



# UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2023/2024

Nº de proyecto 461

Proyecto de mejora de la comunicación con estudiantes, PDI y PAS: desarrollo de un plan institucional de comunicación estratégica de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid para el período 2023-2025

Responsable del Proyecto:

Cristóbal Fernández Muñoz

Facultad Ciencias de la Información

## 1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Se trata de una investigación cualitativa y cuantitativa entre públicos internos y externos para realizar un diagnóstico de comunicación y llevar a cabo el plan de comunicación institucional del Centro.

Como iniciativa dirigida hacia la innovación y mejora de la gestión, el proyecto responde a objetivos generales que pasan por la innovación y mejora de la gestión, la transparencia de los procesos y la mejora de la difusión de información, las estrategias de comunicación y difusión a los agentes implicados, así como la implicación y participación de los estudiantes y el resto de los colectivos internos y externos de la Facultad.

Así pues, la propuesta de este proyecto está relacionada directamente con la segunda de las líneas vinculadas con el Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad (SAIC) de los centros, servicios y títulos definida en la convocatoria, tratándose de una iniciativa dirigida al diseño e implantación de un plan de comunicación que muestre la participación de los grupos de interés en la definición, implantación, revisión y mejora de la política y objetivos de calidad, aprendizaje de los estudiantes, así como el proceso de medición, análisis y mejora de los resultados.

De forma indirecta, correlaciona con otros objetivos generales y líneas preferentes de la convocatoria como la transparencia y difusión de los procesos del sistema de aseguramiento de la calidad, estrategias de sensibilización y/o planes de comunicación a los grupos de interés o agentes implicados, el fomento de la participación sistemática de los estudiantes y/o de los egresados en los procesos de aseguramiento de la calidad y en los órganos de decisión del centro o las iniciativas dirigidas a la rendición de cuentas a los grupos de interés sobre las actividades y las acciones de mejora de la gestión de los centros y servicios, así como al logro de una universidad inclusiva, accesible, diversa y enfocada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Los objetivos específicos de este proyecto son:

- 1- Auditar el estado de la comunicación entre los públicos universitarios, muy especialmente del estudiantado considerando el contexto post-covid en el que nos encontramos y,
- 2-, en consecuencia, diseñar un modelo de plan estratégico de comunicación institucional, que pueda servir a cualquier otro centro, resto de Facultades de la UCM o de otras Universidades.

## 2. Objetivos alcanzados

La aportación de este proyecto es doble: por una parte, los datos concretos que se obtienen y, por otra, abrir el camino en uno de los aspectos, sin duda, aún menos desarrollados en los procesos de gestión de la calidad de las instituciones universitarias como es la comunicación institucional.

Los retos que debe plantearse una organización para gestionar correctamente su comunicación se fundamentan en la escucha activa, la planificación estratégica, el compromiso transversal, la transparencia, la cultura colaborativa y la innovación y la tecnología, y el proyecto ha desarrollado, empleando técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas con públicos internos y externos, un diagnóstico en términos de comunicación para definir el plan de comunicación institucional del Centro para el período 2023-2026. Así pues es posible afirmar que el proyecto ha satisfecho los objetivos definidos tanto generales como específicos, ha dado a conocer el proyecto tanto interna como externamente, dejando de manifiesto la voluntad de la institución para escuchar a sus públicos y mejorar, fomentando la participación y arrojando un amplio abanico de propuestas para su consideración e implementación por parte de los órganos de gobierno del Centro.

El proyecto puso en marcha un proceso participativo y de escucha con los distintos públicos, tanto internos como externos, para contribuir a cumplir con los objetivos de la institución de manera más eficaz, detectando carencias a corregir y puntos fuertes a reforzar entre todos los colectivos. Y lo hizo a través de dos fases complementarias que permitieron alcanzar los objetivos definidos.

Gracias al trabajo desarrollado en la primera fase cualitativa se consiguió llevar a cabo un proceso de escucha activa de una muestra del universo de investigación conformada por estudiantes, pdi, ptgas y públicos externos, entre los que se encontraban Directores/as de comunicación de empresas, Agencias de Comunicación, Consultoría, Medios y ONGs. Tras el proceso de definición del proyecto y sus etapas, y la captación de participación, se llevaron a cabo dos grupos de discusión, que integraron un total de 14 personas, con una duración agregada de 4 horas de duración en los que hubo una gran participación con contribuciones muy interesantes y propuestas concretas de mejora.

Las técnicas empleadas en esta primera fase, a partir de la transcripción y análisis del contenido de las narrativas, permitieron definir un DAFO, herramienta de estudio de la situación de una organización, analizando sus características internas y su situación externa en una matriz cuadrada. Proviene de las siglas en inglés SWOT e incluye debilidades y fortalezas internas y Amenazas y Oportunidades externas. Así pues, otro objetivo alcanzado en esta primera fase desarrollada en el segundo semestre de 2023, fue poder definir un mapa de situación de la institución.

A partir de este análisis y teniendo en cuenta también los primeros resultados con los que contaba la organización en la primera investigación llevada a cabo en 2017-2018 para realizar el I Plan de Comunicación de la Facultad, se definió una segunda fase de investigación de carácter cuantitativo que se desarrolló en el primer semestre de 2024.

Se llevó a cabo un proceso de participación dando a conocer la iniciativa a través de todos los canales de comunicación de la Facultad: web, pantallas, email, redes sociales,... Para fomentar la participación se sortearon lotes de merchandising de la Facultad.

La participación alcanzada en la segunda Fase del proyecto implicó a más de 350 personas de la Facultad. En concreto la participación de los tres colectivos internos fue la siguiente:

- Estudiantes 281 personas Nivel de confianza: 95% Margen de error: +/- 5%
- PDI 51 personas (17%)
- PTGAS 19 personas (21%)

La investigación cuantitativa permitió profundizar en el conocimiento y valoración de la institución, sus áreas y servicios. El cuestionario contó con un total de 20 preguntas, 4 de ellas abiertas, lo que ha permitido obtener una gran cantidad de información y datos.

