

ACUERDO N° 2016-005

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES

En sesión del Consejo de Acreditación del Área de Artes y Arquitectura de la Agencia Acreditadora Aespigar, realizada el día 28 enero 2016 se acuerda lo siguiente:

En función de la autorización oficial entregada por la Comisión Nacional de Acreditación a la Agencia Acreditadora Aespigar, para realizar la acreditación de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, en el marco de la Ley 20.129 y sus reglamentos.

VISTOS:

De acuerdo a lo establecido en la Ley 20.129, los criterios de evaluación de carreras profesionales sancionados por la Comisión Nacional de Acreditación CNA 2007 y la “Operacionalización criterios de evaluación en procesos de acreditación” CNA 2007.

TENIENDO PRESENTE:

1. Que la carrera de Diseño Gráfico Publicitario impartida por el Instituto Profesional Los Leones se sometió voluntariamente al sistema de acreditación de carrera administrado por la Agencia Acreditadora Aespigar.
2. Que dicho sistema cuenta con normas y procedimientos para la acreditación de carreras profesionales definidos por la Comisión Nacional de Acreditación CNA 2007 y la “Operacionalización criterios de evaluación en procesos de acreditación” CNA 2007.
3. Que con fecha 30 octubre 2015, la carrera de Diseño Gráfico Publicitario presentó el Informe de Autoevaluación que imparte el Instituto Profesional Los Leones, de acuerdo a las normas establecidas por la CNA.
4. Que con fecha 2, 3 y 4 de diciembre 2015, la carrera fue visitada por un Comité de pares evaluadores externos designado por la Agencia Acreditadora Aespigar.
5. Que con fecha 7 de enero 2016, el Comité de Pares Evaluadores externos emitió un informe que señala las principales fortalezas y debilidades de la carrera, teniendo como

parámetros los criterios de evaluación para las carreras de profesionales definidos por la Comisión Nacional de Acreditación y los propósitos declarados por el mismo programa.

6. Que dicho informe fue enviado con fecha 8 de enero 2016, a la carrera de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Profesional Los Leones para su conocimiento.
7. Que con fecha 20 de enero 2016, la carrera de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Profesional Los Leones comunicó a la Agencia sus comentarios y observaciones respecto al informe elaborado por el Comité de Pares Evaluadores externos.
8. Que cada miembro del Consejo de Acreditación de la Agencia Acreditadora Aespigar, analizó todos los antecedentes anteriormente mencionados y en su sesión de fecha 28 de enero 2016 llegó a acuerdo de acreditación.

CONSIDERANDO: Que a juicio del Consejo de Acreditación del Área de Artes y Arquitectura, la carrera de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Profesional Los Leones presenta fortalezas y debilidades que se sintetizan a continuación respecto de las siguientes dimensiones de evaluación:

FORTALEZAS DE LA CARRERA.

1. DIMENSIÓN PERFIL DE EGRESO Y RESULTADOS.

1.1. Perfil de Egreso.

El perfil de Egreso está formulado atendiendo a la declaración de conocimientos, habilidades y actitudes que las y los estudiantes de la carrera deberían recibir y desarrollar en su ámbito más general.

El Perfil de Egreso es elaborado y reconocido por la comunidad docente, que se compromete a trabajar coordinadamente con Dirección y, se ha validado a través de encuestas con los distintos estamentos.

1.2. Estructura Curricular.

Se constata la existencia de diversas herramientas para monitorear y regular permanentemente los programas y su efectividad, a través de mecanismos participativos y de control periódico y semestral de los programas, tales como revisión de carpetas docentes, bitácoras docentes y autoevaluación docente.

La carrera cuenta con un Comité Académico, con tareas y atribuciones declaradas, que sesiona regularmente con registro de actas; al mismo tiempo se consigna la motivación y compromiso del cuerpo docente de participar, promover y favorecer políticas de mejoramiento en este sentido.

1.3. Efectividad del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje.

En la carrera existen claros mecanismos de evaluación y seguimiento curricular.

Se aplica un oportuno plan institucional de asistencia psicopedagógica de nivelación de condiciones de entrada de los y las estudiantes, considerando el perfil de entrada.

1.4. Resultados del Proceso Formativo.

Existen en la carrera, herramientas para efectuar seguimiento de egresados y mantener relación con empleadores.

La carrera aplica herramientas para monitorear la evolución de la admisión, egreso y retención de las y los estudiantes.

1.5. Vinculación con el Medio.

Se observa que la carrera mantiene una fuerte Vinculación con el Medio social y laboral en que la Institución está posicionada geográficamente, es decir, con PYMES del sector y algunas reparticiones gubernamentales.

La carrera identifica, conoce y analiza su entorno significativo y considera dicha información para la planificación de sus actividades, en particular la articulación de eventos y estrategias de evaluación que vinculan a las y los estudiantes con clientes reales.

