

RESOLUCIÓN DE ACREDITACIÓN N° 656

**Carrera de Publicidad
Universidad Central de Chile**

En base a lo acordado en la trigésima quinta sesión del Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de la Agencia Acreditadora AcreditAcción, de fecha 21 de marzo de 2017, la Agencia dictaminó lo siguiente:

VISTOS:

Lo dispuesto en la Ley 20.129 que establece un sistema de aseguramiento de la calidad de la educación superior; las resoluciones exentas DJ N° 013-4 de 07 de noviembre de 2014 y N° 016-4 de 12 de diciembre de 2014, ambas de la Comisión Nacional de Acreditación, CNA; la autorización de AcreditAcción para operar como agencia acreditadora, según las resoluciones de procesos de autorización de agencias N°94 de fecha 22 de julio de 2015 y N°101 de 13 de octubre de 2015 de la CNA; la resolución N° DJ 13-4 del 24 de noviembre de 2016 que aprueba el reglamento que fija el procedimiento para el desarrollo de los procesos de acreditación de pregrado por la CNA; los criterios de evaluación para carreras profesionales vigentes y validados por la CNA; el informe de autoevaluación de la Carrera Publicidad presentado por la Universidad Central de Chile, el informe de visita de verificación emitido por el comité de pares externos; las observaciones enviadas por la Institución al informe de los pares externos y los antecedentes analizados en la sesión N° 35, de fecha 21 de marzo de 2017 del Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de AcreditAcción.

TENIENDO PRESENTE:

1. Que la Carrera de Publicidad conducente al título profesional de Publicista y al grado académico de Licenciado en Publicidad de la Universidad Central de Chile se sometió al proceso de acreditación de carreras administrado por esta agencia en el marco de lo que señala la Ley 20.129.
2. Que con fecha 15 de julio de 2016, don Ricardo Napadensky Bauzá, el representante legal de la Universidad Central de Chile y don José Miguel Rodríguez Sáez, representante legal de AcreditAcción firmaron contrato para la acreditación de la Carrera.
3. Que el informe de autoevaluación de la Carrera fue recepcionado en la Agencia el 11 de agosto de 2016.

4. Que los días 05, 06 y 07 de diciembre de 2016 la Universidad fue visitada por un comité de pares externos designado por la Agencia y aceptado por la Institución.
5. Que con fecha 27 de diciembre de 2016 el comité de pares externos emitió un informe que señala las principales fortalezas y debilidades de la Carrera, teniendo como referentes de evaluación los Criterios de Acreditación para carreras profesionales y los propósitos declarados por la misma institución y su carrera.
6. Que dicho informe fue enviado a la Institución, para su conocimiento.
7. Que con fecha 16 de enero de 2016, la Institución envió a la Agencia un documento con sus observaciones y comentarios al informe del comité de pares externos.
8. Que la Dirección de Procesos de AcreditAcción envió a los integrantes del Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de la Agencia los documentos de evaluación relacionados con este proceso para el conocimiento y análisis de cada uno de los consejeros.
9. Que el Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de la Agencia se reunió, discutió y analizó todos los antecedentes anteriormente mencionados en su sesión N° 35 del 21 de marzo de 2017.

CONSIDERANDO:

Que los resultados de los procesos de autoevaluación y de verificación externa de la Carrera permiten identificar las siguientes principales fortalezas y debilidades, para cada una de las dimensiones de evaluación:

Dimensión N° 1: Perfil de Egreso y Resultados

1.1. Fortalezas:

- El perfil de egreso está actualizado, habiendo sido elaborado a través de un proceso participativo con actores internos y externos, buscando responder a los requerimientos que plantean tanto la sociedad, como la industria publicitaria.
- El perfil de egreso orienta la construcción del plan de estudios, definiendo áreas de dominio y competencias asociadas que permiten organizar las asignaturas y contenidos de manera coherente y secuencial, como también niveles de logro a través del desarrollo semestral de la Carrera. De su formulación se extraen cinco

áreas de dominio, las que tienen competencias asociadas que se vinculan con asignaturas del plan, en formación básica, especialización y profesionalización.

