



Ocupadors

OCUPABILITAT I FORMACIÓ UNIVERSITÀRIA EN L'ÀMBIT DE COMUNICACIÓ



AQU CATALUNYA



OCUPABILITAT I FORMACIÓ UNIVERSITÀRIA EN L'ÀMBIT DE COMUNICACIÓ

Barcelona 2022

© Autor: Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, 2022
C. d'Enric Granados, 33
08007 Barcelona

Elaboració: José Luis Mateos González

Amb la col·laboració de: Anna Prades Nebot i Jaume Valls Pasola

Primera edició: juliol de 2022

El contingut d'aquesta guia està subjecte a la llicència d'[Ofertament al Domini Públic \(CC0 1.0 Universal\)](#) de Creative Commons. Es permet copiar, modificar, distribuir l'obra i fer-ne comunicació pública, fins i tot amb finalitat comercial, sense demanar cap mena de permís.



Col·laboradors



ÍNDEX

| | |
|---|----|
| RESUM EXECUTIU..... | 7 |
| INTRODUCCIÓ | 9 |
| INDICADORS DE LES TITULACIONS DE L'ÀMBIT DE COMUNICACIÓ..... | 11 |
| Dades bàsiques de les titulacions..... | 11 |
| Satisfacció amb la formació universitària de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació | 14 |
| Inserció laboral de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació..... | 19 |
| L'opinió del col·lectiu ocupador sobre la formació de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació..... | 24 |
| CONCLUSIONS | 39 |
| FITXA TÈCNICA..... | 41 |
| REFERÈNCIES | 42 |

RESUM EXECUTIU

Aquest informe ofereix una mirada transversal sobre els graus en **Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques**. S'analitzen dades que recullen la perspectiva de grups d'interès —*alumni* i empreses i organitzacions que contracten persones graduades— sobre l'ocupabilitat de les persones graduades: les enquestes de **satisfacció, inserció laboral i opinió del col·lectiu ocupador**. A més, es recullen dades bàsiques sobre les titulacions analitzades: oferta i demanda, i distribució de matrícules per sexe biològic.

Tot seguit s'exposen les troballes principals d'aquest informe.

Pel que fa a l'oferta i la demanda:

- > A les universitats públiques, la demanda per estudiar les titulacions analitzades supera amb escreix l'oferta de places. El 2021, la demanda superava l'oferta de places en un 51% a Comunicació Audiovisual, un 47% a Periodisme i un 89% a Publicitat i Relacions Públiques.

Quant a la satisfacció amb la formació rebuda i la inserció laboral de les persones graduades de les titulacions analitzades, s'observa que:

- > Les persones graduades en aquestes titulacions tendeixen a tenir una satisfacció global amb les seves titulacions inferior a la mitjana de tots els graus del sistema universitari de Catalunya (SUC). Amb tot, les persones graduades en Periodisme i en Comunicació Audiovisual estan més satisfetes que el global del SUC amb les pràctiques externes i el TFG, respectivament.
- > Pel que fa a la seva inserció laboral, les persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques tenen una millor ocupació que el global del SUC. A Comunicació Audiovisual, la inserció laboral de les persones graduades en termes de salari i tipologia de contracte tendeix a ser pitjor que la del global del SUC. No s'observen diferències significatives entre els indicadors de Publicitat i Relacions Públiques i el global del SUC.

En relació amb el col·lectiu ocupador que ha respost l'enquesta:

- > Quant a la contractació, 4 de cada 10 empreses han tingut dificultats per trobar el perfil adequat. Aquest fet el destaquen sobretot les entitats que contracten persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques (53%). Un percentatge més baix d'entitats que contracten persones graduades en Comunicació Audiovisual (31%) i Periodisme (26%) reporten dificultats en la contractació. La causa principal d'aquestes dificultats és la manca de persones amb les competències necessàries.

Respecte de l'opinió del col·lectiu ocupador sobre la formació universitària:

- > Les entitats ocupadores valoren positivament —a la ratlla de 7 sobre 10— les competències de les persones graduades i estudiants en pràctiques de l'àmbit de Comunicació.

- > Destaquen la necessitat de millorar la capacitat i l'habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius.
- > Pel que fa a les entitats que contracten persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques, reporten la importància de treballar més les capacitats de dissenyar campanyes de comunicació persuasiva.
- > Un terç de les entitats ocupadores de totes les titulacions destaquen la necessitat de millorar l'habilitat per exposar raonadament idees i arguments.
- > S'observa que les competències més treballades durant el període de pràctiques són aquelles que el col·lectiu ocupador assenyalava que més s'han de treballar, cosa que reforça la idoneïtat i la complementarietat de les pràctiques com a element clau de la formació universitària.
- > Les competències que adquiriran més importància segons el col·lectiu ocupador són les vinculades a les TIC, amb un èmfasi especial en la rellevància del coneixement avançat de les xarxes socials, l'anàlisi del trànsit web i l'anàlisi de dades. També es destaca la importància actual i futura de les tècniques de comunicació persuasiva.