Los resultados permiten establecer pautas a corto, medio y largo plazo para mejorar la imagen de la institución y tener un mensaje homogéneo y que represente a la institución, además de ayudar a determinar las prioridades y recursos necesarios para ello, atendiendo a las necesidades de publicación y difusión de información actualizada, la transparencia de los procesos de garantía de calidad, las estrategias de comunicación y difusión a los agentes implicados y muy especialmente las iniciativas, herramientas e incentivos para la participación de los estudiantes y/o de los egresados.

Así pues, es posible afirmar que el proyecto adicionalmente satisfizo los siguientes objetivos complementarios:

- 1) Analizar a públicos externos para lograr los ajustes necesarios entre objetivos de comunicación y expectativas de los grupos de interés
- 2) Mejorar la percepción del estudiantado sobre la calidad y el aprovechamiento de la experiencia universitaria.
- 3) Generar un entorno que facilite la difusión pública y la información de eventos y actividades en el Centro.
- 4) Fomentar la colaboración entre los colectivos implicados en la puesta en marcha de una actividad académica
- 5) Mejorar el conocimiento, coordinación y aprovechamiento con los Departamentos, Secciones y Unidades Departamentales de las actividades e iniciativas desarrolladas por éstos.

Los principales resultados tanto de la Fase 1 como de la Fase 2 fueron presentados en el Consejo de Facultad del día 27 de junio de 2024, en el que están representados los miembros electos de estudiantes, pdi y ptgas, directores y directores de departamentos, secciones y unidades departamentales, coordinadores de titulaciones, gerente y equipo decanal. La presentación, realizada por el Vicedecano de Comunicación y Relaciones Institucionales y responsable del presente proyecto innova gestión, fue recibida con un aplauso de los presentes y varias personas tomaron la palabra para felicitar el trabajo realizado.

### 3. Metodología empleada en el proyecto

La metodología ha combinado técnicas de Investigación cualitativa (Fase 1) y cuantitativa (Fase 2) entre públicos internos y externos para llevar a cabo la auditoría de comunicación y la posterior definición del plan de comunicación institucional del Centro a cuatro años vista.

Fase 1: El equipo de trabajo del proyecto, integrado por PDI, PAS y estudiantes, llevó a cabo 2 focus group, uno con públicos internos y, por primera vez, otro con públicos externos (con egresados, empleadores e instituciones), para abordar el diagnóstico de situación y las necesidades de comunicación actuales y futuras del Centro.

Grupo de discusión públicos internos

Fecha de realización 15.11.23 / Decanato UCMCCINF

Número de participantes: 6

Perfiles: PDI, PTGAS, estudiantes

Grupo de discusión públicos externos

Fecha de realización 12.12.23 / Decanato UCMCCINF

Número de participantes: 8

Perfiles: Directores/as de comunicación de empresas, Agencias de Comunicación, Consultoría, Medios, ONGs.

Guion:

Bloque 1: Universidad: percepciones de imagen y comunicación

Bloque 2: Facultad: percepciones de imagen y comunicación, liderazgo y competencia, DAFO, valoración de comunicación de los últimos años

Bloque 3: Propuestas de mejora e ideas

Transcripción y análisis de la Fase 1 durante los meses de enero y febrero de 2024.

Fase 2: Se llevó a cabo la medición de conocimiento y valoraciones de los públicos así como de las acciones de comunicación realizadas considerando los resultados de la investigación realizada en 2018 por el Centro entre los tres colectivos de interés de carácter interno: profesorado, estudiantado y personal de administración y servicios.

La elaboración del cuestionario se llevó a cabo durante los meses de febrero y marzo de 2024 y el trabajo de campo se llevó a cabo durante los meses de marzo y abril de 2024.

El análisis de resultados se llevó a cabo durante el mes de mayo, a través de la descarga en fichero excel de todos los datos y la presentación final de conclusiones, resultados y propuestas se desarrolló en junio de 2024, con varias reuniones de trabajo colectivas previas hasta su presentación pública el 27 de junio con una presentación pública de 36 páginas.

Esta investigación ha permitido obtener:

- 1) datos concretos que han permitido un acercamiento lo más preciso posible a la realidad;
- 2) medición de percepciones y valoraciones a propósito de las acciones realizadas, los canales de comunicación y los servicios de la Facultad existentes;
- 3) conocimiento detallado de las necesidades presentes y futuras no satisfechas en términos de comunicación.

## 4. Recursos humanos

### PDI

- CRISTÓBAL FERNÁNDEZ MUÑOZ PDI Complutense Facultad de Ciencias Información [crisfer@ucm.es](mailto:crisfer@ucm.es) Responsable del Proyecto
- Miembros del proyecto:
- JORGE CLEMENTE MEDIAVILLA PDI Complutense Facultad de Ciencias Información [jclemen@ucm.es](mailto:jclemen@ucm.es) Decano
- GEMA FERNÁNDEZ HOYA PDI Complutense Facultad de Ciencias Información [gemafern@ucm.es](mailto:gemafern@ucm.es) Vicedecana
- DIMITRINA JIVKOVA SEMOVA PDI Complutense Facultad de Ciencias Información [djivkova@ucm.es](mailto:djivkova@ucm.es) Vicedecana
- ANGEL LUIS RUBIO MORAGA PDI Complutense Facultad de Ciencias Información [alrubio@ucm.es](mailto:alrubio@ucm.es) Vicedecano
- M<sup>a</sup> CARMEN SALGADO SANTAMARIA PDI Complutense Facultad de Ciencias Información [carmen.salgado@ccinf.ucm.es](mailto:carmen.salgado@ccinf.ucm.es) Vicedecana