- El perfil de egreso es coherente con el sello institucional y el de la Facultad, declarando un compromiso con el país y con valores ciudadanos y específicos de la profesión, siendo coherente con la Misión y visión institucional al plantear una formación profesional integral, en un marco valórico y de servicio, atento a las necesidades de la sociedad.
- El plan de estudios está orientado por el perfil de egreso, que responde al modelo educativo institucional, con un enfoque basado en competencias, alineado a los propósitos definidos por la Unidad y por la Carrera, y adicionalmente con los propósitos institucionales.
- Se constataron procedimientos participativos para la revisión anual del plan de estudios, lo que favorece la actualización constante y coherente con el desarrollo de la disciplina y las demandas de la industria publicitaria.
- El plan de estudios incorpora actividades teóricas y prácticas, acercando a los estudiantes, de acuerdo a su etapa de desarrollo o avance curricular, al campo laboral y al ejercicio profesional.
- La Unidad establece claramente los criterios y mecanismos de admisión de los estudiantes, los que son de conocimiento público, ya que se encuentran en el sitio web institucional y en la folletería de admisión.
- La Carrera cuenta con procesos de admisión regular y especial, así como también existen normas claras relativas a los requisitos de graduación y titulación, las que están contenidas en los reglamentos.
- Se ha establecido un vínculo con empleadores para monitorear los procesos formativos y mantener centros de práctica y empleo para estudiantes y egresados.
- Al contar con una amplia base de datos, la Unidad ha logrado conocer el lugar de trabajo de sus egresados, la percepción que tienen de su proceso formativo, así como información respecto a lo que la industria de la publicidad está demandando en la formación de los nuevos profesionales, y actualizaciones necesarias, de manera de asegurar la vigencia profesional de los egresados.

1.2. Debilidades:

- No se observa una metodología formal de retroalimentación al plan de estudios a partir de la información que empleadores y estudiantes proporcionan, por ejemplo respecto a la práctica profesional. Si bien la Institución señala que la Carrera sí cuenta con una metodología de retroalimentación al plan de estudios, la que no se desconoce, esta carece del nivel de sistematicidad y formalidad que se requiere.

- No existe una determinación concreta de criterios de evaluación en la instancia de presentación y defensa del proyecto de investigación final ante la comisión de docentes. Si bien la Institución detalla el proceso, se detecta que no hay una pauta de evaluación conocida por los estudiantes para esta importante y final etapa académica. La Unidad reconoce esta debilidad, y se compromete a convocar un comité curricular para revisar estas observaciones y determinar acciones de mejora continua a implementar, en este aspecto.
- No se observa un sistema formal de apoyo académico al estudiante que oriente acciones tutoriales y establezca métodos de verificación de su avance. Si bien la Institución menciona el “Sistema de Alerta Temprana”, como método de seguimiento y monitoreo de asignaturas críticas, este no resulta suficiente para mejorar el rendimiento académico de los estudiantes.
- Se observa una oferta educativa muy reducida a nivel de postítulo, diplomados y postgrados para los egresados y la comunidad en general.
- Se detecta un incipiente desarrollo de la investigación, que debería fortalecerse a partir de la contratación de académicos con potencialidad de investigar. Si bien la Carrera estipula que se determinaron líneas de investigación pertinentes para ser abordadas, esto es aún incipiente y no se cuenta con una política explícita de carácter disciplinario de la escuela.

Dimensión N° 2: Condiciones Mínimas de Operación

2.1. Fortalezas:

- La Unidad cuenta con una adecuada estructura organizacional, administrativa y financiera para garantizar la gestión de la Carrera, sujeta a mecanismos que aseguran los recursos necesarios para el funcionamiento. Las responsabilidades están claramente definidas en la reglamentación correspondiente, constatándose que la administración de los recursos financieros está sujeta a una adecuada planificación, orientada por el Plan Estratégico Corporativo y el correspondiente Plan Estratégico de la Facultad.
- Dispone de un cuerpo docente altamente calificado, lo que se refleja en sus grados académicos y trayectoria profesional, en tanto sus responsabilidades corresponden a las representadas en el organigrama y a las expresadas en la reglamentación pertinente, lo que es reconocido por todos los estamentos.
- Los procesos y mecanismos para la selección, contratación y evaluación de los docentes están debidamente reglamentados. Ellos reconocen instancias de participación que contribuyen a una oportuna búsqueda de soluciones a problemas

académicos o administrativos, lo que contribuye a un clima laboral valorado por todos los estamentos y que aporta al logro de los propósitos de la Unidad y de la Carrera.