INTRODUCCIÓ

L'expansió dels sistemes universitaris de Catalunya i d'arreu ha intensificat la diversificació de les funcions que duen a terme les universitats, que s'han convertit en institucions que traspassen el seu rol històric associat a la docència i la recerca. Avui en dia ens referim de manera habitual a quatre missions: docència, recerca, innovació i servei a la societat (COMISSIÓ EUROPEA, 2022). L'emergència de l'anomenada "societat del coneixement", associada a aquesta expansió, ha emfatitzat el rol que tenen les universitats en **l'ocupabilitat de les persones graduades**, entesa no tan sols com l'obtenció de feina —que pot dependre més de la conjuntura econòmica i de les polítiques d'ocupació—, sinó també com la capacitat per part de les universitats de dissenyar "formació d'un perfil que respongui a les competències i les qualificacions sol·licitades en el mercat laboral" (RODRÍGUEZ ESPINAR et al., 2007, 338).

La insistència en les anàlisis dels perfils d'ocupabilitat de les persones graduades també coincideix amb l'aparició d'exigències de rendició de comptes cap a sistemes universitaris expansius que requereixen un increment de despesa pública. Per consegüent, té sentit que les agències de qualitat universitària posin a la disposició de la comunitat universitària un conjunt de recursos que permetin avaluar la qualitat i l'impacte de l'educació superior des de la perspectiva de l'ocupabilitat (BRENNAN, 2018). En aquesta direcció, una de les línies estratègiques d'AQU Catalunya que permet assolir aquest objectiu és la de "facilitar l'accés a les dades quantitatives i qualitatives, de manera integrada, per a la millora de la qualitat del sistema universitari català" (AQU CATALUNYA, 2022).

Aquest informe, que forma part d'una sèrie d'informes sobre la relació entre la universitat i l'ocupabilitat, pretén assolir aquest objectiu per a les titulacions de l'àmbit de Comunicació (Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques).

El document aglutina l'anàlisi de dades clau produïdes per AQU Catalunya que puguin servir per entendre el funcionament de l'educació universitària des de la perspectiva de l'ocupabilitat. Es tracta de disposar d'evidències que ajudin les persones responsables de les universitats en els àmbits polític i acadèmic a prendre decisions orientades a la millora de la formació universitària. Tanmateix, aquest coneixement també té el potencial de donar suport a l'estudiantat present i futur de cara a prendre decisions informades sobre les seves trajectòries professionals. A la figura 1 es mostren les fonts d'informació provinents d'AQU Catalunya incloses en aquesta anàlisi.

Figura 1. Fonts d'informació produïdes per AQU Catalunya que permeten fer propostes de millora de les titulacions



A més, aquest informe també analitza els resultats de la nova edició de l'**enquesta al col·lectiu ocupador**, que recull l'opinió sobre la formació universitària de les empreses, entitats i institucions que contracten persones graduades de titulacions de l'àmbit de Comunicació. Com a novetat, aquesta edició incorpora una secció de les competències professionals que més s'han treballat i que més hauria de millorar l'**alumnat en pràctiques**. Aquest informe compara els resultats d'aquesta edició amb els de l'edició anterior (AQU CATALUNYA, 2018)¹ amb l'objectiu d'observar les diferències rellevants existents, i reflexiona sobre l'evolució del sector en relació amb les conclusions que es van generar a la jornada "Reptes en la formació universitària en l'àmbit de la comunicació" (AQU CATALUNYA, 2019), on es van presentar els resultats esmentats.

¹ Com que es tracta d'una enquesta al col·lectiu ocupador, enquestes que normalment aconseguixen mostres relativament petites, no podem afirmar que les similituds o les diferències amb l'edició anterior siguin estadísticament significatives. Tot i que pensem que la continuïtat que observem entre totes dues edicions és una evidència de la robustesa dels nostres resultats, recomanem al lector/a que interpreti els resultats amb cautela i perspectiva analítica.

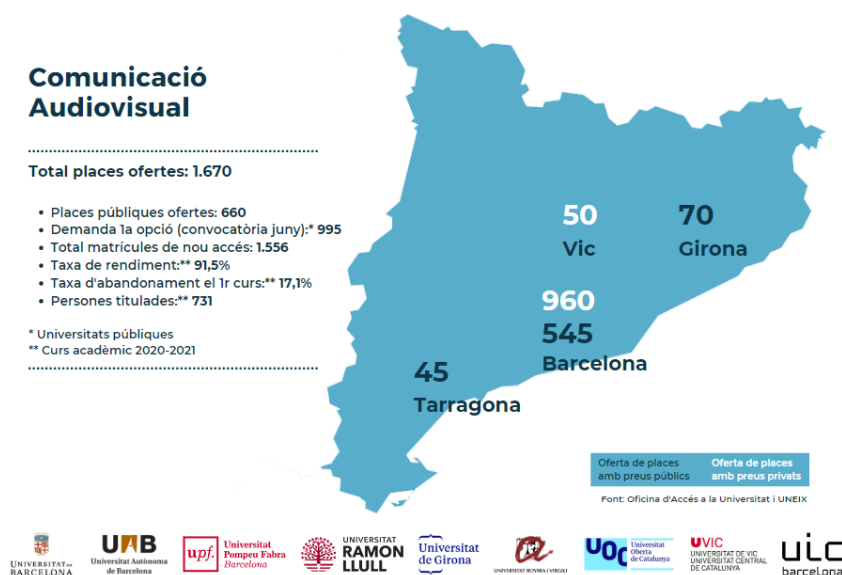
INDICADORS DE LES TITULACIONS DE L'ÀMBIT DE COMUNICACIÓ

Dades bàsiques de les titulacions

Els mapes següents mostren les dades d'oferta i demanda de places als graus de Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques impartits a Catalunya el curs acadèmic 2021-2022. A més, es mostren dades de tres indicadors clau: la taxa de rendiment,² la taxa d'abandonament a primer curs i el nombre de persones titulades el curs acadèmic 2020-2021.