### ESTUDIANTES

- MARÍA PRIETO MUÑIZ Estudiante Complutense Facultad de Ciencias Información [maprie08@ucm.es](mailto:maprie08@ucm.es)
- JORGE GUILLÉN SERNA Estudiante Complutense Facultad de Ciencias Información [jorgui01@ucm.es](mailto:jorgui01@ucm.es)
- MARÍA HUERTA GARCÍA Estudiante Complutense Facultad de Ciencias Información [marnun05@ucm.es](mailto:marnun05@ucm.es)
- JULIO CÉSAR CÁRDENAS VARGAS Estudiante Complutense Facultad de Ciencias Información [julcarde@ucm.es](mailto:julcarde@ucm.es)

### PTGAS

- MIGUEL ANGEL TEJEDOR LOPEZ PTGAS Complutense Facultad de Ciencias Información [mitejedo@ucm.es](mailto:mitejedo@ucm.es) Gerente
- MARINA SANZ SANCHEZ PTGAS Complutense Facultad de Ciencias Información [msanzsan@pas.ucm.es](mailto:msanzsan@pas.ucm.es)

## 5. Desarrollo de las actividades

### CRONOGRAMA

- MAYO-JUNIO 2023 - Recopilación y análisis de los datos de las encuestas y focus groups de 2018 y de los impactos de 2021-2022 y elaboración de informe de resultados 2018-2022. Responsables Cristóbal Fernández y Miguel Ángel Tejedor. Integrantes: resto del equipo.
- SEPTIEMBRE-OCTUBRE: diseño de los Focus groups + captación de participantes: 1 focus de unos 7 personas para cada colectivo, responsables Gema Fernández Hoya, Dimitrina Semova y Ángel Rubio. Integrantes: resto del equipo.
  - egresados de los 3 últimos años, 2 de cada año
  - 1 focus por semana
  - en sala reuniones de decanato
  - guion a realizar a partir de los focus realizados en 2018
  - incentivo: pack corporativo + snack
  - Laboratorio audiovisuales, Carmen salgado, responsable de las grabaciones
  - Posteriormente, con los resultados de los focus, se tuvieron en cuenta los resultados para elaborar las encuestas
- NOVIEMBRE-DICIEMBRE: implementación de los focus. Responsables: Cristóbal Fernández y Ángel Rubio. Integrantes: resto del equipo.
- DICIEMBRE-ENERO: análisis resultados focus. Responsable: Jorge Clemente. Integrantes: resto del equipo.
- ENERO-FEBRERO: elaboración del cuestionario. Responsable: Carmen Salgado. Integrantes: resto del equipo.
- MARZO: implementación de cuestionario a todos los colectivos, recogida datos cuestionarios. Responsable: Cristóbal Fernández. Integrantes: resto del equipo.
- ABRIL-MAYO: tratamiento y análisis de los datos del cuestionario. Responsable: Gema Fernández Hoya y María Prieto. Integrantes: resto del equipo.
- MAYO. Elaboración de DAFO, planteamiento estratégico del Plan. Responsable: Cristóbal Fernández. Integrantes: resto del equipo
- MAYO-JUNIO: Elaboración y presentación ante la Junta de Facultad de los resultados del proyecto Responsable: Cristóbal Fernández. Integrantes: resto del equipo
- JUNIO: redacción del informe final. Responsable: Cristóbal Fernández. Integrantes: resto del equipo

## 6. Anexos

# Resultados investigación cualitativa y cuantitativa

PLAN DE  
COMUNICACIÓN 2024

## Fase 1

FOCUS GROUP

## Metodología

### Grupo de discusión públicos internos

15.11.23 / Decanato UCMCCINF

Número de participantes: 6

Perfiles: PDI, PTGAS, estudiantes

### Guion

Bloque 1: Universidad: percepciones de imagen y comunicación

Bloque 2: Facultad: percepciones de imagen y comunicación, liderazgo y competencia, DAFO, valoración de comunicación de los últimos años

Bloque 3: Propuestas de mejora e ideas

### Grupo de discusión públicos externos

12.12.23 / Decanato UCMCCINF

Número de participantes: 8

Perfiles: Directores/as de comunicación de empresas, Agencias de Comunicación, Consultoría, Medios, ONGs.

## Narrativas dominantes en los Focus Group

### Temas comunes que aparecen

- Identificación-confusión UCM y Facultad CC Información
- + Aprovechar al estudiantado para generar contenido
- Brecha entre teoría y práctica: formación poco aplicada
- Falta de sentido de pertenencia

## Asuntos dominantes en grupo interno

- Planes de estudios
- Falta de prácticas (imposibilidad de ofrecer a todo el mundo)

## Asuntos dominantes en grupo externo

- + Alumni, prescriptores
- Masificación
- Públicas VS Privadas

## Narrativas dominantes en los Focus Group

### Valoración de la comunicación

- + Mejoras desde 50 aniversario y Alumni Ilustres
- + Ampliar la comunicación con públicos externos (newsletter)
- Falta de política de comunicación en la UCM

### Sugerencias

- + Estudiantes generadores de contenido
- + Eventos relevantes en el mundo de la comunicación para establecer alianzas público-privadas
- + Desarrollo de un programa alumni consistente
- + Certificados/cursos de corta duración enfocados en habilidades prácticas y actuales
- + Liderazgo comunicativo: abanderamiento de algo concreto

## DAFO (focus group)

### DEBILIDADES

- Desactualización planes estudios
- Percepción masificación
- Web

### AMENAZAS

- Competencia
- Demanda
- Pérdida liderazgo



### FORTALEZAS

- Prestigio histórico
- Calidad formación
- Mejora de la comunicación

### OPORTUNIDADES

- Formación adaptada
- Alumni
- Mayor participación estudiantes

## Fase 2

### ENCUESTAS

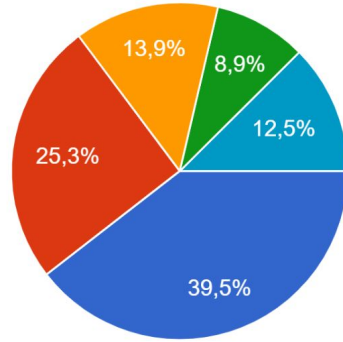
## Participación

- Estudiantes 281 de 4.151 (7%)  
Nivel de confianza: 95%  
Margen de error: +/- 5%
- PDI 51 (17%)
- PTGAS 19 (21%)