FORTALEZAS DIMENSIÓN 2. CONDICIONES MÍNIMAS DE OPERACIÓN.

2.1. Estructura Organizacional, Administrativa y Financiera.

Existe un Equipo de Carrera, constituido por un Comité Académico con roles y responsabilidades claramente definidas.

Existen mecanismos al interior de la carrera para organizar el presupuesto y llevar el control presupuestario.

2.2. Recursos Humanos.

Existen instancias reconocidas de perfeccionamiento y desarrollo docente otorgados por la propia institución.

La carrera ha establecido un perfil académico específico por asignatura, para la selección de los docentes.

2.3. Infraestructura.

La carrera ofrece laboratorios y talleres de uso exclusivo para sus estudiantes y con capacidad de dar solución a sus necesidades académicas.

Estudiantes diurnos y vespertinos tienen acceso por igual a las instalaciones de la institución.

FORTALEZAS DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE AUTORREGULACIÓN.

3.1. Propósitos.

La carrera cuenta con un grupo de directivos y académicos, con normativas, sistema de registros y evaluación del programa que imparte, definiendo estándares de egreso según el perfil de egreso conocidos por los diferentes integrantes de la comunidad académica.

La carrera se encuentra en un potencial ambiente académico con otras disciplinas, para ampliar, retroalimentar y estimular la creación intelectual, un espíritu de búsqueda más amplio acorde a una comunidad profesional universitaria. Se observa un plan de estudio con objetivos de aprendizaje declarados, rúbricas de evaluación, sistemas de registro.

3.2. Integridad Institucional.

La carrera cuenta con un perfil, propósitos y reglamentación claros, conocidos por el cuerpo académico y estudiantes.

La carrera mantiene coherencia entre sus condiciones de infraestructura, servicios y recursos con el desarrollo de su propósito.

3.3. Informe y Proceso de Autoevaluación.

La unidad contempló la participación de los diferentes actores, estamentos internos y externos, en los procesos de autoevaluación.

Existe alineamiento y conocimiento del Informe de Autoevaluación y sus conclusiones generales por parte los diferentes estamentos.

DEBILIDADES DE LA CARRERA.

DIMENSIÓN 1. PERFIL DE EGRESO Y RESULTADOS.

1.1. Perfil de Egreso.

El Perfil de Egreso plantea una indefinición que se expresa en sus primeras líneas por una marcada declaración hacia la publicidad y que en un segundo párrafo se orienta al diseño gráfico integral; tanto la malla curricular como el universo laboral al que se dirigen las actividades del egresado, recogen con mayor énfasis un perfil de diseñador que se desempeña en variadas tareas de comunicación y producción gráfica.

Se observa debilidad en la información de retroalimentación desde el ámbito de empleadores y egresados para la elaboración y validación del perfil de egreso. Si bien es cierto existen instrumentos tales como encuestas, orientadas a recoger información de estos estamentos, las muestras que se aplicaron son reducidas y sus resultados no están documentados a través de un recurso metodológico o sistemático, para que estas opiniones puedan incidir en la elaboración del perfil.

1.2. Estructura Curricular.

Se observan inconsistencias entre la declaración de uso de un modelo de formación por competencias y la aplicación operacional de éste. Dicha inconsistencia se comprueba en la coincidencia de subcompetencias que se leen en las tres líneas de saberes, definidas en la malla para el ordenamiento curricular; de acuerdo a la diversidad de sus contenidos, ellas debieran ser distintas.

Se observan inconsistencias en relación a las asignaturas que comparecen en la malla y la orientación publicitaria declarada en el nombre de la carrera y su perfil de egreso. Asignaturas y temáticas de los talleres se orientan a un diseño gráfico integral, más que a un diseño gráfico publicitario.

1.3. Efectividad del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje.

La correcta gestión de los recursos de infraestructura en su dimensión talleres, laboratorios y estudio fotográfico, se ve amenazada debido a la gran demanda generada por una gran población estudiantil, que no cuenta para su satisfacción, con un acceso suficiente fuera de las horas lectivas, efecto que se agrava en el horario vespertino, debido a la dificultad que presentan las y los estudiantes, para desarrollar proyectos en sus hogares.

La carrera no presenta un análisis exhaustivo de los procesos de titulación que ayude a establecer un plan que favorezca su logro en los tiempos establecidos.

1.4. Resultados del Proceso de Formación.

Si bien la carrera cuenta con herramientas para monitoreo y seguimiento aún no se implementan sistemáticamente para obtener información que contribuya significativamente a las decisiones curriculares.

El análisis del proceso de formación no conduce a decisiones que impacten de modo significativo en actualizar y perfeccionar los planes y programas de estudio o impulsen actividades de actualización de los egresados.