A les universitats públiques, la demanda per estudiar les titulacions analitzades supera amb escreix l'oferta de places. El 2021, la demanda superava l'oferta de places en un 51% en el cas de Comunicació Audiovisual, un 47% a Periodisme i un 89% a Publicitat i Relacions Públiques

Figura 2. Indicadors d'oferta i demanda als graus de Comunicació Audiovisual (curs acadèmic 2021-2022)³



² La taxa de rendiment es calcula dividint el nombre crèdits superats i el nombre de crèdits matriculats per l'alumnat d'un estudi. La taxa d'abandonament a 1r curs mostra el percentatge d'estudiants que no es matriculen novament el proper curs (incloent-hi un altre títol). Per a més informació, [veure el glossari al portal d'Estudis Universitaris de Catalunya](#).

³ Els logotips corresponen a les universitats que imparteixen aquests graus.

Figura 3. Indicadors d'oferta i demanda als graus de Periodisme (curs acadèmic 2021-2022)

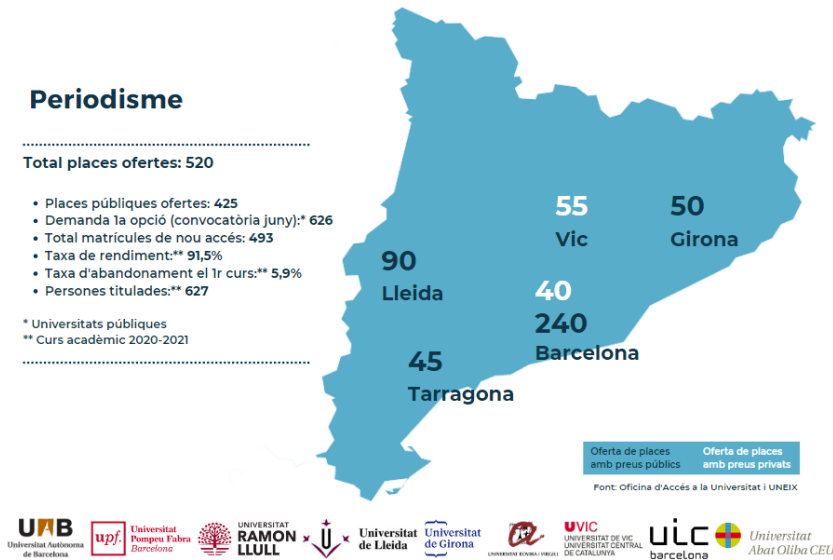
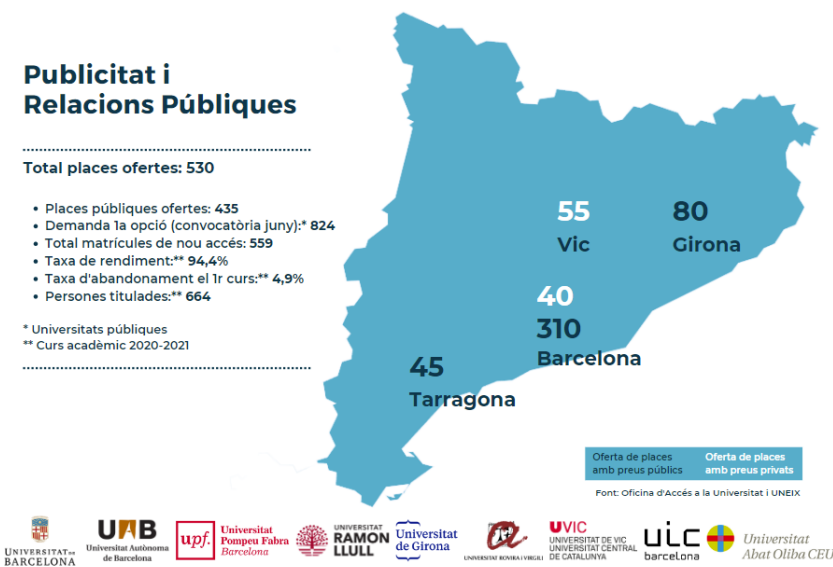


