

ACTA MESA DE TRABAJO Nº 1/2015

PETITORIO

Escuela de Publicidad

REUNIÓN CELEBRADA EL 7 DE JULIO DE 2015

En Santiago, 7 de julio de 2015, en la sala Auditorio Nº 2 de la Facultad de Comunicación y Letras, ubicada en Vergara Nº 240, siendo las 10:15 horas, se llevó a cabo la sesión de la primera Mesa de Trabajo, con la asistencia del Director de Escuela Cristián Leporati, la Secretaria de Estudios Marcela Rebolledo, la Coordinadora Académica Carol Frost, los académicos investigadores Claudio Garrido y Gabriel Argel, los académicos de Vinculación con el Medio Fernando Ariztía (Secretario de Acta) y Alejandro Ovalle, los profesores Daniel Carrasco y Esteban Murúa y los representantes del Centro de Alumnos Javiera Riquelme, Salvatore Mariani, Adolfo Vallejo y Diego Sandoval.

1. Temas tratados:

1. La Coordinadora Académica Carol Frost resume los procesos actuales que rigen el área de coordinación académica, haciendo énfasis en la competencia que los alumnos deben adquirir y la manera en cómo se alinean con los objetivos que se le plantean a los profesores. Además explica los instrumentos de control y evaluación a los que están sujetos los profesores y detalla brevemente el objetivo del claustro de académicos.
2. Los alumnos, a través de la presidenta del CEPU, Javiera Riquelme, plantean que si bien existe una metodología, ésta no es cien por ciento eficiente, ya que existe una evidente disparidad en ramos que son paralelos.
3. Los alumnos plantean la necesidad de ser parte de los procesos de sincronización de los profesores en términos de contenidos.
4. Cristian Leporati, Director de Escuela, plantea que el tener profesores part time, que se desarrollan con éxito en la industria publicitaria, es una oportunidad para los estudiantes ya que los acerca a posibilidades de mejorar su empleabilidad futura como también la experiencia de clases mejora en términos de praxis. Aunque este perfil de profesores tienen un costo, que es la debilidad pedagógica.
5. Los alumnos plantean la necesidad de estandarizar los ramos y capacitar a los profesores, especialmente en la especialización del área creativa. Además, se conversa sobre la necesidad de que todos los profesores entreguen su pauta de evaluación.

6. Carol Frost, le explica al CEPU el estudio de contenidos versus objetivos programáticos de los cursos; lo que quedó en ser presentado formalmente al CEPU, post exámenes. Como también, los claustros de profesores al inicio de cada semestre.
7. El académico investigador, Claudio Garrido, comenta que se acogen las preocupaciones académicas planteadas por los estudiantes, sin embargo, es fundamental que los alumnos asuman un compromiso de colaboración activa en las diferentes encuestas que se aplican.
8. Carol Frost comenta los procesos de capacitación que existen actualmente y que son impartidos por la Facultad de Educación.

2. Acuerdos Alcanzados:

1. Se destinarán encargados por cada una de las líneas académicas de la Escuela de Publicidad. Estos encargados trabajarán en equipo con el área de coordinación académica y participarán en diferentes instancias académicas con cada uno de los profesores que imparten los ramos de la línea.
2. Se realizará una inducción de tres sesiones obligatorias (a definir cantidades finales), que busca como objetivo mejorar el desempeño académico de los profesores nuevos en términos de evaluaciones y planificación de los ramos.
3. Se realizará una evaluación a los profesores nuevos, un mes después de iniciada su cátedra. Esta evaluación permitirá identificar posibles desviaciones y apoyar a los profesores a reforzar su metodología.
4. La Escuela de Publicidad enviará a todos los alumnos los nombres de los profesores acompañado de una breve característica sobre sus experiencias académicas y laborales. Esta acción se realizará un día antes de la toma de ramos, empieza a regir desde el segundo semestre 2015.
5. Por último, esta información se comunicará a través de las diferentes páginas web de la Escuela de Publicidad, como también en las redes sociales corporativas y del propio CEPU.
6. Los alumnos podrán informarse de la nota obtenida por un académico en la evaluación docente, solicitándosela a la secretaría académica.
7. El CEPU reunirá a los estudiantes para reforzar la importancia de ser más responsables con las evaluaciones que realiza la Escuela de Publicidad y Universidad, fortaleciendo la gestión con los CODES.
8. Se establecerá una jornada de trabajo en donde se presentará a los alumnos la malla curricular, sus contenidos y avance en el tiempo; junto al perfil del estudiante de la Escuela de Publicidad. Con el objeto de que los alumnos por año, tengan mayor claridad respecto de la malla y hacia donde apunta (perfil egreso).

No habiendo más materias que tratar, se levanta la sesión a las 12:00 horas.