del curs 2013-2014 fins el curs 2018-2019 sobre les preferències dels estudiants en la tria dels graus, apareix a les taules següents. I de forma global, podem destacar que:

- Una característica de tots els anys és que amb només els estudiants que trien en primera opció la FCC per cursar qualsevol dels tres graus, podríem cobrir totes les places i encara en sobriarien.
- Evidentment, no tots els que han triat la FCC com a primera opció acabaran matriculant-s'hi, perquè la nota de tall, que com s'ha vist és elevada, no és sempre assolida pels qui expressen el seu desig d'estudiar a la facultat el grau escollit.
- La demanda, sumant totes les preferències, supera en més de 10 vegades la oferta de places als Graus de Comunicació Audiovisual i Publicitat i RRPP, fins i tot en els pitjors resultats, que estan per sobre de les 900 persones en Publicitat i RRPP i per sobre les 800 en CA. En el cas del grau de Periodisme, que oferta 280 places durant els cursos estudiants la demanda arriba a multiplicar per cinc i sis les places ofertades.
- Des del punt de vista de la demanda, la FCC no ha de patir per la salut i interès que desperten els tres graus, malgrat la proliferació d'estudis relacionats amb la comunicació que s'han implantat a les universitats catalanes, públiques i privades.

Taula 5. Preferències del Grau de Publicitat i Relacions Públiques

Curs	PRE F 1	PREF 2	PREF 3	PREF 4	PREF 5	PREF 6	PREF 7	PREF 8	TOTAL
2020-21	188	308	216	125	120	80	54	40	1131
2019-20	190	270	211	138	82	59	32	29	1011
2018-19	192	315	174	123	114	65	54	27	1064
2017-18	205	293	170	111	104	56	48	27	1014
2016-17	203	237	180	109	91	68	53	21	962
2015-16	177	281	169	114	68	64	24	19	916
2014-15	195	346	181	126	95	69	47	28	1087
2013-14	230	353	206	154	130	104	58	37	1272

Taula 6. Preferències del Grau de Periodisme

Curs	PRE F 1	PREF 2	PREF 3	PREF 4	PREF 5	PREF 6	PREF 7	PREF 8	TOTAL
2020-21	308	229	138	138	122	85	79	57	1156
2019-20	331	212	147	140	117	97	59	53	1156
2018-19	390	296	166	158	125	93	59	46	1333
2017-18	319	293	182	112	107	70	57	40	1180
2016-17	400	316	187	108	105	94	50	39	1299
2015-16	459	291	156	147	105	55	58	36	1307
2014-15	363	255	145	126	119	73	61	39	1181
2013-14	403	342	159	136	133	96	63	53	1385

Taula 7. Preferències del Grau de Comunicació Audiovisual

Curs	PRE F 1	PREF 2	PREF 3	PREF 4	PREF 5	PREF 6	PREF 7	PREF 8	TOTAL
2020-21	171	300	282	164	105	68	45	25	1160
2019-20	152	285	210	130	99	63	37	29	1005
2018-19	149	245	221	152	91	57	36	26	977
2017-18	120	222	179	133	77	43	34	17	825
2016-17	144	241	222	132	70	50	38	19	916
2015-16	141	243	207	137	72	51	28	17	896
2014-15	126	278	212	153	77	43	34	24	947
2013-14	126	278	212	153	77	43	34	24	947

Respecte dels indicadors globals de la facultat, per graus, es pot dir el següent:

Taula 8. Indicadors. Curs 2018/2019

Curs 2018/2019	Comunicació audiovisual	Periodisme	Publicitat i RRPP
Número de places	80	280	80
Nota de tall	10,41	9,73	10,74
Mobilitat out (alumnat)	19	48	11
Mobilitat in (alumnat)	54	54	54
Pràctiques curriculars (alumnat)	79	233	64
Inserció laboral*: Funcions específiques de la titulació	34,8%	42,5%	57,9%
Taxa abandonament ¹	20%	18%	22%
Persones graduades que repetirien carrera*	52,2%	53,1%	55,3%
Satisfacció amb la titulació ²	46,15%	60%	53,85%

*L'Enquesta d inserció laboral són dades d'AQU de l'any 2017 d'estudiants ocupats als tres anys de graduar-se.

¹ Dades corresponents al curs 2015/2016.

² Enquesta de titulats UAB 2018-2019

Es considera que el número de places que oferta la FCC per cadascun dels graus està adequada a la seva capacitat docent i instal·lacions. També es va adaptar al mercat de treball, amb la supressió de 120 places del Grau de Periodisme per repartir-les entre els dos nous graus que començaran al curs 2019-2020, els de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions. D'aquests no hi ha possibilitat encara de fer valoracions globals sobre el seu desenvolupament en aquest Pla Estratègic i les valoracions es deixaran pels Plans Anuals.

Respecte de la mobilitat in/out, la situació de la Facultat està explicada al punt 3.8. Només resumidament, dir que la facultat té una gran quantitat de convenis signats amb universitats estrangeres –Erasmus, programa propi de la UAB- i estatals –SICUE. Però la mobilitat dels estudiants propis cap a l'estranger podria millorar i això permetria acceptar més estudiants d'entrada. Val a dir que molts estudiants que no marxen és per dificultats econòmiques, no perquè no tinguin un bon nivell d'anglès o interès en fer una estada a l'estranger. La Facultat va haver de fer una reducció de places i eliminació de convenis amb universitats estrangeres al curs 2017-18 perquè hi havia universitats que no eren atractives pels nostres estudiants, però en canvi la UAB sí que ho era pels estudiants d'aquells centres, i havien arribat a venir en un curs més d'un centenar d'alumnes in, el que provocava molts problemes en la organització dels grups pel seu gran volum. La facultat té pendent de millora en la oferta de la docència d'assignatures en anglès.

En quant als percentatges d'estudiants que repetirien els estudis de grau i la seva satisfacció respecte dels mateixos, són xifres que han de millorar. Curiosament, a Periodisme hi ha un 60% d'estudiants que es mostren satisfets amb la titulació, però són 7 punts menys els que repetirien els estudis. En canvi, a CA i Publicitat i RR els percentatges s'inverteixen. El 52% a CA i el 55% a Publicitat repetirien els estudis, però els primers només mostren un 46% de satisfacció en la carrera, i els segons un 53%. En el cas de Comunicació Audiovisual la diferencia és de 6 punts, i només de 2 en el cas dels estudiants de Publicitat.

Les xifres sobre inserció laboral seran comentades al punt 3.9 del pla estratègic.

A partir d'aquesta anàlisi, els objectius i les accions que es marca pel període de 3 anys la Facultat de Ciències de la Comunicació són els següents:

Objectius

Relacionats amb la docència

1. Fer el seguiment específic dels nous graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions que començaran primer curs al 2019-2020.
2. Revisar la planificació de la docència per optimitzar-la
3. Mantenir els graus de la FCC en llocs destacats dels rànquings estatals i internacionals per la seva qualitat docent.
4. Revisar les titulacions de Grau i introduir les modificacions que hom consideri necessàries quan calgui, per adequar-les als canvis del sistema comunicatiu mundial.
5. Incorporar la perspectiva de gènere a la docència de grau.

Relacionats amb l'alumnat

6. Consolidar la figura del tutor per aquells estudiants amb necessitats educatives especials, per ajudar-los en el seu desenvolupament acadèmic i evitar abusos per part dels estudiants (programes Piune, TutorSPORT).
7. Reforçar la identificació dels alumnes amb la FCC i la marca UAB via comunitat Alumni i en el marc del 50 aniversari de la creació de la FCC.

Relacionats amb les pràctiques externes

8. Mantenir la qualitat dels diferents programes de pràctiques curriculars i estimular la participació en pràctiques extra-curriculars.
9. Establir nous programes de pràctiques curriculars pels futurs estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions.

Relacionats amb la mobilitat

10. Donar a conèixer la oferta formativa de graus de la FCC arreu

11.Potenciar l'ús, per part dels nostres estudiants, de les possibilitats de mobilitat que ofereix la facultat.

Accions:

Relacionades amb la docència

-Revisar la utilització dels espais docents (laboratoris, aules informatitzades, seminaris, etc.) per aconseguir-ne la optimització.

-Revisar la categoria de les assignatures i la seva distribució en hores de teoria, pràctiques i seminaris, per aprofitar-ne al màxim les hores de presencialitat als laboratoris amb l'objectiu d'optimitzar l'adquisició de competències i coneixements per part dels estudiants.

-Revisar els horaris per racionalitzar-los.

-Crear un equip de treball format pels coordinadors de grau, el responsable acadèmic de qualitat i els vicedegans d'ordenació acadèmica i docència, per analitzar les memòries de grau i detectar mancances i canvis a fer.

-Mantenir reunions semestrals amb els delegats de curs per conèixer el desenvolupament de les assignatures, les possibles incidències i parlar-ne amb el PDI.

-Mantenir reunions semestrals amb el professorat que imparteix les assignatures dels graus per conèixer el perfil de l'alumnat, veure si hi ha alguna incidència i poder aplicar mesures de millora.