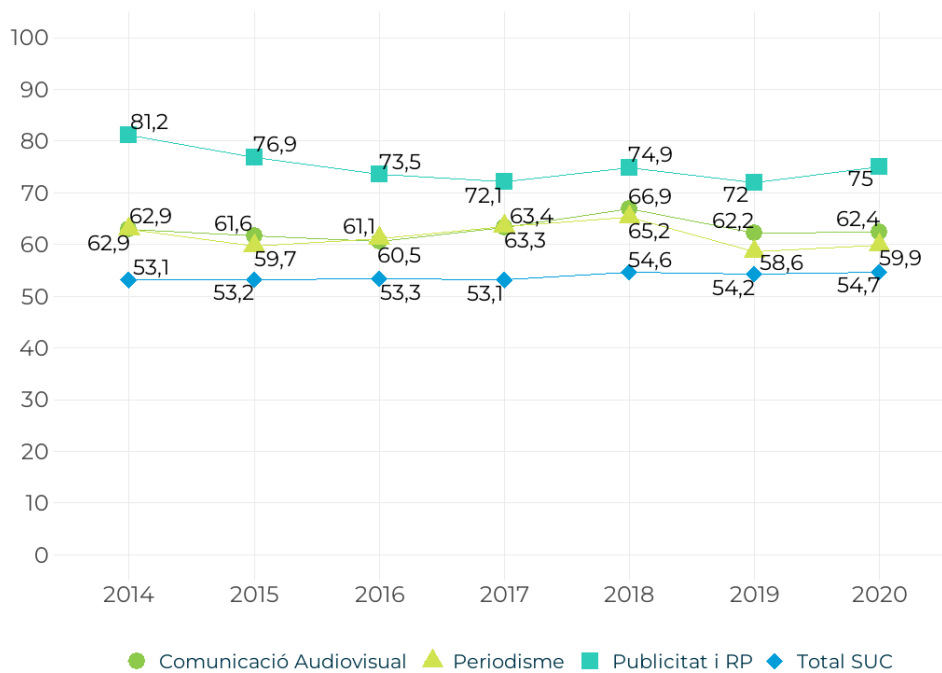
Figura 4. Indicadors d'oferta i demanda als graus de Publicitat i Relacions Públiques (curs acadèmic 2021-2022)



Els graus de Comunicació estan més feminitzats que el global dels graus del SUC

- > Tres de cada 4 persones matriculades a Publicitat i Relacions Públiques són dones. Als graus de Comunicació Audiovisual i de Periodisme, ho són aproximadament 6 de cada 10.

Figura 5. Evolució del percentatge de matrícules de dones als graus de l'àmbit de Comunicació



Satisfacció amb la formació universitària de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació

Les dades analitzades en aquesta secció provenen de [l'enquesta de satisfacció](#), una enquesta de caràcter anual duta a terme des de l'any 2015 per les universitats catalanes en coordinació amb AQU Catalunya. Aquesta enquesta demana a les persones titulades recentment el seu grau de satisfacció sobre diferents dimensions de la seva experiència educativa en el SUC. Els resultats que es mostren a continuació corresponen a les dades dels últims tres anys disponibles (2018, 2019 i 2020) per a les titulacions de grau en **Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques**. La taxa de resposta global del SUC de l'enquesta de satisfacció per a aquests tres anys és del 26,3%.

Tot seguit podeu trobar, desglossades per titulació, les mostres de persones graduades que han respost l'enquesta.

Taula 1. Població, mostra i taxa de resposta de l'enquesta de satisfacció en l'àmbit de Comunicació (2018-2020)

| Ensenyament (graus) | Població (persones graduades 2018-2020) | Mostra | Taxa de resposta | Error mostral |
|----------------------------------|---|--------|------------------|---------------|
| Comunicació Audiovisual | 2.008 | 554 | 27,6% | 3,5% |
| Periodisme | 1.723 | 349 | 20,3% | 4,7% |
| Publicitat i Relacions Públiques | 1.988 | 456 | 22,9% | 4,0% |

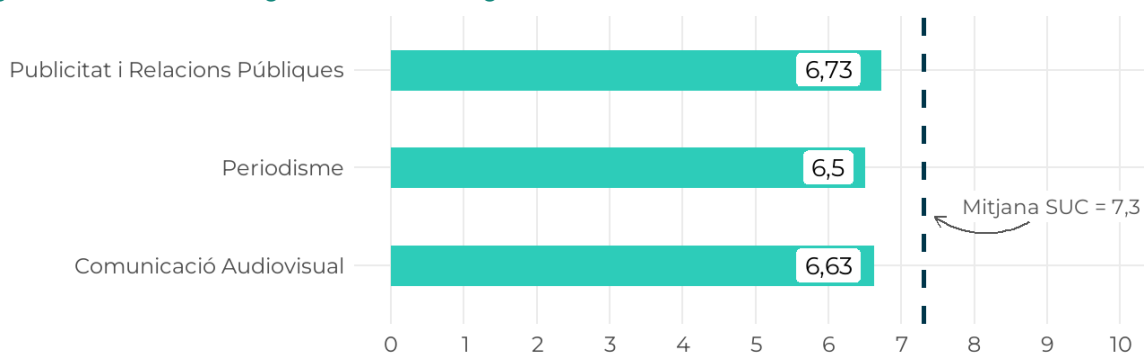
En aquesta secció s'exploren les dades de satisfacció sobre les dimensions de la formació universitària que més rellevància tenen en relació amb l'ocupabilitat de les persones graduades. Addicionalment, també s'ofereix un resum de la satisfacció global de les persones graduades en les titulacions de l'àmbit de Comunicació.

Satisfacció global amb les titulacions de grau en Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques

La satisfacció global és similar entre les titulacions de l'àmbit de Comunicació, però més baixa que la de la mitjana del SUC⁴

- > Tot i que la satisfacció global de les persones graduades en Comunicació Audiovisual i en Periodisme ha millorat respecte de l'edició anterior de l'enquesta de satisfacció, no ha estat així a Publicitat i Relacions Públiques, que ha baixat 1 punt (AQU CATALUNYA, 2018).