## Datos generales / estudiantes

P3.-¿Qué Grado o Postgrado estudias?  
281 respuestas

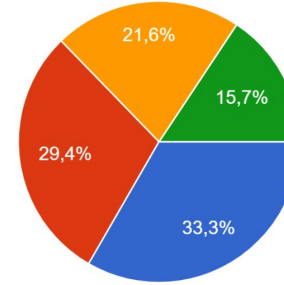
- Grado Periodismo
- Grado CAV
- Grado Publicidad y RRPP
- Postgrado-Máster oficial
- Postgrado-Máster título propio
- Postgrado-Doctorado



## Datos generales / PDI

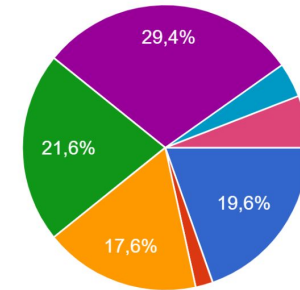
P1.- ¿Cuántos años llevas como Profesor/a en la Facultad?  
51 respuestas

- Menos de 5
- Entre 5 y 15 años
- Entre 15 y 25 años
- Más de 25 años



P2.- ¿Qué categoría laboral tienes?  
51 respuestas

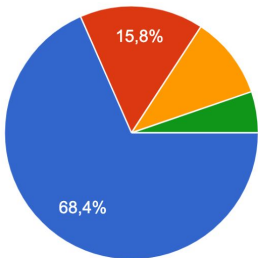
- Profesor Asociado
- Contrato Predoctoral
- Ayudante Doctor
- Contratado Doctor
- Titular
- Catedrático
- Otra



## Datos generales / PTGAS

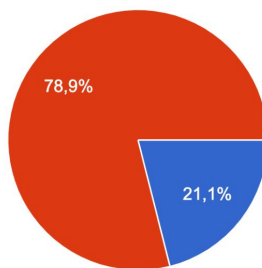
P1.- ¿Cuántos años llevas en la Facultad?  
19 respuestas

- Menos de 5
- Entre 5 y 15 años
- Entre 15 y 25 años
- Más de 25 años



P2.- ¿Qué categoría laboral tienes?  
19 respuestas

- Personal laboral
- Funcionario



## Estudiantes

### Lo más valorado en un centro educativo universitario de excelencia

1. **Calidad Académica**
2. **Profesores**
3. **Planes de estudio**
4. **Prácticas extracurriculares y empleabilidad**
5. **Capacitación profesional y prácticas curriculares**
6. **Actividades complementarias, recursos e instalaciones**
7. **Liderazgo y proyección internacional**
8. **Liderazgo y reconocimiento público nacional**
9. **Investigación académica y producción científica**
10. **Ética y Responsabilidad Corporativa**
11. **Estudiantes**
12. **Gestión y organización del centro**
13. **Innovación y Transformación Digital**
14. **Transparencia y Buen Gobierno**
15. **Personal de Administración y Servicios**

### Lo más valorado en UCMCCINF

1. **Liderazgo y reconocimiento público nacional (3,83)**
2. **Estudiantes (3,79)**
3. **Transparencia y Buen Gobierno (3,71)**
4. **Calidad Académica (3,52)**
5. **Profesores (3,49)**
6. **Actividades complementarias, recursos e instalaciones (3,48)**
7. **Liderazgo y proyección internacional (3,42)**
8. **Ética y Responsabilidad Corporativa (3,41)**
9. **Personal de Administración y Servicios (3,37)**
10. **Investigación académica y producción científica (3,35)**
11. **Gestión y organización del centro (3,22)**
12. **Planes de estudio (3,14)**
13. **Innovación y Transformación Digital (3)**
14. **Capacitación profesional y prácticas curriculares (2,88)**
15. **Prácticas extracurriculares y empleabilidad (2,84)**

(Media sobre 5)

## Estudiantes

### Lo más valorado en un centro educativo universitario de excelencia

1. Calidad Académica
2. Profesores
3. Planes de estudio
4. Prácticas extracurriculares y empleabilidad
5. Capacitación profesional y prácticas curriculares
6. Actividades complementarias, recursos e instalaciones
7. Liderazgo y proyección internacional
8. Liderazgo y reconocimiento público nacional
9. Investigación académica y producción científica
10. Ética y Responsabilidad Corporativa
11. Estudiantes
12. Gestión y organización del centro
13. Innovación y Transformación Digital
14. Transparencia y Buen Gobierno
15. Personal de Administración y Servicios

### Lo más valorado en UCMCCINF

1. Liderazgo y reconocimiento público nacional (3,83)
2. Estudiantes (3,79)
3. Transparencia y Buen Gobierno (3,71)
4. Calidad Académica (3,52)
5. Profesores (3,49)
6. Actividades complementarias, recursos e instalaciones (3,48)
7. Liderazgo y proyección internacional (3,42)
8. Ética y Responsabilidad Corporativa (3,41)
9. Personal de Administración y Servicios (3,37)
10. Investigación académica y producción científica (3,35)
11. Gestión y organización del centro (3,22)
12. Planes de estudio (3,14)
13. Innovación y Transformación Digital (3)
14. Capacitación profesional y prácticas curriculares (2,88)
15. Prácticas extracurriculares y empleabilidad (2,84)

(Media sobre 5)

## PDI

### Lo más valorado en un centro educativo universitario de excelencia

1. Planes de estudio
2. Calidad Académica
3. Profesores
4. Investigación académica y producción científica
5. Estudiantes
6. Prácticas extracurriculares y empleabilidad
7. Capacitación profesional y prácticas curriculares
8. Innovación y Transformación Digital
9. Gestión y organización del centro
10. Transparencia y Buen Gobierno
11. Liderazgo y reconocimiento público nacional
12. Liderazgo y proyección internacional
13. Personal de Administración y Servicios
14. Actividades complementarias, recursos e instalaciones
15. Ética y Responsabilidad Corporativa