-Vetllar per la introducció de la perspectiva de gènere en les guies docents de les assignatures.

-Incorporar la perspectiva de gènere a les memòries dels graus de les titulacions de la FCC.

-Establir criteris per aconseguir l'excel·lència de les titulacions i vigilar-ne el seu compliment.

-Convertir UAB Campus Media com un nou espai docent on es pugui realitzar el TFG de projecte i pràctiques d'assignatures de grau i mòduls de màster.

-Crear dins del projecte COMTEC un espai docent que permeti la innovació i l'experimentació.

-Aplicar el pla d'acció per augmentar el nivell de participació dels estudiants a les enquestes de qualitat al 25%

-Fer una valoració dels estàndards mínims necessaris per superar les diferents assignatures per assegurar l'homogeneïtat dels coneixements mínims imprescindibles per progressar en els diferents graus (mínims que han de ser independents del grup i del professor que imparteix l'assignatura).

Relacionades amb l'alumnat

- Plantejar que la figura de tutor dels casos especials recaigui sobre un vicedegà que vegi reconeguda la seva tasca en forma de complement econòmic, punts de gestió, etc.
- Creació del logo dels 50 anys de la FCC com a element d'identificació de la comunitat universitària
- Producció de merchandising del 50 aniversari de la FCC
- Animar els representants de l'alumnat a elaborar un programa d'actes per celebrar el 50 aniversari de la FCC

Relacionades amb les pràctiques externes

- Mantenir i ampliar els convenis de pràctiques amb les principals empreses del sector de la comunicació, tant del Periodisme, com la Comunicació Audiovisual i la Publicitat i les Relacions Públiques.
- Fer un llistat de noves empreses i institucions adequades pel perfil dels estudiants de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions, i contactar-hi per establir-hi nous convenis de pràctiques externes.
- Convertir UAB Campus Media com un nou espai docent on es pugui realitzar les pràctiques externes.

Relacionades amb la mobilitat

- Fer accions informatives sobre programes de mobilitat estatal i del programa propi de la UAB als estudiants per graus.
- Desenvolupar una promoció audiovisual específica dels graus de la FCC.
- Crear i difondre via web, un tríptic representatiu de l'oferta de grau de la FCC.

Línia estratègica 2: Afers Acadèmics relatius als Estudis de Grau	
En coherència amb la línia estratègica 1, 2, 3 i 6 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
Relacionats amb la docència	
1.Fer el seguiment específic dels nous graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions que començaran primer curs al 2019-2020.	<p>-Mantenir reunions semestrals amb el professorat que imparteix les assignatures dels graus per conèixer el perfil de l'alumnat, veure si hi ha alguna incidència i poder aplicar mesures de millora.</p> <p>-Mantenir reunions semestrals amb els delegats de curs per conèixer el desenvolupament de les assignatures, les possibles incidències i parlar-ne amb el PDI.</p>
2.Revisar la planificació de la docència per optimitzar-la.	<p>Revisar la utilització dels espais docents (laboratoris, aules informatitzades, seminaris, etc.) per aconseguir-ne la optimització.</p> <p>-Revisar la categoria de les assignatures i la seva distribució en hores de teoria, pràctiques i seminaris, per aprofitar-ne al màxim les hores de presencialitat als laboratoris amb l'objectiu d'optimitzar l'adquisició de competències i coneixements per part dels estudiants.</p> <p>-Revisar els horaris per racionalitzar-los.</p> <p>-Fer una valoració dels estàndards mínims necessaris per superar les diferents assignatures per assegurar l'homogeneïtat dels coneixements mínims imprescindibles per progressar en els diferents graus (mínims que han de ser independents del grup i del professor que imparteix l'assignatura).</p> <p>-Aplicar el pla d'acció per augmentar el nivell de participació dels estudiants a les enquestes de qualitat al 25%</p> <p>-Convertir UAB Campus Media com un nou espai docent on es pugui realitzar el TFG de projecte i pràctiques d'assignatures de grau i mòduls de màster.</p> <p>-Crear dins del projecte COMTEC un espai docent que permeti la innovació i l'experimentació.</p>
3.Mantenir els graus de la FCC en llocs destacats dels rànquings estatals i internacionals per la seva qualitat docent.	-Establir criteris per aconseguir l'excel·lència de les titulacions i vigilar-ne el seu compliment.

4.Revisar les titulacions de Grau i introduir les modificacions que hom consideri necessàries quan calgui, per adequar-les als canvis del sistema comunicatiu mundial.	-Crear un equip de treball format pels coordinadors de grau, el responsable acadèmic de qualitat i els vicedegans d'ordenació acadèmica i docència, per analitzar les memòries de grau i detectar mancances i canvis a fer.
5.Incorporar la perspectiva de gènere a la docència de grau	-Vetllar per la introducció de la perspectiva de gènere en les guies docents de les assignatures. -Incorporar la perspectiva de gènere a les memòries dels graus de les titulacions de la FCC.
Relacionats amb l'alumnat	
6.Consolidar la figura del tutor per aquells estudiants amb necessitats educatives especials, per ajudar-los en el seu desenvolupament acadèmic i evitar abusos per part dels estudiants (programes Piune, Tutoresport).	-Plantejar que la figura de tutor dels casos especials recaigui sobre un vicedegà que vegi reconeguda la seva tasca en forma de complement econòmic, punts de gestió, etc
7. Reforçar la identificació dels alumnes amb la FCC i la marca UAB via comunitat Alumni i en el marc del 50 aniversari de la creació de la FCC.	-Creació del logo dels 50 anys de la FCC com a element d'identificació de la comunitat universitària -Producció de merchandising del 50 aniversari de la FCC -Animar els representants de l'alumnat a elaborar un programa d'actes per celebrar el 50 aniversari de la FCC
Relacionats amb les pràctiques externes	
8. Mantenir la qualitat dels diferents programes de pràctiques curriculars i estimular la participació en pràctiques extra-curriculars.	-Mantenir i ampliar els convenis de pràctiques amb les principals empreses del sector de la comunicació, tant del Periodisme, com la Comunicació Audiovisual i la Publicitat i les Relacions Públiques. -Convertir UAB Campus Media com un nou espai docent on es pugui realitzar les pràctiques externes.
9.Establir nous programes de pràctiques curriculars pels futurs estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions.	-Fer un llistat de noves empreses i institucions adequades pel perfil dels estudiants de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions, i contactar-hi per establir-hi nous convenis de pràctiques externes
Relacionats amb la mobilitat	
10.Donar a conèixer la oferta formativa de graus de la FCC arreu	-Desenvolupar una promoció audiovisual específica dels graus de la FCC. -Crear i difondre via web, un tríptic representatiu de l'oferta de grau de la FCC.
11.Potenciar l'ús, per part dels nostres estudiants, de les possibilitats de mobilitat que ofereix la facultat.	- Fer accions informatives sobre programes de mobilitat estatal i del programa propi de la UAB als estudiants per graus.

3.3. AFERS ACADÈMICS RELATIUS ALS ESTUDIS DE POSTGRAU

Durant el curs 2018/2019, la FCC ha ofert quatre màsters oficials impartits pels quatre departaments propis del centre. També ofereix un cinquè màster oficial que és interfacultatiu, en el sentit que el coordinador és docent de la FCC, però hi participen diversos departaments del campus de la UAB.

Taula 9. Màsters oficials de la FCC el curs 2018/2019.

Títol del Màster	Característica	Places ofertades	Impartició	Categoria
Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	Màster Oficial UAB	30 places	60 ECTS. Presencial	Recerca
Estudis del Discurs: Comunicació, Societat i Aprenentatge	Interuniversitari	25 places	60 ECTS. Presencial	Recerca
Mitjans, Comunicació i Cultura	Màster Oficial UAB	30 places	60 ECTS. Presencial	Recerca
Periodisme i innovació en continguts digitals	Màster Oficial UAB	25 places	60 ECTS Presencial	Recerca
Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	Màster Oficial UAB	30 places	60 ECTS Presencial	Recerca

Cal indicar que en el curs 2013-2014 el que era un màster propi intereuropeu, el Màster MIM, obté la categoria d'Erasmus Mundus, pel que esdevé oficial immediatament i s'inicia com a tal en el curs 2015-2016. A diferència de la resta de màsters oficials de la FCC, de 60 ECTS i que es fan únicament a les nostres instal·lacions, el Màster MIM tenia 120 ECTS (dos cursos acadèmics) i estudiaven a tres universitats (Montpellier, Ca Foscari de Venècia i la UAB), a raó d'un semestre a cadascuna i feien estades docents també en les universitats associades com eren la Universitat de Sousse (Tunísia), la Universitat de Mecknès (Marroc) i l'Université d'Estrasburg (França). Es van fer tres promocions: 2015-2017, 2016-2018 i 2017-2019.