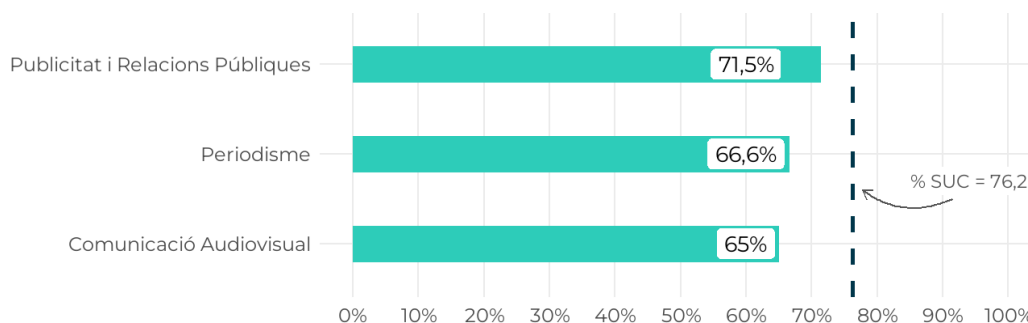
Figura 6. Satisfacció global amb els graus en l'àmbit de Comunicació



⁴ Per comprovar si les diferències entre les titulacions analitzades i el global del SUC són estadísticament significatives, s'ha utilitzat una eina elaborada per AQU Catalunya que realitza 1.000 simulacions mitjançant la tècnica de *bootstrap* per a un mostreig aleatori simple amb reposició dins de l'escenari de poblacions infinites (EFRON, TIBSHIRANI, 1993), i així s'obté una distribució de les 1.000 diferències simulades entre tots dos grups. A continuació, aquesta eina analitza si la diferència observada es troba en el 95% de les diferències simulades. En el cas d'aquest indicador, indica que la satisfacció global de les persones graduades de les titulacions analitzades és significativament més baixa que la del global del SUC.

A la ratlla de 7 de cada 10 persones graduades tornarien a cursar la titulació, tot i que les persones graduades en Periodisme i en Comunicació Audiovisual ho farien en menys mesura. Els valors són lleugerament més baixos que el percentatge global del SUC (76,2%)⁵

Figura 7. Percentatge de persones que tornarien a cursar la titulació en l'àmbit de Comunicació



Satisfacció amb les competències adquirides⁶, les pràctiques externes i el treball de fi de grau (TFG)

Les persones graduades pensen que la formació millora especialment les seves habilitats comunicatives. També consideren que les pràctiques externes i el TFG han estat útils per aplicar els coneixements adquirits durant la titulació⁷

- > Les persones graduades en Periodisme valoren positivament les pràctiques externes, i les de Comunicació Audiovisual, el TFG.
- > La satisfacció amb les pràctiques externes de les persones graduades en Comunicació Audiovisual és inferior a la mitjana del SUC.

⁵ Ídem.

⁶ S'analitza la percepció de les persones graduades del grau en què la formació ha millorat les seves habilitats comunicatives, les competències personals i les capacitats per a l'activitat professional. Les competències personals inclouen, entre d'altres, el nivell de confiança, l'aprenentatge autònom, la creativitat, la resolució de nous problemes, l'anàlisi crítica o el treball en equip.

⁷ Les diferències que es descriuen en aquesta secció entre les titulacions analitzades i el global del SUC són estadísticament significatives, segons la tècnica de *bootstrap* descrita a la nota 5.

- > En general, els indicadors de satisfacció analitzats en aquesta secció s'han incrementat per a totes les titulacions respecte de l'edició anterior de l'enquesta de satisfacció (AQU CATALUNYA, 2018).

Figura 8. Grau en què la formació ha millorat un conjunt de capacitats, segons les persones graduades en l'àmbit de Comunicació.

