

**ACTA MESA DE TRABAJO Nº 2/2015**

**PETITORIO**

**Escuela de Publicidad**

**REUNIÓN CELEBRADA EL 8 DE JULIO DE 2015**

En Santiago, 8 de julio de 2015, en la sala Auditorio Nº 2 de la Facultad de Comunicación y Letras, ubicada en Vergara Nº 240, siendo las 10:05 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, el profesor Daniel Carrasco y los representantes del Centro de Alumnos, liderada por su presidenta, Srta. Javiera Riquelme G.

**1. Temas tratados:**

1. Los alumnos, a través de la presidenta del CEPU, Javiera Riquelme, plantean que los electivos no son funcionales ya que por tope de horario no pueden seleccionarlos de acuerdo con sus necesidades académicas. Marcela Rebolledo, Secretaria de Estudios, señala que los cambios de horario pueden solicitarse formalmente. La asignatura que aluden tuvo muy baja demanda estudiantil, pese a que le calzaba a casi la mitad de la promoción. Una posibilidad para que no topen con ningún curso de la malla podría ser impartirlos en horarios donde es baja la probabilidad de que ocurra, es decir los días sábado o en horario vespertino; los representantes del CEPU consultarán este ítem con las bases.
2. Los alumnos plantean que los canales para la obtención de información académica formal son engorrosos. Se acuerda reforzar la comunicación y potenciarla a través de los distintos soportes que dispone la Escuela. Sin embargo los representantes de la Escuela manifiestan al CEPU la importancia de que los estudiantes sean más proactivos en la búsqueda de información porque los canales formales existen.

3. Los alumnos plantean la necesidad de fortalecer con ayudantes el ramo de Introducción al Diseño Gráfico ya que no se sienten preparados para realizar los trabajos que los profesores solicitan. La Escuela asume que en esa asignatura no debió reforzarse el uso de software, ya que es más bien conceptual, pero que corregirá la desviación. La Coordinadora Académica señala que se reunirá con los profesores encargados para coordinar con ellos el fiel cumplimiento del programa.
4. Claudio Garrido plantea que la Escuela exigirá, a través de los académicos, que los trabajos se realicen utilizando al máximo la infraestructura que posee la facultad, estudios de fotografía, radio, edición, etc.
5. Para mantener una correcta coordinación, los profesores que la utilizarán, deberán realizar una planificación con tiempo del uso de esta infraestructura, de manera que permita una buena coordinación con las otras Escuelas de la Facultad y con los responsables de administrar esas salas.
6. Se recuerda que el Cepu tiene el derecho a llamar a Consejo de Escuela si lo estima necesario, como cualquier miembro del Consejo.

## **2. Acuerdos Alcanzados:**

1. Se ampliarán los medios de comunicación para que los alumnos tengan mayores posibilidades de acceder a la información formal que se requiere, por ejemplo, toma de especialidades, taller de titulación, ramos Pre-requisitos, créditos necesarios para titulación, etc. Se implementará un proceso que, además de mantener los medios ya existentes, publicará en la página web que administra el área de vinculación con el medio ( Buzz ) y en la página oficial del CEPU. Estos últimos equipos trabajarán en coordinación para la subida y actualización de la información que emita la Escuela de Publicidad. El mes de Julio la Secretaria de Estudios enviará documentos para que se publiquen en los medios ya existentes y en las plataformas mencionadas con anterioridad.
2. Se realizará una charla al iniciar cada semestre donde se explicarán los ramos pre-requisitos y otros aspectos formales de la Escuela de Publicidad.
3. La Escuela de Publicidad, a través del área de coordinación académica, será la encargada de coordinar con los profesores la proyección anticipada de las herramientas necesarias (fotografía, radio, televisión, edición, etc.) para el buen desempeño de los ramos.
4. De estimarse necesario, los alumnos pueden pedir a la secretaria de estudios un ayudante para la cátedra. Lo dicho, es paralelo a la petición que hacen los profesores al respecto, cada inicio de semestre.
5. Se debe reforzar en los académicos, la relevancia que las pautas de evaluación y retroalimentación poseen en el correcto desarrollo pedagógico de las cátedras.

6. El área de coordinación académica solicitará a los profesores entregar una pauta obligatoria de evaluación anterior y posterior a cada solemne y examen. Esta debe separar claramente la solicitud o requerimiento y la evaluación asociada a ésta.
7. A los académicos que pretendan desarrollar casos para clientes reales, se les solicitará la firma de un acuerdo, contrato o convenio donde se evidencien los beneficios que obtendrán los alumnos. Esta medida pretende resguardar la propiedad intelectual.
8. El área de coordinación académica, en conjunto con el jefe de línea designado, revisará los programas pertinentes para insertar materias asociadas a introducción de la economía y macroeconomía.
9. Cristian Leporati junto a la coordinación académica supervisarán que se fortalezcan conceptos de microeconomía en los ramos que corresponda, particularmente Marketing Estratégico.
10. Se incorporará especialmente en los programas de las asignaturas de taller, materias que dicen relación con el código de Ética publicitaria, temática que será sumada como ítem en las respectivas evaluaciones.
11. Los jefes de línea que sean designados tendrán incidencia en la selección de los profesores nuevos.
12. La Escuela de Publicidad, a través de su director Cristian Leporati, presentará la cuenta anual al finalizar el periodo académico.
13. Los consejos de escuela se informarán con 5 días hábiles antes de su ejecución. Esta información se acompañará de una minuta en la que se detallen los puntos que se abordarán. El Cepu agregará a esta minuta los puntos que estimen pertinentes.
14. Los consejos de escuela se consideran instancias resolutorias.
15. Todas las medidas mencionadas anteriormente se revisarán y evaluarán al final del periodo académico, en esta evaluación participarán representantes del CEPU como de la Escuela de Publicidad.

No habiendo más materias que tratar, se levanta la sesión a las 13:45 horas.