Taula 10. Evolució del nombre de matriculats en Màsters Oficials de la FCC

Curs	857- MU en Recerca en continguts a l'era digital	1116- MU en Continguts de Com. Audiovisual i Publicitat	1117- MU en Mitjans, Comunicació i Cultura	856- MU Recerca en Comunicació i Periodisme	1273- MU Planificació Estratègica en Publicitat i RRPP	1392- MU Periodisme i Innovació en Continguts Digitals	851- MU en Publicitat i Relacions Públiques	1344- Màster MIM. Erasmus Mundus	TOTAL
2010/11	17	-	-	25	-	-	15	-	57
2011/12	1	-	-	40	-	-	18	-	59
2012/13	-	20	7	26	-	-	19	-	72
2013/14	-	28	2	30	-	-	-	-	60
2014/15	-	42	32	24	31	-	-	-	129
2015/16	-	36	22	34	40	-	-	31	163
2016/17	-	32	38	23	36	-	-	33	162
2017/18	-	30	23	29	29	-	-	37	148
2018/19	-	25	38	4	31	21	-	4	123

En general, a la Facultat, en els darrers cursos s'ha incrementat el nombre de alumnes matriculats a Màsters Oficials. S'ha passat de la cinquantena dels cursos 2010/2011 i 2012/2013 als més de 100 des del curs 2014/2015, arribant als 163 durant el curs 2015/2016. El nombre d'estudiants matriculats a cada Màster es manté en torn a la trentena, tot i que ha hagut cursos amb un nombre d'alumnes matriculats a algun màster inferior a 10 i altres cursos amb 40 o més. Els increments d'alumnes matriculats pot estar vinculat, entre d'altres coses, a l'aparició de nous Màsters i l'extinció d'altres.

Tots els màsters de la FCC són de recerca i no hi ha cap professionalitzador que habiliti per a l'exercici d'activitats professionals regulades. Tanmateix, alguns dels màsters sí que tenen un mòdul o assignatura de pràctiques externes:

- 857-Màster Universitari en Recerca en continguts a l'era digital: recerca, sense pràctiques. Desprogramat.
- 1116-Màster en Continguts de Com. Audiovisual i Publicitat: recerca, amb pràctiques optatives.
- 1117-Màster en Mitjans, Comunicació i Cultura: recerca, sense pràctiques.

- 856-Màster *Recerca en Comunicació i Periodisme*: recerca, sense pràctiques. Desprogramat.
- 1273-Màster *Planificació Estratègica en Publicitat i RRPP*: recerca, sense pràctiques.
- 1392-Màster *Periodisme i Innovació en Continguts Digitals*: recerca, pràctiques obligatòries.
- 851-Màster *Universitari en Publicitat i Relacions Públiques*: Desprogramat.
- 1344-Màster *MIM. Erasmus Mundus*: recerca, pràctiques obligatòries. Desprogramat.

Tots els màsters de la facultat tenen com a llengua de treball el castellà, i en menor mesura el català i l'anglès. La raó és que molts dels estudiants provenen dels països llatinoamericans, i en menor mesura, són europeus o xinesos.

Taula 11. Origen de l'alumnat de Màster dels cursos 2010/2011 fins el 2018/2019. ¹

Origen	Alumnes
Espanya	352 (36,2%)
Amèrica llatina	269 (27,6%)
Àsia	195 (20%)
Resta d'Europa	128 (13,2%)
Àfrica	15 (1,5%)
Amèrica del nord	14 (1,4%)

Durant el període 2010-2019, els estudis de Màster a la Facultat han tingut una tercera part d'alumnes d'Espanya (352 alumnes, 36,2%) i la resta (63,8%) d'altres països. Destaca el nombre d'alumnes d'Amèrica llatina (27,6%) i d'Àsia (20%). L'origen d'alumnat procedent d'Amèrica llatina s'explica per motius culturals, mentre que la major part d'alumnat d'Àsia (171 de 195) prové de Xina. Es poden trobar les dades detallades als Annexos.

Els màsters que imparteix la FCC tenen un rol molt rellevant pel centre, que es concreten en els següents aspectes:

- Potencien la dimensió internacional de la FCC perquè un % gens menyspreable d'estudiants no són de l'Estat Espanyol.
- Constitueixen la porta d'entrada als quatre programes de Doctorat de la FCC, i per tant, són un sistema de captació d'estudiants de doctorat.
- Reforcen la FCC com a institució capdavantera a Catalunya i Espanya en la formació de postgrau.
- Generen recursos econòmics.

Respecte de la generació de recursos econòmics, a la següent taula (12) presentem les dades sobre les aportacions que rep la Facultat, segons els alumnes matriculats a cadascun dels màsters oficials, a 31 de desembre de l'any anterior. Cada exercici pressupostari, d'acord amb les criteris de distribució aprovats en Junta de Facultat, la

¹ Als annexos es troba una taula que detalla l'origen de l'alumnat de Màster amb la distribució per països

Facultat es reserva el 30 % de l'import rebut per al funcionament del centre i comunica a les coordinacions dels màsters, l'import del que poden disposar per a desenvolupar les diferents activitats docents del màster que coordinen. Si, al final del exercici pressupostari, no s'ha esgotat tot l'import aquest passa, de nou, al pressupost de funcionament de la Facultat.

Si ens centrem en l'any 2018, la FCC va rebre pels màsters oficials un total de 22.461,29 euros i, d'aquests, va distribuir a les coordinacions un total de 15.722,90 euros.

Taula 12. Evolució dels recursos obtinguts a la Facultat, via màsters oficials, en euros

Màster Universitari en :	Distribució 2016	Distribució 2017	Distribució 2018
Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	8.120,77	6.833,88	5.583,17
Recerca en Comunicació i Periodisme	6.739,22	3.803,09	5.563,21
Mitjans, Comunicació i Cultura	3.925,89	7.326,8	4.829,78
Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	9.922,85	7.594,93	6.485,13
Total	28.708,73	25.558,70	22.461,29

Per tant, en xifres rodones, es podria dir que els màsters oficials aporten a la Facultat cada any, entre 8.612,62 euros el 2016 i 6.738,62 euros el 2018 pel seu pressupost anual de funcionament.

-Màsters propis-

Un altra punt que cal destacar, és que la FCC té una àmplia oferta de Màsters propis, Diplomatures de Postgrau i Cursos d'Especialització. Aquesta oferta la fa el professorat adscrit als departaments de la FCC, i obeeixen als seus camps científics d'especialització. La gestió d'aquests títols es realitza des de l'Escola de Postgrau i/o des de la FUAB, però les ofertes de nous màsters o la renovació dels existents, passa per la Comissió de Màsters de la FCC, de tal manera que tothom estigui informat, comprovi que no se solapa amb altres ofertes existents i pugui intervenir per demanar aclariments, plantejar millores, etc. Ens sembla que això és molt rellevant perquè hem de tenir en compte que l'aval i el segells de la FCC estarà condicionat a uns estàndards mínims de qualitat imprescindibles en qualsevol iniciativa de creació d'un nou títol.

Si ens centrem en els màsters propis, convé destacar quines són les diferències respecte dels màsters oficials:

- No alimenten els programes de Doctorat en no tenir un títol oficial.
- L'oferta és professionalitzadora i estan pensats per millorar les condicions laborals dels qui s'hi matriculen o oferir-los noves oportunitats en el mercat de treball.

- Es poden impartir les classes a les aules de la FCC, a d'altres equipaments del campus de la UAB o de Casa de Convalescència de Barcelona, o a qualsevol altre indret que decideixin els promotors.
- Poden ser presencials, virtuals o semipresencials.
- Estan menys limitats pel que fa als preus, que no pas els màsters oficials, i pel que respecte als recursos econòmics que generen, que destinen a lloguer d'espais, atorgament de beques i pagament de les hores de classe.
- No consumeixen recursos docents dels departaments perquè estan fora del pla docent, i per tant les hores de classe i/o coordinació es regulen per la Normativa de retribucions addicionals (Acord del Consell de Govern del 10 de juliol de 2018)

Convé indicar que, a diferència dels màsters oficials, la FCC no rep recursos econòmics per la realització d'aquests màsters propis. Normativa econòmica i de dedicació acadèmica de la formació pròpia de la UAB (Acord del Consell de Govern 10 de juliol de 2018). Únicament, té ingressos pel lloguer d'espais per la docència impartida a les seves dependències. Els preus estan determinats pel Consell Social que revisa les tarifes anualment.

Cal assenyalar que els Departaments propis de la Facultat, reben una quota de cànon percentual de les matrícules que tenen els màsters propis. I la FCC rep ingressos indirectes pel lloguer d'espais als màsters propis.

- Doctorat

A la Facultat de Ciències de la Comunicació coexisteixen quatre Programes de Doctorat. Cadascun d'aquests programes està sustentat pels diferents Departaments adscrits al centre i són el conseqüència natural de la recerca que es fa a cada departament. També serveix per captar els estudiants de màster que volen continuar la seva carrera acadèmica fent recerca. Atès que aquest temes correspon als Departaments, des de l'Equip de Deganat no es farà cap proposta al respecte ni es donen les dades globals.

Objectius

1. Tendir a una millor ordenació i estructuració conjunta de l'oferta de programes de postgrau.
2. Potenciar, de manera unificada, la difusió dels diferents programes de postgrau de la FCC a fi i efecte d'augmentar el nombre i qualitat dels estudiants matriculats, fent especial incidència en els estudiants de les universitats catalanes i espanyoles.
3. Potenciar la qualitat acadèmica dels màsters
4. Incorporar la perspectiva de gènere a la docència de postgrau.