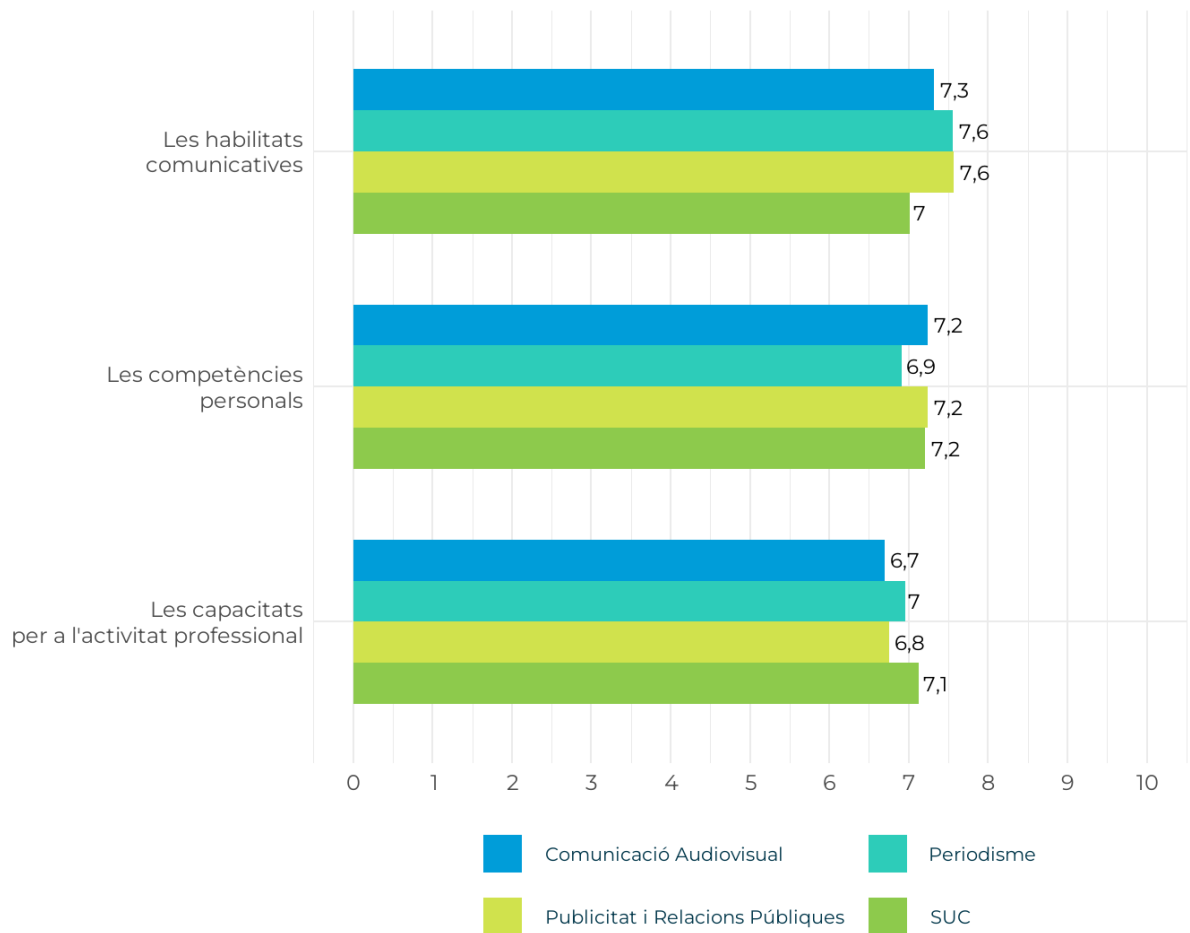
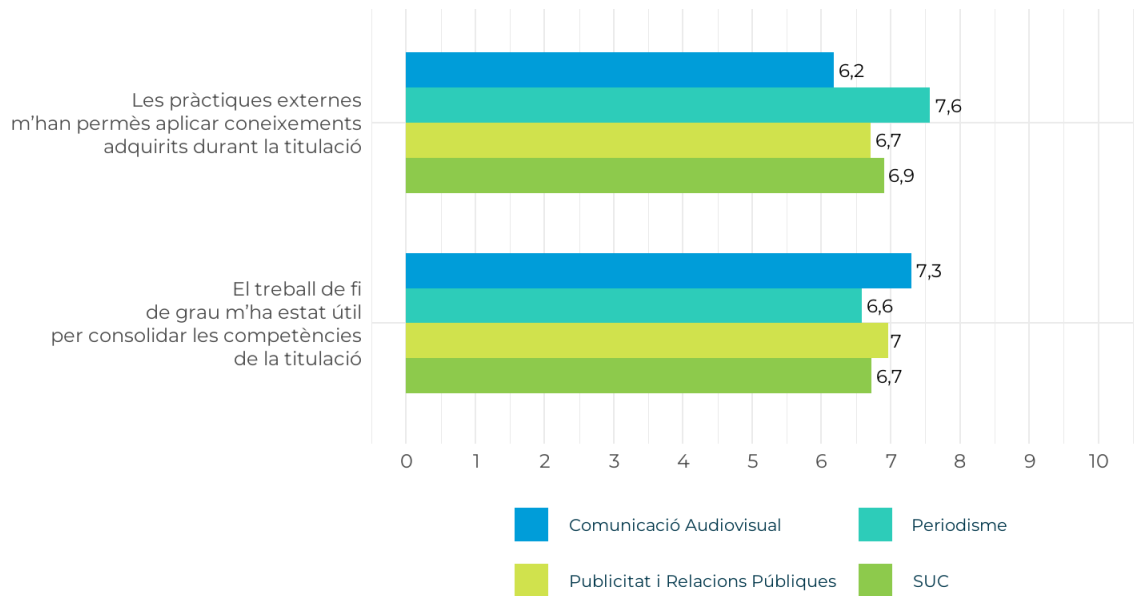


Figura 9. Satisfacció amb les pràctiques externes i el treball de fi de grau de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació



Inserció laboral de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació

Les dades analitzades en aquesta secció provenen de l'**enquesta d'inserció laboral**, una enquesta de caràcter triennal duta a terme des de l'any 2001 per les universitats catalanes en coordinació amb AQU Catalunya. Aquesta enquesta pregunta per factors relacionats amb l'activitat laboral de les persones titulades i la qualitat d'aquesta activitat laboral (adequació del lloc de treball, estabilitat contractual, guanys, etc.). Els resultats que es mostren a continuació corresponen a les dades de l'última edició de l'enquesta, el treball de camp de la qual es va fer el 2020, enquestant les persones titulades el curs 2015-2016 de les titulacions de grau en **Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques**.

Tot seguit podeu trobar, desglossades per titulació, les mostres de persones graduades que han respost l'enquesta.

