

**RESOLUCIÓN DE ACREDITACIÓN N° 686**  
**Carrera de Publicidad**  
**Universidad de Santiago de Chile**

En base a lo acordado en la trigésima octava sesión del Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de la Agencia Acreditadora AcreditAcción, de fecha 22 de junio del 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 de Santiago 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° 38, de fecha 22 de junio 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 Comunicación Publicitaria de la Universidad de Santiago 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 27 de julio de 2016 don Juan Manuel Zolezzi Cid, el representante legal de la Universidad de Santiago 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 19, 20 y 21 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 09 de enero de 2017 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 08 de marzo de 2017 la Institución envió a la Agencia un documento con sus observaciones y comentarios al informe del comité de pares externos.
8. Que la Coordinación Académica 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° 38 del 22 de junio 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**

El perfil de egreso está formulado de manera explícita, clara y completa, paralelamente se encuentra alineado con el modelo educativo institucional y con el plan de estudio. Además el perfil de egreso recoge la tradición institucional de la Carrera, ordenando y actualizando sus aspectos claves, de acuerdo con la evolución de la industria publicitaria, en un proceso participativo que ha considerado la opinión de actores internos y externos. No obstante, se observa que si bien a través de la reglamentación derivada del PEI y del modelo educativo institucional, la Universidad impulsa los procesos de revisión del perfil de egreso, en reunión con los directivos del Departamento y de la Carrera se constató que se trata de procesos lentos, derivados de la cantidad de instancias que deben pronunciarse, propias de su condición de Universidad estatal.

El currículo de la Carrera está estructurado en función del perfil de egreso, demostrado en la matriz de análisis de consistencia con las asignaturas que componen el plan de estudios. De forma paralela, se constata la consistencia con los principios y objetivos de la Unidad, y con la misión institucional, respondiendo a los objetivos estratégicos y valores declarados con un marcado sello social.

Cada una de las asignaturas que compone el plan de estudios, tributa a éste en las áreas principales de conocimiento, en las habilidades-destrezas profesionales y en las actitudes y valores. Además las asignaturas abordan las competencias vinculadas al desempeño profesional y las de carácter general y complementario. Adicionalmente se observa la existencia de mecanismos que aseguran la revisión periódica del currículo de la Carrera, en un proceso participativo, apoyado por la Institución.

La Universidad y el Departamento cuentan con criterios y mecanismos claros de admisión, los que son de conocimiento público, y difundidos a través de distintos canales.

Existen mecanismos de evaluación que permiten comprobar el logro de los objetivos establecidos, permitiendo la toma de decisiones oportunas, lo que se evidencia en una alta tasa de retención.

La Carrera establece vínculos con los empleadores, lo que favorece los procesos de práctica profesional y actividades formativas mediante casos reales, contribuyendo a la inserción laboral. Sin embargo, se observan aisladas las consultas al medio externo profesional y empresarial del área de interés, con motivos propiamente curriculares, por lo que se plantea la necesidad de sistematizarlas, para contar con un aporte regular que enriquezca los procesos formativos.

Cabe señalar que la Carrera cuenta con mecanismos de seguimiento de egresados, sin embargo se requiere sistematizar el proceso de seguimiento, con el propósito de retroalimentar de manera constante los procesos formativos, así como, se necesita sistematizar la relación con los empleadores, para propiciar un diálogo fluido acerca de los profesionales formados por la Institución y las necesidades que plantea la industria publicitaria.

Se cuenta con normativa que promueve e incentiva la actualización y el perfeccionamiento de los académicos y profesores, con oferta interna y apoyo a las actividades que se desarrollan en forma externa, según pertinencia y disponibilidad de recursos. No obstante, se requiere fortalecer la investigación sobre la disciplina y la profesión, y en función de ello, consolidar un equipo de investigadores.

Otro punto a considerar, es la necesidad de sistematizar la Vinculación con el Medio para instalarla con regularidad en asignaturas y proyectos de investigación.

## **Dimensión N° 2: Condiciones Mínimas de Operación**

La estructura organizacional de la Carrera de Publicidad está claramente definida, contando con un equipo académico calificado, con un fuerte grado de compromiso frente a los requerimientos de la Unidad, situación que es altamente valorada por los estudiantes. Asimismo cuenta con personal administrativo apropiado para la realización de sus funciones.

La Carrera de Publicidad cuenta con un presupuesto adecuado para el desarrollo de sus actividades, permitiéndole cumplir las prioridades definidas en la planificación estratégica del departamento de Publicidad e Imagen. No obstante, la Carrera no logra un buen resultado en el área de la investigación, ya que no se establecen objetivos al respecto, y los datos en relación a esta área, son escasos y esporádicos, por lo que la investigación no representa un aporte sustantivo a la disciplina.