Accions

- Establir l'homogeneïtzació d'alguns procediments d'informació i matrícula dels màsters
- Incorporar a la web un apartat específic amb informació àmplia sobre els màsters

- Establir una promoció conjunta i específica dels postgraus de la FCC, per mitjà d'una "fira" de màsters dins el propi centre
- Establir els indicadors que ens permetin garantir l'excel·lència dels màsters
- Condicionar l'accés dels estudiants a pràctiques curriculars al rendiment acadèmic
- Aplicar el pla d'acció per augmentar el nivell de participació dels estudiants a les enquestes de qualitat docent al 25%.
- Vetllar per la introducció de la perspectiva de gènere a les guies docents dels mòduls i/o assignatures
- Vetllar per la introducció de la perspectiva de gènere a les memòries dels màsters i postgraus

Línia estratègica 3: Afers acadèmics relatius als estudis de postgrau	
En coherència amb la línia estratègica 1 i 5 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
1.Tendir a una millor ordenació i estructuració conjunta de l'oferta de programes de Postgrau	-Establir l'homogeneïtzació d'alguns procediments d'informació i matrícula dels màsters
2. Potenciar, de manera unificada, la difusió dels diferents programes de postgrau de la FCC a fi i efecte d'augmentar el nombre i qualitat dels estudiants matriculats, fent especial incidència en els estudiants de les universitats catalanes i espanyoles.	-Incorporar a la web un apartat específic amb informació àmplia sobre els màsters -Establir una promoció conjunta i específica dels postgraus de la FCC, per mitjà d'una "fira" de màsters dins el propi centre
3.Potenciar la qualitat acadèmica dels màsters	-Establir els indicadors que ens permetin garantir l'excel·lència dels màsters -Condicionar l'accés dels estudiants a pràctiques curriculars al rendiment acadèmic -Aplicar el pla d'acció per augmentar el nivell de participació dels estudiants a les enquestes de qualitat docent al 25%.
4. Incorporar la perspectiva de gènere a la docència de postgrau.	-Vetllar per la introducció de la perspectiva de gènere a les guies docents dels mòduls i/o assignatures -Vetllar per la introducció de la perspectiva de gènere a les memòries dels màsters i postgraus

3.4. INFRAESTRUCTURES

Conscients que la situació econòmica general de les universitats no és òptima i que el pressupost de la Facultat seguirà la tendència a la reducció i/o al manteniment dels anys anteriors, ens proposem de mantenir el nivell d'optimització i de serietat que han tingut els equips de deganat precedents en la seva distribució. La creació i manteniment de les infraestructures és bàsica per a tenir una facultat competitiva i amb una docència de màxima qualitat.

Millorar les infraestructures suposa adequar els espais físics a les necessitats d'ús docent i investigador. Però també per la gestió. Implica invertir recursos en la millora de les aules (persianes, taules, cadires, endolls...) i adaptar els espais als nous usos (per exemple, crear sales d'estudi) i als nous graus que tindran altres necessitats d'equipament. També es molt rellevant l'aposta tecnològica de la facultat, perquè aprofitant el projecte COMTEC es vol experimentar nous tipus de docència que incloguin noves tecnologies i establir lligams de col·laboració amb empreses del sector.

Dins d'aquest àmbit d'oferir nous espais docents i d'innovació, juga un rol molt rellevant UAB Campus Media, marca sota la que es concentren la ràdio i la televisió pròpies de la UAB i, en el futur, la recuperació de la capçalera "Campus" en forma de revista electrònica. La seva funció principal és docent i oferir pràctiques als alumnes des de primer, però alhora ser un laboratori d'innovació i de ~~rasteig~~ de productes que després poden ser implementats en els estudis i laboratoris audiovisuals de la Facultat.

La Facultat aposta per la transformació del programari i el maquinari informàtic disponible, en favor de l'ús del programari lliure o molt assequible, per disposar de menys ordinadors però més potents i més connectivitat, més endolls, més formació en aquest nou programari i una ampla i potent xarxa de wifi.

Objectius:

1. Impulsar una acció col·laborativa amb els Departaments en projectes concrets que beneficiïn les infraestructures de la facultat.
2. Incrementar el nivell tecnològic de la Facultat, creant un pla estratègic tecnològic que s'hauria d'implementar per fases i que tingui en compte el hardware i el software del centre així com els espais necessaris i a un cost assumible.
3. Impulsar la quarta fase de desenvolupament de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació, amb el suport del Servei de Biblioteques de la UAB i dels vicerectorats d'Investigació i de Relacions Institucionals i Cultura.
4. Fomentar les donacions de biblioteques personals per incrementar el fons de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació i Hemeroteca General
5. Desenvolupar i consolidar el projecte de UAB Campus Mèdia, com a vector

d'innovació i permanent actualització tecnològica de la Facultat.

6.Potenciar els mitjans de comunicació propis de la Facultat de Ciències de la Comunicació, que donen servei a tota la comunitat universitària i són un element d'aprenentatge dels estudiants de tots els graus que s'ofereixen a la FCC.

7.Adaptar els espais a les noves necessitats dels estudiants

8.Crear o adaptar nous espais docents per a les assignatures més tecnològiques del nou grau de Comunicació Interactiva.

Accions

-Revisar els criteris de distribució d'espais docents i de recerca d'acord amb les necessitats actuals dels graus i el potencial investigador dels grups d'investigació de la facultat

-Creació d'un pla tecnològic de la FCC dels laboratoris audiovisuals i informàtics, marcant els criteris de les diferents etapes i els compromisos a adquirir en funció dels ingressos econòmic, i que canviï el programari audiovisual per alternatives més econòmiques sense perdre professionalitat

-Millora de la connexió Wifi

-Creació del COMTEC CENTRE com a espai d'experimentació, coworking i docència a la BCHG

-Assegurar la donació de fons documentals finançant el trasllat dels mateixos a la biblioteca i la seva catalogació i exposició pública

-Fer una graella de programació de ràdio i de televisió de UAB Campus Media àmplia i completa en tots els gèneres periodístics.

-Establir col·laboracions entre assignatures, docents i estudiants per omplir la graella amb productes comunicatius elaborats a les aules.

-Crear campanyes de publicitat per potenciar els aspectes que s'acordin amb les autoritats de la UAB (Rectorat, deganats, direccions de departament, serveis, etc.)

-Elaborar propostes d'entreteniment emprant les TIC i els nous formats narratius.

-Contribuir a les accions de promoció de la FCC, creant vídeos i falques promocionals dels graus i del centre; acollint estudiants de Batxillerat (o ESO) en jornades on treballin com a comunicadors, etc.

-Realització del Pràcticum a la seu de UAB Campus Media per part dels estudiants de quart curs de tots els graus.

-Promoure la realització de TFG de projecte per elaborar productes que serveixin per la programació dels mitjans propis de la FCC

-Fer un pla de cursos de formació per als docents i per als estudiants i PAS respecte del nou software que s'adquireixi a la facultat

-Revisió dels plànols de la FCC per crear noves sales d'estudi pels estudiants.

-Adquisició de nous ordinadors més potents i software apropiat per a la implantació d'assignatures del nou grau de Comunicació Interactiva.

-Adequació d'aules per poder impartir la docència que precisa el grau de Comunicació Interactiva

Línia estratègica 4. Infraestructures	
En coherència amb la Línia Estratègica 1, 2, 4 i 5 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
1. Impulsar una acció col·laborativa amb els Departaments en projectes concrets que beneficiïn les infraestructures de la facultat	-Revisar els criteris de distribució d'espais docents i de recerca d'acord amb les necessitats actuals dels graus i el potencial investigador dels grups d'investigació de la facultat
2. Incrementar el nivell tecnològic de la Facultat, creant un pla estratègic tecnològic que s'hauria d'implementar per fases i que tingui en compte el hardware i el software del centre així com els espais necessaris i a un cost assumible	-Creació d'un pla tecnològic de la FCC dels laboratoris audiovisuals i informàtics, marcant els criteris de les diferents etapes i els compromisos a adquirir en funció dels ingressos econòmic, i que canviï el programari audiovisual per alternatives més econòmiques sense perdre professionalitat -Millora de la connectivitat de la FCC.
3. Impulsar la quarta fase de desenvolupament de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació, amb el suport del Servei de Biblioteques de la UAB i dels vicerectorats d'Investigació i de Relacions Institucionals i Cultura	-Creació del COMTEC CENTRE com a espai d'experimentació, coworking i docència a la BCHG
4. Fomentar les donacions de biblioteques personals per incrementar el fons de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació i Hemeroteca General	-Assegurar la donació de fons documentals finançant el trasllat dels mateixos a la biblioteca i la seva catalogació i exposició pública
5. Desenvolupar i consolidar el projecte de UAB Campus Mèdia, com a vector d'innovació i permanent actualització tecnològica de la Facultat	-Fer una graella de programació de ràdio i de televisió de UAB Campus Media àmplia i completa en tots els gèneres periodístics. - Establir col·laboracions entre assignatures, docents i estudiants per omplir la graella amb productes comunicatius elaborats a les aules. -Crear campanyes de publicitat per potenciar els aspectes que s'acordin des de l'equip de deganat i amb altres autoritats de la UAB si s'escau. -.Elaborar propostes d'entreteniment emprant les TIC i els nous formats narratius. -Contribuir a les accions de promoció de la FCC, creant vídeos i falques promocionals dels graus i del centre; acollint estudiants de Batxillerat (o ESO) en jornades on treballin com a comunicadors, etc. -Realització del Pràcticum a la seu de UAB Campus Media per part dels estudiants de quart curs de tots els graus. -Promoure la realització de TFG de projecte per elaborar productes que serveixin per la programació dels mitjans propis de la FCC