Taula 2. Població, mostra i taxa de resposta de l'enquesta d'inserció laboral en l'àmbit de Comunicació (2020)

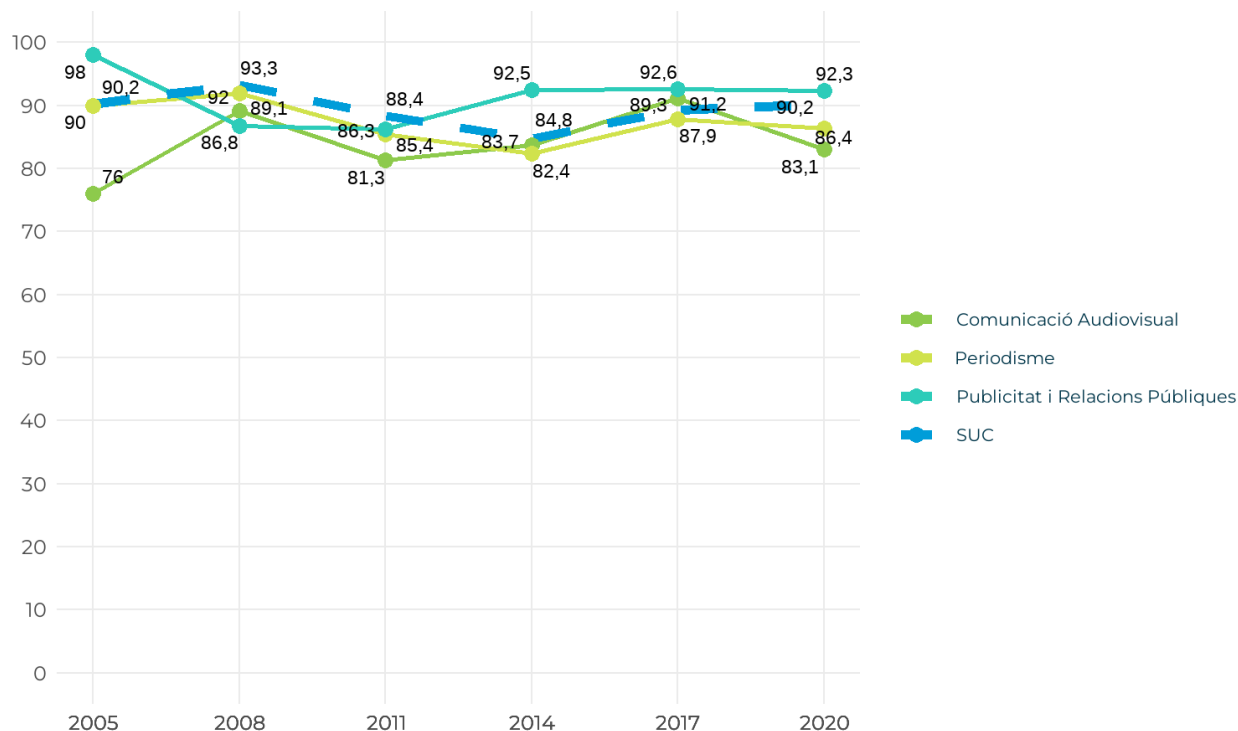
| Ensenyament (graus) | Població (persones graduades 2015-2016) | Mostra | Taxa de resposta | Error mostral |
|----------------------------------|---|--------|------------------|---------------|
| Comunicació Audiovisual | 596 | 311 | 52,2% | 3,8% |
| Periodisme | 536 | 260 | 48,5% | 4,4% |
| Publicitat i Relacions Públiques | 578 | 238 | 41,2% | 4,9% |

Bona ocupació de les persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques (92%). La taxa d'ocupació de Comunicació Audiovisual (82%) i la de Periodisme (86%) són lleugerament més baixes que la del global de SUC (90%), tot i que la diferència no és estadísticament significativa⁸

⁸ Segons la tècnica de *bootstrap* descrita a la nota 5, la diferència en l'ocupació de les persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques i el global del SUC és significativa. No és així en el cas de les titulacions de Comunicació Audiovisual i Periodisme.

Figura 10. Evolució de la taxa d'ocupació de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació

L'any indica quan van respondre l'enquesta, és a dir, tres anys després de la graduació.



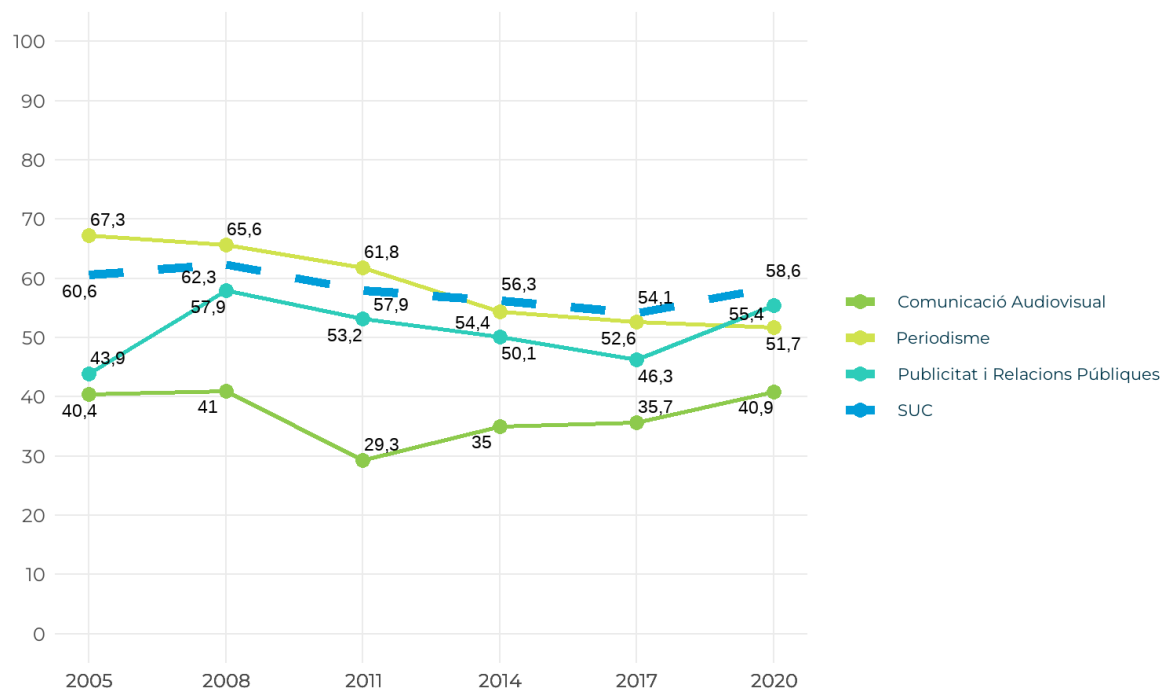
El percentatge de persones graduades en l'àmbit de Comunicació que realitzen funcions específiques de la seva titulació és més baix que el del global del SUC (60%)