Se observa la existencia de mecanismos normados, claros y de público conocimiento para la selección y contratación de profesionales y académicos. Sin embargo, la cantidad de académicos de jornada completa resulta insuficiente para llevar a cabo los objetivos de desarrollo propuestos por la Unidad, especialmente los que dicen relación con el ámbito de la gestión, la investigación y la asistencia técnica.

Se observa un esfuerzo por parte de la Carrera para actualizar y renovar los recursos de apoyo para la docencia, acción que se ha intensificado en los últimos años, producto de los procesos de autoevaluación y de los requerimientos y demandas por parte de estudiantes y profesores. Sin embargo, el Departamento no cuenta con mecanismos que permitan a sus académicos participar en proyectos interinstitucionales, los que permitirían compartir experiencias más amplias y fomentar esta relación en favor de la calidad de la formación de los profesionales del rubro.

Se valora que el Departamento dispone de una amplia gama de servicios para atender las necesidades socioeconómicas, personales y de salud de los estudiantes, al tiempo que se cuenta con posibilidades y opciones para la práctica de deportes y actividad física.

Un aspecto a considerar es que el Departamento debe cautelar ofrecer dentro de su gama de servicios, instalaciones que sean accesibles a académicos, estudiantes y administrativos minusválidos, las que hasta ahora son insuficientes.

Respecto a los recursos para la enseñanza se evidencia que el porcentaje de cobertura de la bibliografía básica contemplada en el plan de estudios de la Carrera es insuficiente, abarcando solo el 66%.

### **Dimensión N° 3: Capacidad de Autorregulación**

La fuerte institucionalidad universitaria se hace presente en cada instancia de la Carrera, orientando su devenir y su propósito. Además el perfil de egreso se encuentra alineado con la misión, visión y propósitos de la Carrera y la Universidad.

La estructura universitaria y de la Carrera establece mecanismos claros y definidos para la evaluación periódica y sistemática de los procesos académicos y posee una reglamentación clara y precisa sobre su funcionamiento, derechos y deberes, entregando información clara y adecuada hacia la comunidad universitaria y hacia el medio externo.

El Departamento no muestra evidencias tangibles de la efectividad de los procesos de titulación y práctica profesional actual, debido a que el nuevo plan de estudios no ha terminado de implementarse a cabalidad.

El informe de autoevaluación logra identificar las fortalezas del Departamento y enumera las debilidades a través de un plan de mejoras aplicable, así como, reconoce una serie de aspectos que hacen del proceso y el posterior informe de autoevaluación, una instancia crítica que se enmarca en una realidad de mejora continua impulsada como política institucional y del departamento. Sin embargo, se observa una falta de conocimiento del informe de autoevaluación y sus resultados, por parte de egresados y empleadores, como también de algunos estudiantes.

El Departamento requiere de una mayor coordinación en la supervisión de la aplicación de los programas de estudio, por distintos profesores de una misma asignatura, de manera de salvaguardar la correcta ejecución del ramo y la entrega de contenidos uniformes en todas las secciones establecidas.

Otro punto a considerar es que el Departamento debe fortalecer aún más la vinculación con el medio ya que ésta es aún incipiente.

#### **SE ACUERDA Y DICTAMINA:**

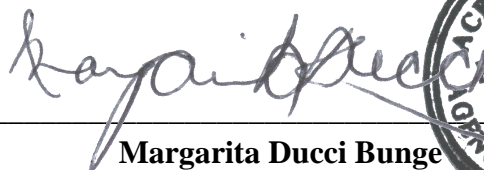
El Consejo de Evaluación y Acreditación del Área de Ciencias Sociales de AcreditAcción acuerda, por la unanimidad de sus miembros presentes, que la Carrera de Publicidad de la Universidad de Santiago de Chile **cumple con los criterios de evaluación y acreditación vigentes.**

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 de Santiago 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 22 de junio de 2017 hasta el 22 de junio de 2022.

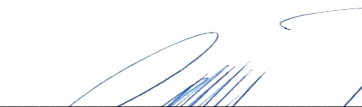
En el plazo señalado, la Carrera de Publicidad de la Universidad de Santiago de Chile, conforme a la normativa vigente, podrá someterse a un nuevo proceso de acreditación, presentando un nuevo informe de autoevaluación y documentación anexa pertinente, al menos ciento veinte (120) días antes del vencimiento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

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 Bunge**  
**Presidente Consejo Área**  
**Ciencias Sociales**  
**Acreditación**



**Carolina Beiza Espinoza**  
**Coordinadora Académica**  
**AcreditAcción**