6.Potenciar els mitjans de comunicació propis de la Facultat de Ciències de la Comunicació, que donen servei a tota la comunitat universitària i són un element d'aprenentatge dels estudiants de tots els graus que s'ofereixen a la FCC	-Fer un pla de cursos de formació per als docents i per als estudiants i PAS respecte del nou software que s'adquireixi a la facultat
7.Adaptar els espais a les noves necessitats dels estudiants	-Revisió dels plànols de la FCC per crear noves sales d'estudi pels estudiants.
8.Crear o adaptar nous espais docents per a les assignatures més tecnològiques del nou grau de Comunicació Interactiva	-Adquisició de nous ordinadors més potents i software apropiat per a la implantació d'assignatures del nou grau de Comunicació Interactiva. -Adequació d'aules per poder impartir la docència que precisa el grau de Comunicació Interactiva

3.5.COMTEC

El projecte **COMTEC** és l'estratègia de la Facultat de Ciències de la Comunicació per a la dècada del 2020. Es tracta d'una aposta per fomentar el coneixement i el talent digital en l'àmbit de la comunicació. Per aquest motiu, es regeix pel lema "**On la Comunicació es troba amb la Tecnologia**".

L'objectiu del COMTEC és liderar la conceptualització, la formació i la reflexió de la transformació tecnològica de la societat introduint la comunicació com a element indispensable i al mateix nivell que les qüestions tècniques.

Per assolir-ho es vol oferir eines de formació i reflexió als tres col·lectius que conformen la comunitat universitària: **professorat, alumnat i personal d'administració i serveis (PAS)**.

Les àrees d'actuació del projecte s'estenen en quatre vessants: docència, talent digital, recerca i transferència.

Objectius:

1. Millorar la docència amb el disseny d'assignatures que responen als continguts COMTEC i l'aposta per treballs final d'estudis (TFG i TFM) amb temàtiques afins.
2. Promoure el Talent Digital, ofertant als estudiants sessions d'orientació professional i activitats professionals per col·laborar amb empreses tecnològiques i digitals.
3. Ampliar la recerca tecnològica per afavorir la reflexió crítica de la seva transformació, des d'una perspectiva de la comunicació.
4. Convertir el COMTEC en l'instrument impulsor de la transferència de la facultat amb les indústries tecnològica i de la comunicació, així com les institucions socials i governamentals.
5. Vincular COMTEC a la promoció i visibilització de la FCC

Accions:

- Establir convenis de pràctiques pels estudiants amb les empreses Tech (Tech partners)
- Promoció de la innovació docent en l'àmbit Comtec donant suport a projectes d'innovació docent impulsats des del Deganat.
- Determinar quines assignatures dels 5 graus promouen les competències en Comtec
- Organitzar sessions d'orientació professional relacionades amb la tecnologia i la comunicació (habilitats digitals, soft skills) pels estudiants de grau i postgrau
- Organitzar sessions de Talent Digital per al professorat i el PAS sobre la tecnologia i la comunicació

- Organitzar una fira del talent més un pitching digital en una periodicitat a establir (anual o cada dos anys)
- Potenciar la creació d'equips interdisciplinars a la FCC per a que impulsin la R&D en l'àmbit Comtec
- Crear el COMTEC CENTRE a la segona planta de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació com a espai de debat, experimentació i coworking
- Establir convenis de col·laboració amb empreses Tech per a la provatura de nous productes i serveis
- Crear el Photocall Comtec, com a espai oficial per fotografiar les personalitats que venen a la facultat.
- Organitzar jornades d'actualització professional (Reskilling) entre els alumni de la FCC

Línia estratègica 5: COMTEC	
En coherència amb la línia estratègica 1 i 2 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
1. Millorar la docència amb el disseny d'assignatures que responen als continguts COMTEC i l'aposta per treballs final d'estudis (TFG i TFM) i les pràctiques externes amb temàtiques afins	-Establir convenis de pràctiques pels estudiants amb les empreses Tech (Tech partners)
	-Promoció de la innovació docent en l'àmbit Comtec donant suport a projectes d'innovació docent impulsats des del Deganat.
	-Determinar quines assignatures dels 5 graus promouen les competències en Comtec.
2. Promoure el Talent Digital, oferint als estudiants, al PDI i al PAS, sessions d'orientació professional i activitats professionals per col·laborar amb empreses tecnològiques i digitals	-Organitzar sessions d'orientació professional relacionades amb la tecnologia i la comunicació (habilitats digitals, soft skills) pels estudiants de grau i postgrau
	-Organitzar sessions de Talent Digital per al professorat i el PAS sobre la tecnologia i la comunicació
	-Organitzar una fira del talent més un pitching digital en una periodicitat a establir (anual o cada dos anys)
3. Ampliar la recerca tecnològica per afavorir la reflexió crítica de la seva transformació, des d'una perspectiva de la comunicació	-Potenciar la creació d'equips interdisciplinars a la FCC per a que impulsin la R&D en l'àmbit Comtec
4. Convertir el COMTEC en l'instrument impulsor de la transferència de la facultat amb les indústries tecnològica i de la comunicació, així com les institucions socials i governamentals	-Crear el COMTEC CENTRE a la segona planta de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació com a espai de debat, experimentació i coworking
	-Establir convenis de col·laboració amb empreses Tech per a la provatura de nous productes i serveis
5. Vincular COMTEC a la promoció i la visibilització de la FCC	-Crear el Photocall Comtec, com a espai oficial per fotografiar les personalitats que venen a la facultat.
	-Organitzar jornades d'actualització professional (Reskilling) entre els alumni de la FCC

3.6.ECONOMIA

El sector de les administracions públiques, i amb ell el sistema universitari públic català, s'han mogut en els darrers anys en un context d'austeritat. La cronificació de les dificultats pressupostàries associades a aquest escenari és un dels elements més substancials de la situació recent de la FCC.

Aquesta situació dificulta enormement la renovació d'equipaments i espais cada cop més freqüent i necessària per fer front a l'obsolescència tecnològica i a l'envelliment de gran part de les instal·lacions. Una renovació, a més, que sovint s'ha de realitzar en diverses fases per tal distribuir temporalment les despeses en diferents exercicis pressupostaris.

En els propers anys, mantenir el valor dels nostres actius i la qualitat dels serveis implicarà una continuïtat de les inversions en espais i equipaments. Per posar alguns exemples, en l'horitzó 2019-2021 ja hi ha identificades diverses necessitats de renovació del software, d'espais i infraestructures, ja sigui per adaptar-les a noves formes de docència (aules d'informàtica, estudis ràdio, aules multimèdia); per modernitzar-les (Aula Magna); o, simplement, per garantir-ne un estat i funcionament adequats a les normatives de seguretat (escales d'accés als despatxos de la planta 4rt. Torre senars, climatització, goteres).

Objectius

1. Millorar el finançament de la FCC.
2. Incidir en la definició de la nova normativa de compensació per activitats de gestió i direcció.

Accions

- Definir un protocol de captació de recursos propis (de la FCC) externs en coherència amb l'estructura que s'ha de crear des del Rectorat en aquest sentit al 2018. No es disposen de recursos humans
- Estudiar i definir els procediments necessaris per iniciar processos de captació de recursos propis externs a través de sistemes de mecenatge o crowdfunding a la FCC
- Adequar la nova normativa de la UAB sobre càrrecs acadèmics a la FCC per la compensació d'activitats de direcció i de gestió.

Línia estratègica 6. Economia	
En coherència amb les línies estratègiques 2 i 4 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
1. Millorar el finançament de la FCC	-Definir un protocol de captació de recursos propis (de la FCC) externs en coherència amb l'estructura que s'ha de crear des del Rectorat en aquest sentit al 2018. No es disposen de recursos humans -Estudiar i definir els procediments necessaris per iniciar processos de captació de recursos propis externs a través de sistemes de mecenatge o crowdfunding a la FCC
2. Estudiar i definir els recursos necessaris per poder realitzar tota l'activitat de gestió a la FCC	-Adequar la nova normativa de la UAB sobre càrrecs acadèmics a la FCC per la compensació d'activitats de direcció i de gestió.

