



FULL D'EXPERIÈNCIES d'INNOVACIÓ DOCENT en EDUCACIÓ SUPERIOR

2

setembre
06

LA TITULACIÓ DE PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES ORIENTADA A L'EEES

PRESENTACIÓ

Actualment, disset titulacions de la UAB formen part del pla pilot per a la seva conversió a l'EEES.

El procés no ha estat ni és fàcil, ja que comporta una sèrie de canvis en la docència que repercuteixen tant en la tasca dels professors com en la dels estudiants. Aquests canvis es veuen reflectits, entre d'altres, en la definició d'objectius formatius i de competències professionals de la titulació i en l'adaptació a noves metodologies docents d'ensenyament-aprenentatge i a noves formes d'avaluació.

Un dels grans protagonistes d'aquest procés és la coordinació necessària entre els diferents estaments per portar-lo a terme. Sense aquesta, el procés de canvi que se'n deriva no seria possible.

El que teniu a les mans és un exemple de com una titulació porta a terme aquest procés, del qual potser cal destacar el sistema de gestió general, format per diferents grups de treball que vetllen pel seu òptim desenvolupament.

ELENA AÑAÑOS
Àmbit d'Innovació
IDES

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

El canvi de la metodologia docent cap a l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES) és un procés de conjunció de diverses accions que cal coordinar per tal d'adaptar la docència segons els criteris centralitzats en l'aprenentatge de l'estudiant. En el cas de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques, cal reflexionar sobre l'adequació del pla d'estudis de l'any 1992 per estructurar el títol de grau aplicant el nou sistema de crèdits i la nova metodologia docent.

CONTEXT GENERAL DELS ESTUDIS DE PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

La Declaració de Bolonya de l'any 1999 i la Llei 1/2003 d'universitats posen a Catalunya les bases del procés d'adaptacions de les titulacions. L'any 2004 es va signar el conveni per a l'inici de les proves pilot.

Aquest procés suposa una proposta d'harmonització dels estudis de Publicitat i Relacions Públiques a Europa. En els estudis existents als països europeus no hi ha una línia comuna que els faci homogenis, ja que s'inscriuen en diverses àrees temàtiques. Justament per això, l'EACA (European Association of Communication Agencies) va reunir l'any 2003 a Barcelona les universitats europees més importants (França, Itàlia, Grècia, Dinamarca, Espanya, Portugal, Països Baixos, República Txeca, Bèlgica i Suècia) per tal de formular una proposta unificada d'aquests estudis.

REVISIÓ DELS PLANS D'ESTUDI

Les titulacions amb validesa oficial són les dels plans homologats. Per tant, en la prova pilot l'estudiant obtindrà el títol propi en finalitzar el tercer any i haurà de continuar un any més per tal d'obtenir també el títol homologat del pla d'estudis vigent, que preveu quatre anys acadèmics. La implantació de la prova pilot es fa de forma progressiva amb la cronologia següent:

– Curs 2004-2005: dues assignatures (Disseny, Composició Visual i Tecnologia en Premsa i Introducció a la Creativitat Publicitària, del segon semestre de primer curs de la titulació).

– Curs 2005-2006: primer i segon curs (s'imparteix la totalitat d'assignatures de la prova pilot d'aquests dos cursos).

– Curs 2006-2007: tercer curs (el curs 2006-2007 s'impartirà la totalitat de la prova pilot, és a dir, els tres cursos acadèmics que formen el títol de grau propi de la UAB).

SISTEMA DE GESTIÓ

En aquest procés es coordina un sistema de gestió format per diversos grups de treball que vetllen pel desenvolupament òptim de la prova pilot.

El Grup Dinamitzador és el punt de partida del procés, que té el suport i l'orientació de diverses comissions: Comissió Permanent d'Estudiants, Comissió Interna d'Avaluació, Comissió Externa d'Avaluació i Professorat de la Titulació.



LA NOVA ESTRATÈGIA DOCENT

El procés d'adaptació a l'EEES exigeix una reformulació del programa de formació, que inclou la definició de conceptes i termes necessaris per millorar la qualitat de l'activitat docent.

Aquests termes són el perfil de formació, les competències acadèmiques i professionals i els objectius formatius.

Perfil de formació

El perfil és el conjunt de competències, expressades en termes de coneixements o habilitats, i classificades segons el seu caràcter específic o transversal, acadèmic o professional.