### Lo más valorado en UCMCCINF

(Media sobre 5)

1. Profesores (3,86)
2. Liderazgo y reconocimiento público nacional (3,71)
3. Su personal de Administración y Servicios (3,61)
4. Calidad Académica (3,59)
5. Gestión y organización del centro (3,57)
6. Investigación académica y producción científica (3,55)
7. Actividades complementarias, recursos e instalaciones (3,45)
8. Ética y Responsabilidad Corporativa : Medio ambiente, Igualdad y y diversidad, Solidaridad (3,43)
9. Liderazgo y proyección Internacional (3,33)
10. Estudiantes (3,29)
11. Transparencia y acceso a la información (3,18)
12. Innovación y Transformación Digital (2,98)
13. Capacitación profesional y prácticas curriculares (2,94)
14. Planes de estudios (2,69)
15. Prácticas extracurriculares y empleabilidad (2,69)

## PDI

### Lo más valorado en un centro educativo universitario de excelencia

1. Planes de estudio
2. Calidad Académica
3. Profesores
4. Investigación académica y producción científica
5. Estudiantes
6. Prácticas extracurriculares y empleabilidad
7. Capacitación profesional y prácticas curriculares
8. Innovación y Transformación Digital
9. Gestión y organización del centro
10. Transparencia y Buen Gobierno
11. Liderazgo y reconocimiento público nacional
12. Liderazgo y proyección internacional
13. Personal de Administración y Servicios
14. Actividades complementarias, recursos e instalaciones
15. Ética y Responsabilidad Corporativa

### Lo más valorado en UCMCCINF

(Media sobre 5)

1. Profesores (3,86)
2. Liderazgo y reconocimiento público nacional (3,71)
3. Su personal de Administración y Servicios (3,61)
4. Calidad Académica (3,59)
5. Gestión y organización del centro (3,57)
6. Investigación académica y producción científica (3,55)
7. Actividades complementarias, recursos e instalaciones (3,45)
8. Ética y Responsabilidad Corporativa : Medio ambiente, Igualdad y y diversidad, Solidaridad (3,43)
9. Liderazgo y proyección Internacional (3,33)
10. Estudiantes (3,29)
11. Transparencia y acceso a la información (3,18)
12. Innovación y Transformación Digital (2,98)
13. Capacitación profesional y prácticas curriculares (2,94)
14. Planes de estudios (2,69)
15. Prácticas extracurriculares y empleabilidad (2,69)

## PTGAS

### Lo más valorado en un centro educativo universitario de excelencia

1. Calidad Académica
2. Planes de estudio
3. Capacitación profesional y prácticas curriculares
4. Profesores
5. Prácticas extracurriculares y empleabilidad
6. Liderazgo y proyección internacional
7. Investigación académica y producción científica
8. Gestión y organización del centro
9. Actividades complementarias, recursos e instalaciones
10. Personal de Administración y Servicios
11. Innovación y Transformación Digital
12. Ética y Responsabilidad Corporativa
13. Transparencia y Buen Gobierno
14. Liderazgo y reconocimiento público nacional
15. Estudiantes

### Lo más valorado en UCMCCINF

1. Personal de Administración y Servicios (4,32)
2. Estudiantes (3,89)
3. Profesores (3,68)
4. Liderazgo y reconocimiento público nacional (3,63)
5. Calidad Académica (3,53)
6. Planes de estudio (3,37)
7. Actividades complementarias, recursos e instalaciones (3,37)
8. Transparencia y Buen Gobierno (3,37)
9. Liderazgo y proyección internacional (3,32)
10. Gestión y organización del centro (3,32)
11. Investigación académica y producción científica (3,26)
12. Ética y Responsabilidad Corporativa (3,26)
13. Capacitación profesional y prácticas curriculares (3,21)
14. Prácticas extracurriculares y empleabilidad (3,11)
15. Innovación y Transformación Digital (3,11)

(Media sobre 5)

## PTGAS

### Lo más valorado en un centro educativo universitario de excelencia

1. **Calidad Académica**
2. **Planes de estudio**
3. **Capacitación profesional y prácticas curriculares**
4. **Profesores**
5. **Prácticas extracurriculares y empleabilidad**
6. Liderazgo y proyección internacional
7. Investigación académica y producción científica
8. Gestión y organización del centro
9. Actividades complementarias, recursos e instalaciones
10. Personal de Administración y Servicios
11. Innovación y Transformación Digital
12. Ética y Responsabilidad Corporativa
13. Transparencia y Buen Gobierno
14. Liderazgo y reconocimiento público nacional
15. Estudiantes

### Lo más valorado en UCMCCINF

1. **Personal de Administración y Servicios (4,32)**
2. **Estudiantes (3,89)**
3. **Profesores (3,68)**
4. **Liderazgo y reconocimiento público nacional (3,63)**
5. **Calidad Académica (3,53)**
6. Planes de estudio (3,37)
7. Actividades complementarias, recursos e instalaciones (3,37)
8. Transparencia y Buen Gobierno (3,37)
9. Liderazgo y proyección internacional (3,32)
10. Gestión y organización del centro (3,32)
11. Investigación académica y producción científica (3,26)
12. Ética y Responsabilidad Corporativa (3,26)
13. Capacitación profesional y prácticas curriculares (3,21)
14. Prácticas extracurriculares y empleabilidad (3,11)
15. Innovación y Transformación Digital (3,11)

(Media sobre 5)

## Facultades de Comunicación referentes (aparte de la UCM)

### Estudiantes

1. Carlos III (721 puntos)
2. Rey Juan Carlos I (424 puntos)
3. Autónoma de Barcelona (341 puntos)
4. Barcelona (243 puntos)
5. Europea (197 puntos)