3.7.RELACIONS INSTITUCIONALS

La Facultat de Ciències de la Comunicació ha de vetllar per tenir una presència activa en les relacions institucionals internes i externes. Es a dir, cal estar present en els òrgans de decisió generals de la UAB, i cal mantenir, millorar o iniciar relacions estables amb tots els actors –facultats, associacions professionals, empreses, etc.- de l'àmbit de la comunicació de Catalunya, Espanya i el món.

L'heterogeneïtat de la comunitat universitària implica una diversitat d'interessos que demana posicionaments clars i sòlids de la FCC, amb una participació activa en la presa de decisions. Aquesta presència activa és doblement necessària en un context de pràctica congelació pressupostària.

És imprescindible que la Facultat tingui una gran visibilitat externa, cosa que comporta relacionar-la, al costat dels seus estudis, amb la societat i amb les diverses organitzacions professionals i empreses vinculades a la comunicació, com Institucions i associacions -(p.e. Col·legi de Periodistes, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Fimoteca de Catalunya, Societat Catalana de Comunicació, CAC, CIC, Col·legi Oficial de Bibliotecaris -Documentalistes de Catalunya, Col·legi de Publicitaris; Associació de Com. Audiovisual, AE-IC); *Mass-media* (Mediapro, RTVE, Corporació Catalana, Xarxa Televisions locals, Grup Zeta, Grup Godó, Grupo Prysa, COM Radio, diaris digitals, associacions de periodistes especialitzades); Creadors i productors; Grups mediàtics i publicitaris; Facultats de comunicació catalanes, espanyoles i internacionals (ATIC, FELAFACS); Organismes internacionals (UNESCO).

Objectius

1. Reforçar el programa d'activitats i actes organitzats per la FCC de cara a la celebració del 50 aniversari del centre.
2. Cooperar amb tots aquells organismes interns de la UAB – (Amics UAB, Consell Social, Àrea de Comunicació i Promoció, Servei Audiovisual Multimèdia, altres facultats, Servei de Biblioteques, Oficina de Medi Ambient, Parc de Recerca, Àrea de Relacions Internacionals, FAS, etc.) amb qui es puguin establir sinergies, demanar suport logístic o econòmic, organitzar activitats conjuntes, etc.
3. Incrementar les accions de transferència des de la FCC a la societat de tots els temes que s'estudien a la Facultat, en col·laboració amb els Departaments propis.
4. Buscar la presència institucional en associacions professionals i universitàries com AE-IC, ATIC, ARU, etc.

Accions

-Elaboració d'un llibre històric sobre la FCC

-Celebració d'una exposició virtual i presencial sobre la història de la FCC

- Nomenar una personalitat com a Doctor Honoris Causa

- Celebració d'un congrés rellevant de l'àmbit de la comunicació

- Establir convenis de col·laboració amb Departaments i Facultats per la promoció de les seves activitats específiques.

- Realitzar una proposta de col·laboració d'activitats conjuntes al Rectorat de la UAB per difondre les activitats que organitzi la institució i a les que puguem donar suport comunicatiu.

- Establir propostes de col·laboració amb la resta d'òrgans interns de la UAB per donar suport a les seves activitats de promoció i difusió.

- Establir contactes formals amb altres facultats -com Enginyeria- per participar conjuntament en activitats relacionades amb la tecnologia i la comunicació que beneficiïn l'estudiantat dels dos centres.

- Potenciar els lligams universitat- empresa amb els TFG, impulsant la figura del doble tutor acadèmic i professional

- Impulsar el pitching intern de la FCC per a productes audiovisuals amb la indústria, i establir uns premis, creat al 2017

- Establir convenis de col·laboració amb escoles, ONG, presons, etc., a les quals es pugui assessorar respecte de la creació de mitjans de comunicació propis, fer programes, etc., aprofitant l'experiència d'UAB Campus Media

- Establir calendaris de visites i promoció dels col·legis professionals a la FCC

- Sol·licitar l'ingrés en aquelles associacions i entitats de les que la FCC encara no és membre i actuar-hi activament.

LÍNIA ESTRATÈGICA 7. RELACIONS INSTITUCIONALS.

En coherència amb la línia estratègica 2, 3 i 4 de la UAB

Línia estratègica 7. Relacions Institucionals	
En coherència amb les línies estratègiques 2, 3 i 4 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
1. Reforçar el programa d'activitats i actes organitzats per la FCC de cara a la celebració del 50 aniversari del centre	-Elaboració d'un llibre històric sobre la FCC
	-Celebració d'una exposició virtual i presencial sobre la història de la FCC
	-Nomenar una personalitat com a Doctor Honoris Causa
	-Celebració d'un congrés rellevant de l'àmbit de la comunicació
2. Cooperar amb tots aquells organismes interns de la UAB – (Amics UAB, Consell Social, Àrea de Comunicació i Promoció, Servei Audiovisual Multimèdia, altres facultats, Servei de Biblioteques, Oficina de Medi Ambient, Parc de Recerca, Àrea de Relacions Internacionals, FAS, etc.) amb qui es puguin establir sinergies, demanar suport logístic o econòmic, organitzar activitats conjuntes, etc	-Establir convenis de col·laboració amb Departaments i Facultats per la promoció de les seves activitats específiques.
	-Realitzar una proposta de col·laboració d'activitats conjuntes al Rectorat de la UAB per difondre les activitats que organitzi la institució i a les que puguem donar suport comunicatiu.
	-Establir propostes de col·laboració amb la resta d'òrgans interns de la UAB per donar suport a les seves activitats de promoció i difusió.
	-Establir contactes formals amb altres facultats -com Enginyeria- per participar conjuntament en activitats relacionades amb la tecnologia i la comunicació que beneficiïn l'estudiantat dels dos centres.
3. Incrementar les accions de transferència des de la FCC a la societat de tots els temes que s'estudien a la Facultat, en col·laboració amb els Departaments propis	-Potenciar els lligams universitat- empresa amb els TFG, impulsant la figura del doble tutor acadèmic i professional
	-Impulsar el pitching intern de la FCC per a productes audiovisuals amb la indústria, i establir uns premis, creat al 2017
	-Establir convenis de col·laboració amb escoles, ONG, presons, etc., a les quals es pugui assessorar respecte de la creació de mitjans de comunicació propis, fer programes, etc., aprofitant l'experiència d'UAB Campus Media
4. Buscar la presència institucional en associacions professionals i universitàries com AE-IC, ATIC, ARU, etc	-Establir calendaris de visites i promoció dels col·legis professionals a la FCC

	-Sol·licitar l'ingrés en aquelles associacions i entitats de les que la FCC encara no és membre i actuar-hi activament
--	--

3.8.INTERNACIONALITZACIÓ

El procés d'internacionalització de la universitat en general, i de la UAB en particular, genera una demanda creixent de recursos humans molt qualificats, tant pel que fa a l'esfera docent i formativa, com pel que fa als serveis administratius d'informació i suport a la mobilitat internacional.

La FCC disposa de 48 convenis amb universitats estrangeres dins del Programa Erasmus i 63 en els programes propis de la UAB i 36 SICUE. Malgrat això, no destaca en la seva presència internacional, ja que hi ha pocs estudiants propis que marxin a d'altres centres (out), i en canvi, sí que tenim una xifra superior d'estudiants estrangers que vénen a la facultat (in), malgrat la limitada oferta d'assignatures en anglès.

Com a característiques de la internacionalització de la FCC ens trobem amb:

- Problemes econòmics de les famílies per enviar els fills a estudiar a l'estranger durant un semestre o tot un curs acadèmic.
- Deficient domini de llengües per una part dels nostres estudiants, tot i que està en procés de millora, especialment de l'anglès.
- Creixement de la demanda de serveis d'informació i gestió vinculats a la mobilitat internacional dels estudiants i docents, també en contraposició a una pràctica congelació de recursos administratius dedicats a donar suport a aquesta demanda creixent.
- Eficiència en l'ús dels programes de mobilitat. Per cada 55 estudiants que rebem n'enviem 69. Ara bé, caldria disposar dels recursos adequats per seguir impulsant la mobilitat dels nostres alumnes i potenciar l'oferta en anglès.
- Matriculació d'estudiants del Programa Study Abroad en assignatures de la FCC.
- Manca d'un protocol definit i unívoc que guiï el traspàs de notes, que comporta un procediment molt artesanal i gens automatitzat.

Vist el context en el qual ens trobem, la FCC manifesta el seu compromís per continuar millorant la qualitat dels seus serveis i mantenir la seva competitivitat en el mercat internacional, contribuint d'aquesta manera a la reforçar la imatge i valor de la UAB com a institució d'excel·lència.

Ara bé, la capacitat real de la FCC de competir internacionalment està ara mateix amenaçada per la pressió que suporten els recursos humans de la Facultat, tant tècnics com docents, ja que amb un percentatge molt elevat de professorat associat, no es pot demanar al PDI esforços suplementaris de fer la docència en anglès.

Objectius

1. Fer un pla d'acollida per als estudiants Incoming
2. Ampliació específica pel curs 2021-22 de convenis a sol·licitud d'universitats de destinació, favorable sempre que trobin correspondència en l'interès dels nostres estudiants quant a la seva elecció de destinació dins d'algun programa de mobilitat o s'emmarquin dins de la xarxa ECIU (European Consortium of Innovative Universities), i

altres universitats anglosaxones i de l'extrem orient, disponible també per als estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions.