1.5. Vinculación con el Medio.

Débil integración a nivel profesional y disciplinaria al medio nacional e internacional que la carrera requiere en relación a su Perfil de Egreso publicitario y la necesaria vinculación a empresas e instituciones que requieren servicios publicitarios a nivel masivo o industrial.

La carrera realiza regularmente actividades anuales vinculadas con campos tales como el cómic, exposiciones de trabajos de sus docentes en el ámbito de la expresión visual o la fotografía; si bien son actividades interesantes para la formación de las y los estudiantes, éstas no tienen un alcance directamente gráfico-publicitario; se considera necesario avanzar hacia una política propia que le otorgue mayor autonomía a la carrera para planificar, organizar y desarrollar actividades orientadas al perfil del diseño publicitario que se ha dado.

DEBILIDADES DE DIMENSIÓN 2. CONDICIONES MÍNIMAS DE OPERACIÓN.

2.1. Estructura Organizacional, Administrativa y Financiera.

La tendencia de los últimos años, a la baja en la matrícula, puede amenazar la estructura presupuestaria de la carrera. La carrera no presenta un plan de contingencia ante esta amenaza.

2.2. Recursos Humanos.

Se evidencia un esfuerzo por parte de la Institución de realizar acciones de motivación y perfeccionamiento docente, acciones aún insuficientes para reconocer la existencia de una carrera docente.

Si bien existen las instancias de perfeccionamiento docente otorgadas por la Institución (seminarios, cursos y diplomados), no redundan necesariamente en una mejora en la situación contractual de los docentes.

2.3. Infraestructura, Apoyo Técnico y Recursos para el Aprendizaje.

Los recursos bibliográficos disponibles para las y los estudiantes son insuficientes en cuanto a número copias por ejemplar, en relación a la cantidad de alumnos.

Si bien la carrera cuenta con un laboratorio de Fotografía de uso exclusivo, no cuenta con un docente responsable a cargo, en un horario conveniente para las y los estudiantes, situación que les impide disponer de éste para desarrollar proyectos y trabajos propios de la carrera, fuera de su horario de clases.

DEBILIDADES DE DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE AUTORREGULACIÓN.

3.1. Propósitos.

En los sistemas de registros (actas, cuadernos, bitácoras, etc.) se observa una falta de orden, análisis y reflexión sobre los procesos académicos, que permitan a la carrera establecer fortalezas y debilidades que faciliten la implementación de mejoras continuas.

No se observan actividades que fomenten el intercambio multidisciplinario al interior de la Institución donde se inserta la carrera, que permitan ampliar las experiencias de aprendizaje de las y los estudiantes, estimulen la creación intelectual y espíritu de búsqueda.

3.2. Integridad.

Dadas las condiciones de infraestructura mencionadas por las y los estudiantes de la carrera, se observa que carecen de espacios suficientes para el trabajo autónomo en la Institución, fuera de las horas lectivas presenciales.

3.3. Proceso de Autoevaluación e Informe.

El número reducido de casos consultados en algunos estamentos para el proceso de autoevaluación, las consultas carecen de representatividad.

Se observa una falta de análisis y autocrítica por los diferentes estamentos respecto de los diversos criterios de autoevaluación, determinando una visión precaria de las debilidades.

En consecuencia, analizados la totalidad de los antecedentes reunidos durante el proceso de acreditación, el Consejo de Área correspondiente considera que la carrera de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Profesional Los Leones, cumple con los criterios de evaluación definidos para la acreditación, en el marco de la Ley 20.129 sobre Calidad de la Educación Superior.

Y conforme a las alternativas de juicio consideradas, el Consejo de Área de Artes y Arquitectura de Aespigar, **ACUERDA** por la unanimidad de sus miembros presentes acreditar la carrera de **Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Profesional Los Leones** que otorga el título profesional de Diseñador Gráfico Publicitario y que es impartida en la ciudad de Santiago bajo la modalidad presencial en jornadas diurna y vespertina, por un plazo de **TRES AÑOS desde el 16 DE FEBRERO 2016 al 16 DE FEBRERO 2019.**

La carrera podrá presentar un Recurso de Reposición, en cuyo caso las observaciones serán especialmente consideradas por parte del Consejo de Área de Artes y Arquitectura de Aespigar.

Por disposición de la CNA, el Instituto deberá informar oportunamente a esta Agencia los cambios que pudiesen hacerse, ya sea en su modalidad, jornadas y sede en que se imparte la carrera acreditada.


Manuel Garayzar
Director Ejecutivo
Agencia Aespigar S.A.




M. Mercedes Herrera Rocuant
Directora Académica
Agencia Aespigar S.A.



Santiago, 29 enero 2016.