## Facultades de Comunicación referentes

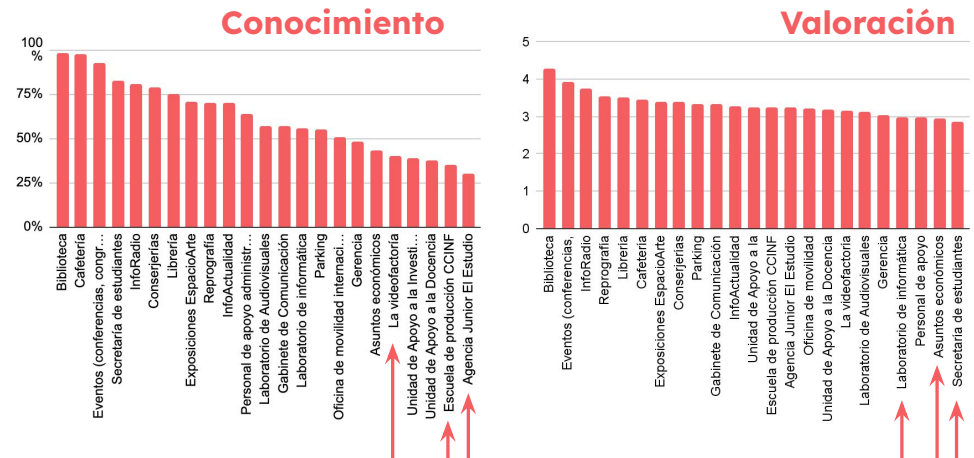
### PDI

1. Universidad Complutense de Madrid (161 puntos)
2. Universidad de Navarra (90 puntos)
3. Universidad Carlos III / Universitat Pompeu Fabra (79 puntos)
4. Universidad Carlos III / Universitat Pompeu Fabra (79 puntos)
5. Universitat Autònoma de Barcelona (73 puntos)

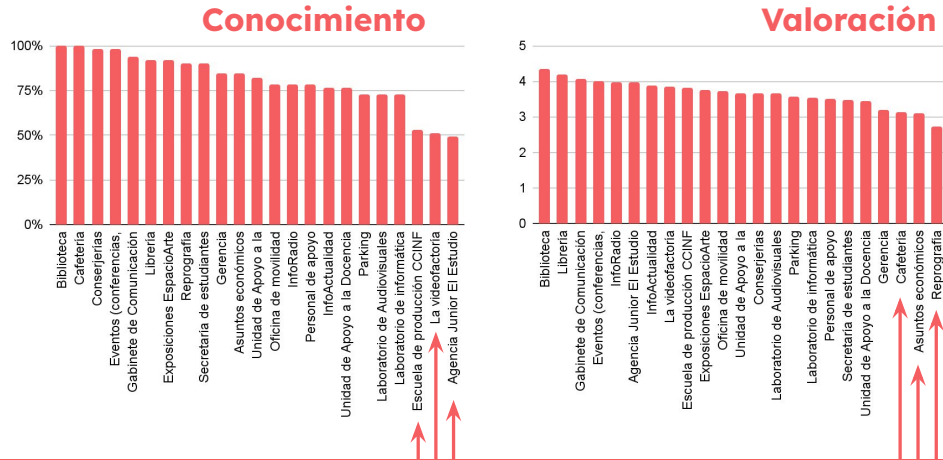
### PTGAS

1. Universidad Complutense de Madrid (64 puntos)
2. Universitat Autònoma de Barcelona (42 puntos)
3. Universidad Carlos III / Universidad de Barcelona (20 puntos)
4. Universidad Carlos III / Universidad de Barcelona (20 puntos)
5. Universitat Pompeu Fabra (16 puntos)

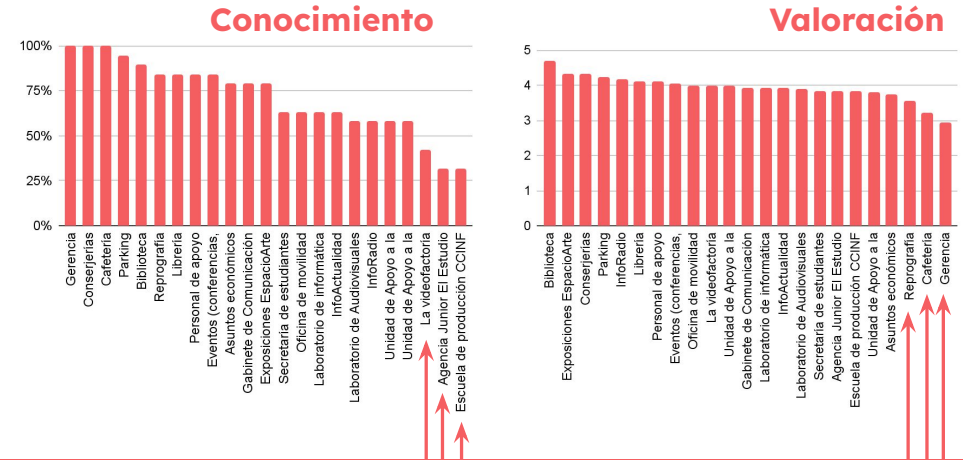
## Servicios y recursos de la Facultad / Estudiantes



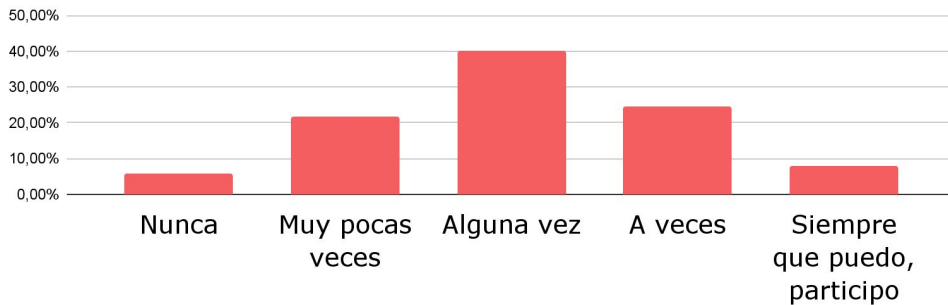
## Servicios y recursos de la Facultad / PDI



## Servicios y recursos de la Facultad / PTGAS



## Participación en actividades / Estudiantes



## Propuestas de nuevos servicios

### Estudiantes

1. Mejora de las aulas (enchufes, mesas...)
2. Recursos y materiales más accesibles
3. Espacios extraacadémicos (patio interior, reunión...)
4. Eventos con horarios más accesibles
5. Apoyo psicológico al estudiantado
6. Prácticas (extra, curriculares, plan de estudios...)