3. Crear una estratègia d'incorporació de la llengua anglesa a la FCC, per afavorir la matriculació d'estudiants estrangers als graus de la FCC facilitant la docència en anglès.

4. Millorar la qualitat i eficiència dels serveis i processos administratius de suport a la internacionalització de la FCC. Aquesta millora passa, necessàriament, per reforçar l'Oficina d'Intercanvis de la Gestió Acadèmica de la FCC.

5. Encoratjar les experiències internacionals dels coordinadors d'intercanvis i animar-los a fer visites a l'estranger aprofitant els recursos que posa a disposició la UAB .

6. Incrementar el perfil internacional de la FCC a partir d'un ús més intensiu de les possibilitats de mobilitat que els diferents convenis ofereixen als nostres estudiants.

Accions

-Fer una sessió d'acolliment oficial a cada semestre, per exposar als estudiants incoming totes les eines de què disposen en el Campus, com el Servei de Llengües, la Unitat d'Assessorament Psicopedagògic, el Servei Assistencial de Salut, etc., que ofereix pràctiques d'acolliment lingüístic i cursos de "comprensió de supervivència", per tal que puguin conèixer els professors, el Deganat i el PAS, i a més es posarà tota la informació al web de la Facultat

-Fer una sessió de comiat, per semestre, dels estudiants incoming. Cal no oblidar que seran ambaixadors del que han viscut a la UAB i, per tant, ens interessa que en parlin bé, personalment i a les xarxes socials

-Crear i processar enquestes de seguiment als estudiants de mobilitat incoming i outgoing per tal de tenir informació sobre el conjunt de l'experiència de mobilitat

-Celebrar sessions de benvinguda i informatives als estudiants Incoming sobre les opcions d'integració que ofereix la FCC.

-Analitzar l'oferta docent de totes les universitats amb què la FCC té convenis establerts, per poder-los ampliar amb propostes d'intercanvi pels estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions.

-Establir nous convenis amb universitats europees, nord-americanes, canadenques, australianes i de l'Extrem Orient, que tinguin graus apropiats per als estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions

-Difondre informació acurada sobre les possibilitats d'intercanvi que ofereix la FCC en la jornada de benvinguda als nous estudiants de primer curs

-Impartir en tots els graus i màsters un bloc d'assignatures en anglès, al qual puguin anar tant estudiants nostres com estrangers Erasmus. Es prioritzarà a assignatures optatives

-Reivindicar el reconeixement de la docència en anglès per al PDI

-Negociar amb el Vicerectorat de Relacions Internacionals un nou protocol d'interacció de l'Oficina d'Intercanvis de la FCC amb el programa Study Abroad

-Accions directes de la degana i videdgà corresponent a partir de xerrades, telefonades i mails, amb els coordinadors d'intercanvis per animar-los a fer les visites institucionals a les universitats de les que coordinen els estudiants.

-Fer un llistat Incoming – Outgoing dels estudiants de la FCC (Falta aquest que era un objectiu i esdevé una acció de l'objectiu 2).

-.Potenciar el perfil de mobilitat dels nostres estudiants amb sessions informatives als estudiants sobre les possibilitats d'intercanvi que ofereix la FCC en la jornada de benvinguda dels nous estudiants. S'incorporen al PAT de la facultat. Sessions informatives prèvies a la sol·licitud del programa de mobilitat (estudiants potencials outgoing).

Línia estratègica 8. Internacionalització	
En coherència amb les línies estratègiques 1, 3 i 6 de la UAB	
OBJECTIUS	ACCIONS
1. Fer un pla d'acollida per als estudiants incoming	-Fer una sessió d'acolliment oficial a cada semestre, per exposar als estudiants incoming totes les eines de què disposen en el Campus, com el Servei de Llengües, la Unitat d'Assessorament Psicopedagògic, el Servei Assistencial de Salut, etc., que ofereix pràctiques d'acolliment lingüístic i cursos de "comprensió de supervivència", per tal que puguin conèixer els professors, el Deganat i el PAS, i a més es posarà tota la informació al web de la Facultat
	-Fer una sessió de comiat, per semestre, dels estudiants incoming. Cal no oblidar que seran ambaixadors del que han viscut a la UAB i, per tant, ens interessa que en parlin bé, personalment i a les xarxes socials
	-Crear i processar enquestes de seguiment als estudiants de mobilitat incoming i outgoing per tal de tenir informació sobre el conjunt de l'experiència de mobilitat
	-Sessions de benvinguda i informatives als estudiants Incoming sobre les opcions d'integració que ofereix la FCC
2. Ampliació específica pel curs 2021-22 de convenis a sol·licitud d'universitats de destinació, favorable sempre que trobin correspondència en l'interès dels nostres estudiants quant a la seva elecció de destinació dins d'algun programa de mobilitat o s'emmarquin dins de la xarxa ECIU (European Consortium of Innovative Universities), i altres universitats anglosaxones i de l'extrem orient, disponible també per als estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions	-Analitzar l'oferta docent de totes les universitats amb què la FCC té convenis establerts, per poder-los ampliar amb propostes d'intercanvi pels estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions.
	-Establir nous convenis amb universitats europees, nord-americanes, canadenques, australianes i de l'Extrem Orient, que tinguin graus apropiats per als estudiants dels graus de Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions
	-Difondre informació acurada sobre les possibilitats d'intercanvi que ofereix la FCC en la jornada de benvinguda als nous estudiants de primer curs
3. Crear una estratègia d'incorporació de la llengua anglesa a la FCC, per afavorir la matriculació d'estudiants estrangers als graus de la FCC facilitant la docència en anglès	-Impartir en tots els graus i màsters un bloc d'assignatures en anglès, al qual puguin anar tant estudiants nostres com estrangers Erasmus. Es prioritzarà a assignatures optatives
	-Reivindicar el reconeixement de la docència en anglès per al PDI

<p>4. Millorar la qualitat i eficiència dels serveis i processos administratius de suport a la internacionalització de la FCC. Aquesta millora passa, necessàriament, per reforçar l'Oficina d'Intercanvis de la Gestió Acadèmica de la FCC</p>	<p>- Negociar amb el Vicerectorat de Relacions Internacionals un nou protocol d'interacció de l'Oficina d'Intercanvis de la FCC amb el programa Study Abroad</p>
<p>5. Encoratjar les experiències internacionals dels coordinadors d'intercanvis i animar-los a fer visites a l'estranger aprofitant els recursos que posa a disposició la UAB</p>	<p>- Accions directes de la degana i vicedegà corresponent a partir de xerrades, telefonades i mails, amb els coordinadors d'intercanvis per animar-los a fer les visites institucionals a les universitats de les que coordinen els estudiants.</p>
<p>6. Incrementar el perfil internacional de la FCC a partir d'un ús més intensiu de les possibilitats de mobilitat que els diferents convenis ofereixen als nostres estudiants</p>	<p>- Potenciar el perfil de mobilitat dels nostres estudiants amb sessions informatives als estudiants sobre les possibilitats d'intercanvi que ofereix la FCC en la jornada de benvinguda dels nous estudiants. S'incorporen al PAT de la facultat. Sessions informatives prèvies a la sol·licitud del programa de mobilitat (estudiants potencials outgoing)</p>

3.9. OCUPABILITAT I PRÀCTIQUES EXTERNES

El sistema educatiu universitari no tan sols té com a objectiu transmetre coneixements als estudiants sinó que també pretén que aquests desenvolupin les competències i les habilitats necessàries per assolir una carrera professional d'èxit. Es per això que la inserció laboral dels recents graduats ha esdevingut durant aquests darrers anys una de les àrees d'actuació prioritària de les universitats.

Taula 14. Resum d'inserció laboral dels graduats de l'any 2017

Graus	Respostes (%)	Ocupats als 3 anys	Index IQO	Velocitat inserció (em menys de 3 mesos)	Satisfacció gral. Feina (sobre 10)	Sou brut mes	Temps complet	Contracte fix/ indefinit
Comunicació audiovisual	55,4%	87%	50,1	58,7%	7,0	1154€	68,2%	43,5%
Periodisme	51,2%	90,6%	57,9	71,7%	7,5	1386€	78,2%	44,1%
Publicitat i RRPP	48,7%	94,7%	64,4	78,9%	7,8	1827€	94,7%	71,1%

(Font: AQU. Enquesta d'inserció laboral dels graus de l'any 2017.)

Segons les dades de l'enquesta d'inserció laboral dels graus feta per AQU al 2017, podem fer els següents comentaris, sempre tenint present que la taxa de resposta va ser, globalment, del 50% dels graduats.