Els perfils formatius de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques que es van elaborar tenint en compte les competències, els coneixements i les habilitats requerides per al seu desenvolupament professional són: 1. Estrateg. Consultor en comunicació comercial i en relacions públiques. 2. Creatiu, dissenyador i gestor de producció en publicitat i en relacions públiques. 3. Gestor de comptes en publicitat i en relacions públiques. 4. Planificador de mitjans. 5. Investigador del consumidor i del mercat.

Competències acadèmiques i professionals

Les competències són els objectius, en termes de coneixements i habilitats, que l'alumne ha d'assolir a través de les matèries o assignatures. Les competències es van adoptar a partir del referent elaborat per l'IDES (Unitat d'Innovació Docent en Educació Superior) de la UAB. Cada professor de la titulació va identificar les competències pròpies de la seva matèria, que els alumnes assolirien en finalitzar-la.

En la titulació de Publicitat i Relacions Públiques, aquestes competències es concreten en nou camps de competències bàsiques, cadascun dels quals consta de competències genèriques i dels corresponents indicadors o característiques observables.



Objectius formatius

Els objectius són finalitats que actuen com a pauta a l'hora de determinar els continguts de cada matèria i condicionen la forma d'avaluació.

Els objectius formatius es divideixen en objectius de la titulació i objectius de les assignatures. En els primers hi ha l'objectiu general de la titulació, que en aquest cas és capacitar l'alumne per a l'exercici professional de la publicitat i les relacions

públiques. En els segons, hi trobem els corresponents a cada assignatura de la titulació.

NOVES METODOLOGIES DOCENTS

La nova metodologia docent i el treball de l'alumne seran els factors clau de la titulació adaptada a l'EEES, que la faran més adient de cara a desenvolupar el futur professional.

El nou sistema redueix les classes magistrals i posa èmfasi en l'aprenentatge de l'estudiant, que tindrà un paper més actiu. També canvia l'avaluació, ja que se superen els clàssics exàmens i es valora més l'esforç personal (treballs, hores d'estudi, seminaris o tutories).

CONCLUSIONS

El canvi docent de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques orientada a l'EEES dóna lloc a les conclusions següents:

- La nova metodologia docent no implica necessàriament una davallada de les qualificacions acadèmiques de l'alumnat.
- L'element humà (alumnes i docents) és el que presenta més dificultats en el sentit de resistència al canvi.
- La dificultat d'aplicar la nova metodologia sobre un pla d'estudis homologat de l'any 1992 és la causa principal de disfuncions.
- La nova metodologia requereix el suport de noves plataformes docents, com l'Espai de la Titulació (gestionat per la Coordinació de la prova pilot i pels alumnes) i la Biblioteca Virtual (Projecte BREVIA de la UAB de recursos en xarxa).
- Per tal de fer el seguiment de la prova pilot, es fa el seguiment de la qualitat de la docència a través del Programa d'Avaluació de l'Activitat Docent (PAAD) i molt especialment del Pla de Seguiment de la Qualitat de la Docència (PSQD), aquest darrer intern del centre.

Unitat d'Innovació Docent en Educació Superior (IDES)

Edifici A
 Campus de la UAB
 Universitat Autònoma de Barcelona
 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
 Tel.: 93 581 41 66
 Fax: 93 581 41 67
 ides@uab.es
 www.uab.es/ides

Equip de la Unitat

Dra. Maite Martínez
 Directora

Dra. Elena Añaños
 Àmbit d'Innovació

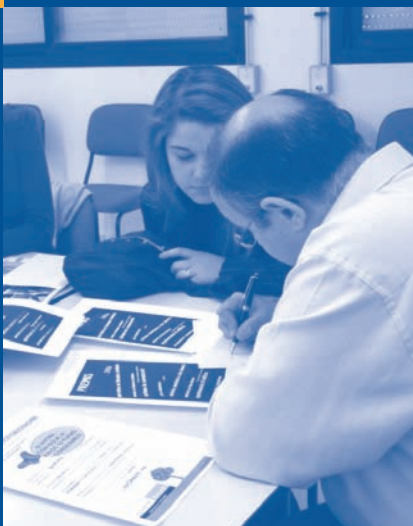
Sarai Sabaté
 Núria Marzo
 Equip col·laborador

Jordi Grau
 Virtudes Guzmán
 Suport administratiu

Edició i impressió

Servei de Publicacions
 de la Universitat Autònoma de Barcelona

IDES



DANIEL TENA PARERA
 Vicegegà de Docència
 Facultat de Ciències de la Comunicació
 Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
 Dinamitzador del pla pilot DURSI
 de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques
 Edifici I. Campus de la UAB
 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
 Tel. 93 581 44 58
 daniel.tena@uab.es