### PDI

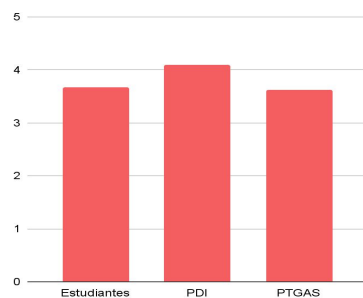
1. Mejora de recursos/materiales y más accesibilidad
2. Espacios extraacadémicos (patio interior, reunión...)
3. Mejorar servicio de cafetería
4. Ampliar horario de reprografía

### PTGAS

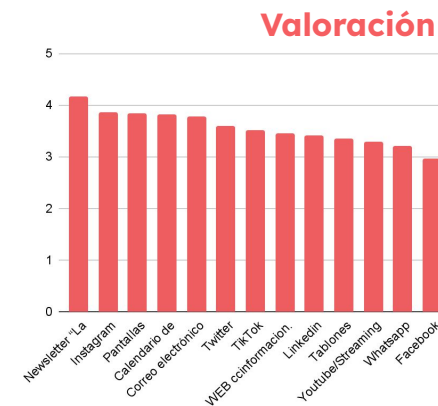
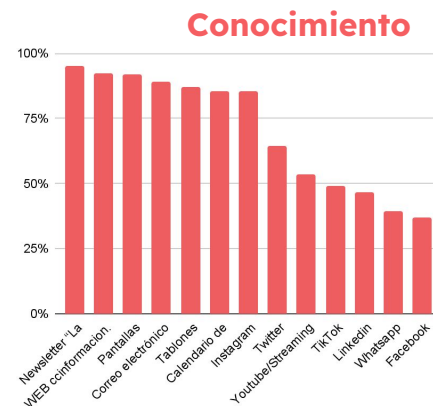
1. Espacio de reunión para estudiantes
2. Guardería

## Nivel de satisfacción con la comunicación de la Facultad (sobre 5)

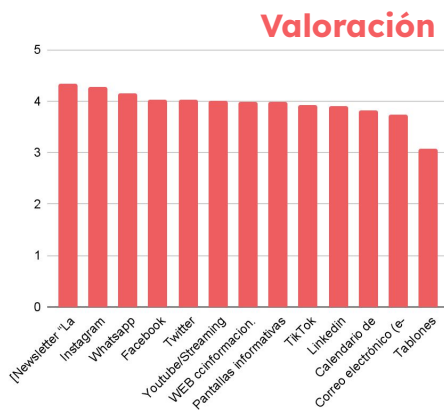
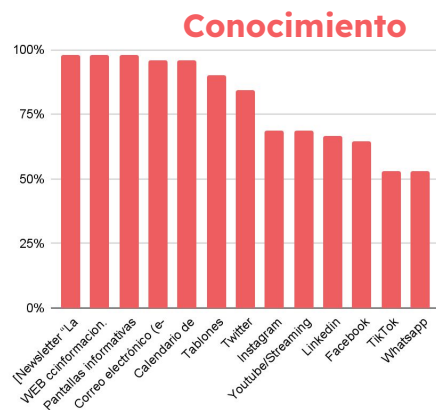
- Estudiantes: 3,67
- PDI: 4,1
- PTGAS: 3,63



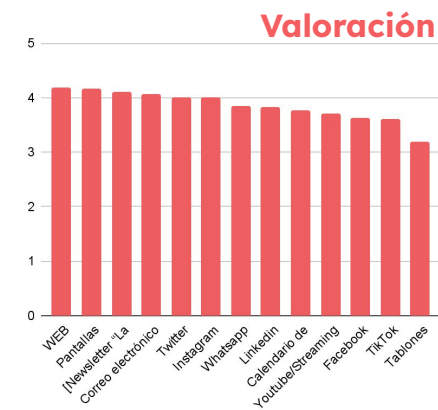
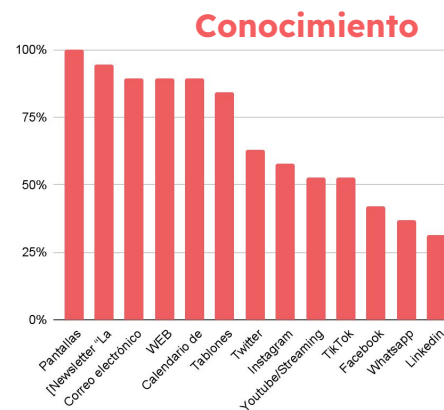
## Medios de la Facultad / Estudiantes



## Medios de la Facultad / PDI



## Medios de la Facultad / PTGAS



# Propuestas (Estudiantes+PDI+PTGAS)

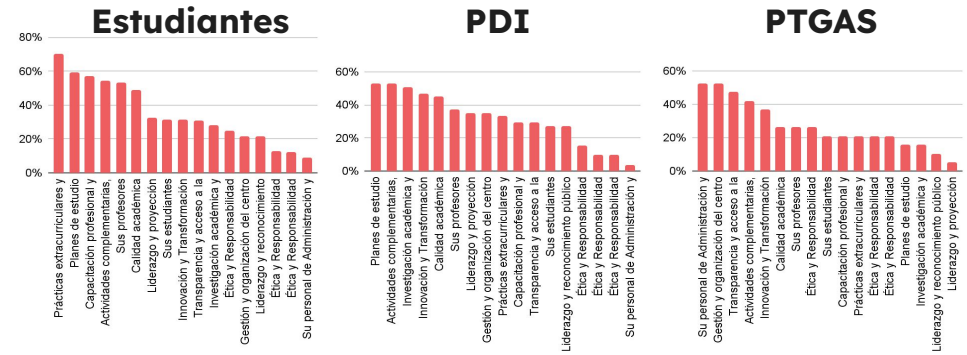
## Canales

1. Está todo cubierto
2. Telegram
3. Twitch
4. Periódico/revistas en papel
5. Mejora de los tabloneros (abiertos)
6. Mejora de la página web