- La infraestructura institucional es adecuada, contando con salas, instalaciones y espacios que constituyen un aporte, desde el aspecto físico, al bienestar necesario para lograr los procesos formativos. Se dispone de equipamiento específico que favorece los procesos de enseñanza-aprendizaje, con salas de clases multimediales, salas de taller, unidades de edición, estudios de televisión, radio y fotografía y sistema de bibliotecas con una dotación de recursos bibliográficos en papel y digitales, suficientes para el número de estudiantes de la Carrera.

2.2. Debilidades:

- No se observan debilidades relevantes en esta dimensión.

Dimensión N° 3: Capacidad de Autorregulación

3.1 Fortalezas:

- Los objetivos de la Carrera son concordantes con la Misión de la Facultad y la Misión, visión y valores de la propia Universidad. De igual modo, se formulan objetivos comprensibles, se definen planes y proyectos y se planifica en el mediano y largo plazo, en sintonía con la visión institucional.
- Se observa una amplia participación de académicos, estudiantes, egresados y profesores en los procesos de autoevaluación y procesos de construcción del perfil de egreso, contándose con instancias de evaluación de los aspectos indicados y respondiendo a un proceso regular, orientado institucionalmente, como es la revisión periódica de los sustentos de las escuelas y de sus planes de estudio.
- El sistema de gobierno institucional está basado en la participación, lo que se replica en la Facultad y en la Carrera, contando con normativas y reglamentos claros y validados por la autoridad, que rigen el desarrollo en su más amplio aspecto.
- Los programas, recursos y equipamiento, están acordes con los propósitos de la Unidad y de la Carrera, siendo coherentes con el perfil de egreso declarado. El equipamiento es de un alto nivel, como reconocen los profesores, estudiantes y egresados, y es de uso cotidiano por estudiantes y docentes, tanto en horarios de clases como fuera de ellos.
- El proceso de autoevaluación se rigió por la normativa de la CNA, considerando la participación de actores internos y externos, fue bien organizado, lo que permitió identificar las fortalezas de la Carrera, así como aspectos por mejorar, los que

fueron consignados en un plan de mejora realista y con clara definición de objetivos, metas, indicadores, recursos y responsables.

3.2 Debilidades:

- El estamento estudiantil considera que la información sobre los procesos académicos no está debidamente focalizada hacia ellos, aunque reconocen que se encuentra disponible en los reglamentos.

SE ACUERDA Y DICTAMINA:

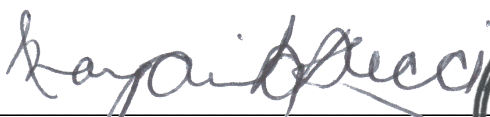
El Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de AcreditAcción acuerda, por la unanimidad de sus miembros presentes, que la Carrera de Publicidad de la Universidad Central de Chile **cumple con los criterios de evaluación y acreditación vigentes.**

Conforme a lo acordado por el Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de AcreditAcción y a las alternativas de acreditación vigentes, la Agencia **AcreditAcción acredita la Carrera de Publicidad de la Universidad Central de Chile, impartida en modalidad presencial y en jornada diurna en la sede institucional de Santiago; por un período de cinco (5) años, desde el 21 de marzo de 2017 hasta el 21 de marzo de 2022.**

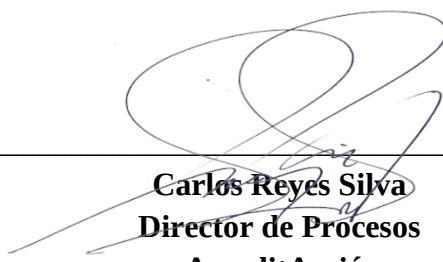
En el plazo señalado, la Carrera de Publicidad de la Universidad Central de Chile, conforme a la normativa vigente, podrá someterse a un nuevo proceso de acreditación, presentando un nuevo informe de autoevaluación y documentación anexa pertinente, al menos ciento veinte (120) días antes del vencimiento de esta acreditación, en cuyo caso serán especialmente consideradas las observaciones señaladas en este dictamen.

De conformidad a la resolución N° DJ 13-4 del 24 de noviembre de 2016, las instituciones de educación superior podrán interponer un recurso de reconsideración ante esta misma agencia, dentro del plazo de 05 días hábiles contados desde la fecha de notificación de este documento.

La institución deberá informar a la agencia de los cambios que afecten la oferta académica de la carrera durante la vigencia de su acreditación, de acuerdo a la normativa establecida por la CNA.


Margarita Ducci Budge
Presidente Consejo Área Ciencias Sociales
Acreditación




Carlos Reyes Silva
Director de Procesos
AcreditAcción