- El nivell d'inserció laboral ens sembla molt adequada perquè es troba entre el 87% la més baixa (CA) i el 94,7% la més alta (Publicitat i RRPP).
- Que a dos graus, Periodisme i Publicitat, més del 70% dels graduats trobi feina en els primers 3 mesos, ens sembla una molt bona notícia. Sens dubte, que no arribi al 60% en el cas de Comunicació Audiovisual ens preocupa, però té explicació en la mala ratxa que travessava el sector de l'audiovisual per falta de suport públic en la producció de ficció i informatius, el que feia que moltes productores audiovisuals però les pròpies televisions, contractessin menys persones.
- Creiem que la satisfacció general sobre la seva feina, entre 7 i 8 que surt a les enquestes és prou adequat, i ho relacionem amb el fet que la feina que desenvolupen tingui relació directa amb els estudis que han fet. Evidentment, no a totes les empreses, encara que siguin de la branca d'estudis cursats, tots els llocs de treball tenen la mateixa qualitat o interès.
- Es evident que els graduats en Publicitat i RRPP són els que més satisfets se senten amb la feina que tenen perquè són els que guanyen més diners, els que

- arriben al 94% a feines de temps complet i el 71,1% ja tenen contracte fix, el que dóna molta tranquil·litat laboral.
- Per l'altra banda, els graduats en Comunicació Audiovisual són els que presenten una pitjor situació, ja que només el 43,5% té contracte indefinit i només el 68% treballen a temps complet.
 - Al mig se situen els graduats en Periodisme, que treballen a temps complet el 78,2%, però només el 44,1% tenen contracte indefinit. Pel que fa als sous, els graduats en Periodisme (1386€) i Comunicació Audiovisual (1154€) tenen una diferència de 200 euros al mes, a favor dels primers. Mentre que els de Publicitat pugen a 1827€ bruts al mes, entre 500 i 700 € més que els seus companys dels altres dos graus.

Tot i considerar que les xifres que hom presenta no són dolentes, sí que es considera que són millorables. De fet, sent conscients de l'increment de graduats en Periodisme que hi havia a Catalunya per causa de la proliferació de graus a les universitats públiques i privades, la FCC ja va fer l'aposta molt arriscada de suprimir 120 places d'entrada al Grau de Periodisme, i crear dos nous títols per absorbir aquesta demanda pel curs 2019-2020 i següents. Si diem que l'aposta és arriscada és perquè les 280 places de Periodisme les teníem cobertes amb escreix, mentre que quan es fa aquest Pla Estratègic, s'ignora quin èxit tindran els dos nous graus en Comunicació Interactiva i Comunicació de les Organitzacions, amb 60 places cadascun.

La FCC s'ha plantejat els següents objectius i accions en aquest apartat.

Objectius

1. Consolidar i millorar les accions formatives i d'inserció laboral.
2. Millorar la informació al web sobre les pràctiques curriculars. Per exemple, posar *link* a Treball Campus si no ho tenim.

Accions

- Programar tallers formatius sobre habilitats professionals, treball en equip, inserció en entorns laborals i de gestió emocional i talent digital.
- Millorar la informació pels alumnes sobre la col·legiació a les associacions professionals i els seus drets i deures laborals
- Millorar la informació disponible als canals propis pels alumnes sobre les pràctiques curriculars, a base de xerrades, informació a web i xarxes socials
- Link a Treball Campus des de la web de la FCC

Línia estratègica 9. Ocupabilitat i pràctiques externes	
En coherència amb les línies 1 i 3 de la UAB	
Objectius	Accions
1. Consolidar i millorar les accions formatives i d'inserció laboral.	-Programar tallers formatius sobre habilitats professionals, treball en equip, inserció en entorns laborals i de gestió emocional i talent digital. -Millorar la informació pels alumnes sobre la col·legiació a les associacions professionals i els seus drets i deures laborals
2. Millorar la informació al web sobre les pràctiques curriculars. Per exemple, posar <i>link</i> a Treball Campus si no ho tenim.	-Millorar la informació disponible als canals propis pels alumnes sobre les pràctiques curriculars, a base de xerrades, informació a web i xarxes socials -Link a Treball Campus des de la web de la FCC

4. Annexos

Taula 11 bis. Origen de l'alumnat de Màster amb distribució per països.

Curs	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	TOTAL
Alemanya			1	1	3	4	3	1		13
Argentina	1						1	1	1	4
Àustria		1	1	1	2					5
Bèlgica	1		1	1		1				4
Bolivia							1	1		2
Brasil	1	1	2	1		2	2	3	1	13
Bulgària	1		1		1	1	1			5
Canadà						1	2			3
Colòmbia		4	4		3	8	9	13	22	63
Corea				1						1
Costa Rica	2									2
Cuba		1								1
Egipte						1	2	2		5
Equador	1	1	1	1	5	24	16	13	9	71
Espanya	33	39	40	25	58	37	46	36	38	352
Estats Units d'Amèrica				2		2	4	3		11
Estònia							1			1
Finlàndia								1		1
França	1	1	1	1		2	1	6	3	16
Geòrgia								1		1
Grècia	3	1	1		2		1	1		9
Hondures					1				1	2
Iran					1					1
Itàlia	1	1	3		3	14	14	9	8	53
Jordània						1		1		2
Marroc						2		2		4
Mèxic	6	5	5	5	4	6	9	6	5	51
Moldàvia						1				1
Nicaragua									1	1
Països Baixos						1		1		2
Panamà									1	1
Paraguai							2			2
Perú					2	5	9	6	4	26
Portugal			1				1			2
Puerto Rico							1		1	2
Regne Unit						1	1		1	3
República Dominicana				1						1

PLA ESTRATÈGIC 2019-2021
 FACULTAT CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
 Gener 2019 - Equip de Deganat

Romania	1		1	1		1				4
Rússia			1		2		3	5	4	15
Salvador, El					1				1	2
Sèrbia	1						1	1		3
Síria	1									1
Suècia								1		1
Suïssa			1		1					2
Tuníssia						2	2	2		6
Turquia	1	1						1	1	4
Ucraïna						1				1
Uruguai								1		1
Veneçuela	1	1		1		2				5
Xile	1	2			2	6	2	2	4	19
Xina			7	17	38	37	27	28	17	171
Xipre				1						1
TOTAL	57	59	72	60	129	163	162	148	123	973

Informació sobre els estudis propis de la FCC

ESTUDIS PROPIS FACULTAT CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ, CURS 2018-2019	
Estudi	Departament
MÀSTER PERIODISME LITERARI, COMUNICACIÓ I HUMANITATS	MITJANS, COMUNICACIÓ I CULTURA
MÀSTER DIRECCIÓ DE COMUNICACIÓ EMPRESARIAL I INSTITUCIONAL (PRESENCIAL)	PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ
MÀSTER DIRECCIÓ DE COMUNICACIÓ EMPRESARIAL I INSTITUCIONAL (ONLINE)	PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ
MÀSTER GÈNERE I COMUNICACIÓ	MITJANS, COMUNICACIÓ I CULTURA
POSTGRAU FOTOPERIODISME	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT
MÀSTER DIRECCIÓ DE COMPTES PUBLICITARIS (PRESENCIAL)	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT
MÀSTER DIRECCIÓ DE COMPTES PUBLICITARIS (ONLINE)	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT
MÀSTER TEÒRICA I PRÀCTICA DEL DOCUMENTAL CREATIU	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT
MÀSTER NEUROMARQUETING	PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ
POSTGRAU COMUNICACIÓ I LIDERATGE POLÍTIC	PERIODISME I C. COMUNICACIÓ
MÀSTER DE GESTIÓ DE LA COMUNICACIÓ POLITICA I ELECTORAL	PERIODISME I C. COMUNICACIÓ
MÀSTER COMUNICACIÓ I EDUCACIÓ (PRESENCIAL)	PERIODISME I C. COMUNICACIÓ
MÀSTER COMUNICACIÓ I EDUCACIÓ (ONLINE)	PERIODISME I C. COMUNICACIÓ
MÀSTER PERIODISME DE VIATGES (PRESENCIAL)	PERIODISME I C. COMUNICACIÓ
MÀSTER COMMUNICATION AND EDUCATION (AMGLÈS, ONLINE)	PERIODISME I C. COMUNICACIÓ
MÀSTER CREATIVITAT ESTRATÈGICA EN INFORMACIÓ AUDIOVISUAL	PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ
MÀSTER EDICIÓ	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT
MÀSTER COMUNICACIÓ I MARQUETING DIGITAL	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT
POSTGRAU MARQUETING DIGITAL	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT
MÀSTER ESTRATEGIA I CREATIVITAT DIGITAL (SEMIPRESENCIAL)	PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ

MÀSTER CREATIVITAT APLICADA A L'ENTORN DIGITAL (ONLINE)	PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ	
MÀSTER PERIODISME DE VIATGES (CASTELLÀ, ONLINE)	PERIODISME I C. COMUNICACIÓ	
MÀSTER PERIODISME I COMUNICACIÓ DIGITAL	PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ	
MÀSTER DIRECCIÓ DE RELACIONS PÚBLIQUES I AGÈNCIES DE COMUNICACIÓ (PRESENCIAL)	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT	
MÀSTER DIRECCIÓ DE RELACIONS PÚBLIQUES I AGÈNCIES DE COMUNICACIÓ (ONLINE)	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL I PUBLICITAT	