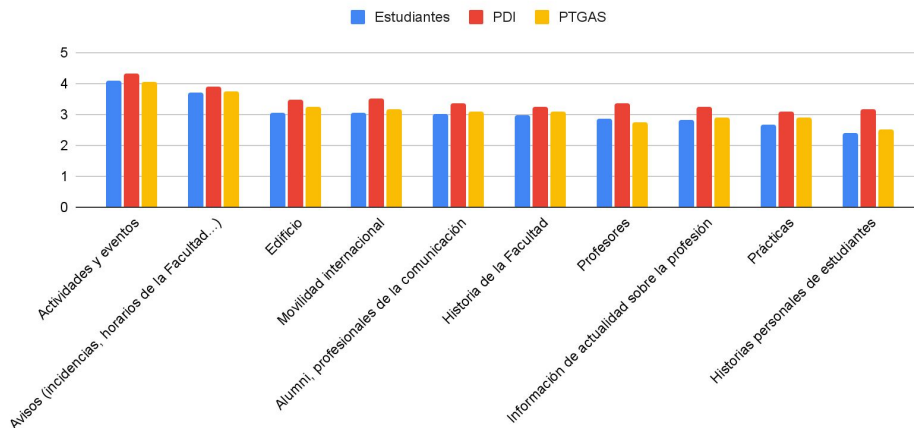
## Temas para comunicar

1. Orientación laboral y empleo; más mundo real
2. Info académica: actividades, estancias, eventos, concursos...
3. Historias, experiencias... ex-alumnos en el mundo laboral.
4. Proyectos estudiantiles
5. Funcionamiento interno de la Facultad
6. Más feedback estudiantes-Facultad
7. Redes de colaboración interdepartamentales, interfacultativas...
8. Debates de actualidad

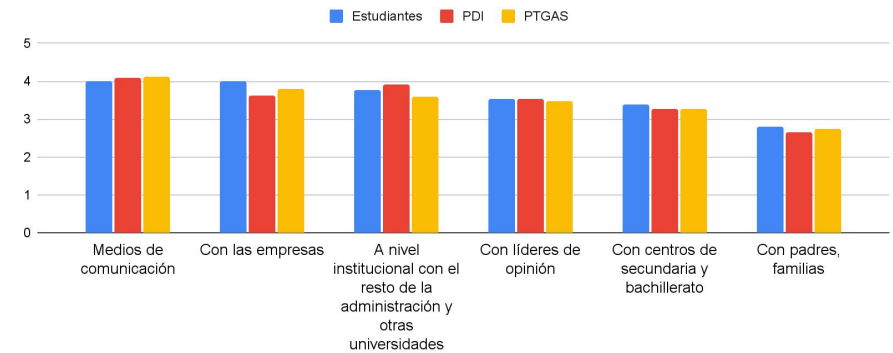
## Temas de interés en comunicación



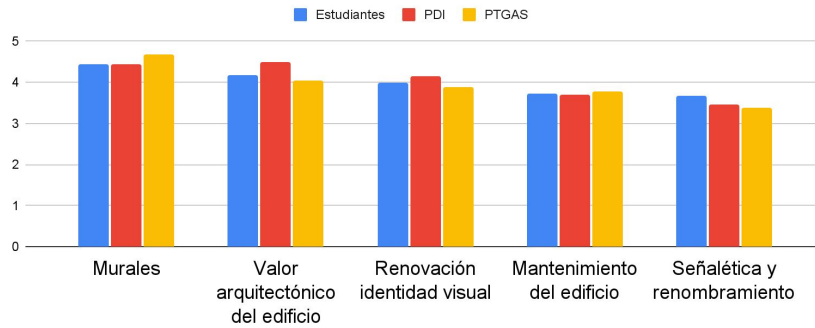
## Valoración de temas que se comunican (media sobre 5)



## Importancia de la labor de comunicación externa de la Facultad con cada público (valoración media sobre 5)



## Valoración de diferentes aspectos que correlacionan con la imagen de la Facultad (media sobre 5)



## Imagen interna y externa Propuestas de mejora (Estudiantes, PDI, PTGAS)

1. Contacto con empresas y mundo laboral (charlas,..)
2. Vuelta a los colores
3. Más murales, fomentar participación estudiantil en espacios de la Facultad
4. Visibilidad a asociaciones y proyectos estudiantiles
5. Mejora de servicios, materiales, recursos...
6. Contacto con otros centros educativos, profesionales...

## Conclusiones

1. La calidad académica es lo más valorado en un centro universitario de excelencia y se encuentra entre nuestros puntos mejor valorados en todos los sectores (3,5/5).
2. La formación actualizada a las necesidades del mercado, las prácticas y la relación con empresas del sector (a través de alumni, por ej.) están muy presentes entre las demandas de públicos externos e internos.
3. Hay muchas reivindicaciones de mejoras materiales, centradas en las aulas, los espacios y mayor accesibilidad de recursos materiales.
4. Identificación con UCM, hay poco sentido de pertenencia y poca participación estudiantil en actividades extracurriculares con mucho potencial creación de contenido.
5. Existe un desconocimiento de casi el 50% entre los estudiantes de la mitad de los servicios que ofrece la Facultad (especialmente Videofactoría, El Estudio y Escuela de Producción).
6. Necesidad de mejorar la web, más comunicación externa y desarrollar prescriptores (alumni).

Gracias