- > Destaca el valor particularment baix de Comunicació Audiovisual (40%).⁹
- > El percentatge de persones graduades en Periodisme que realitzen funcions específiques s'ha anat reduint al llarg dels anys: d'un pic del 68% el 2005 a valors propers al 50% el 2020. Tot i així, per a l'any 2020, les diferències entre els valors de Periodisme i del global del SUC no són estadísticament significatives.

⁹ La diferència és significativa segons la prova de contrast descrita a la nota 5.

Figura 11. Percentatge de persones que fan funcions específiques de la titulació en l'àmbit de Comunicació

L'any assenyalat quan van respondre l'enquesta, és a dir, tres anys després de la graduació.



Més bons salaris i més estabilitat per a les persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques

- > La mediana dels salaris de les persones graduades en Comunicació Audiovisual tendeix a ser més baixa que el del global del SUC i assenyalen més temporalitat en els seus contractes.¹⁰

¹⁰ La diferència és significativa segons la prova de contrast descrita a la nota 5.

Figura 12. Salari brut mensual (€) de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació (2020)

La línia vermella representa la mediana dels salaris del SUC (1.667,7€)
El nombre de persones enquestades per titulació apareix entre parèntesis.

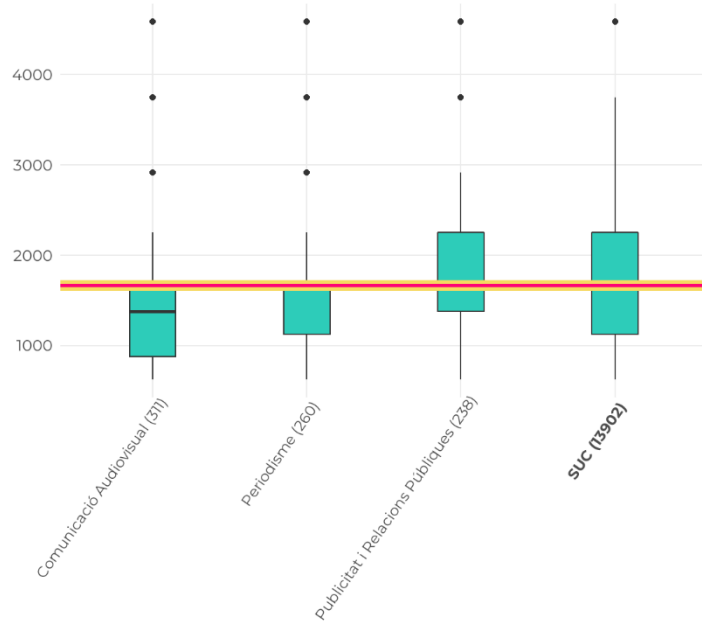
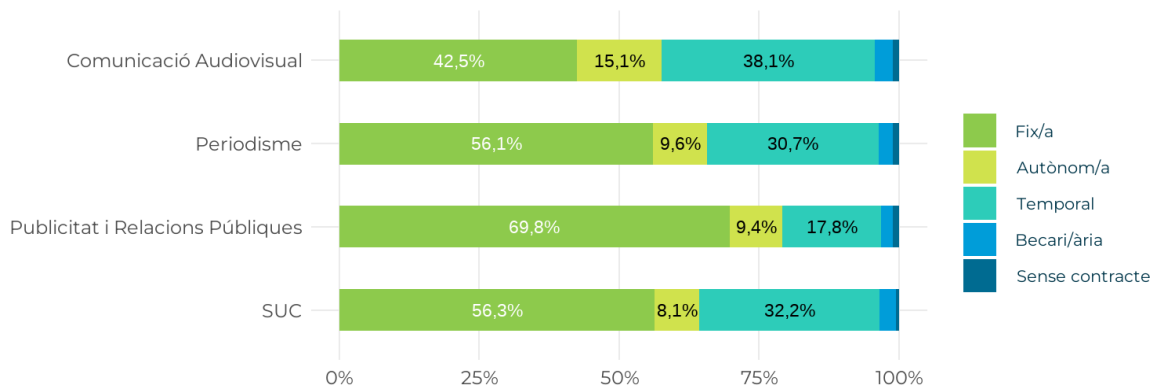
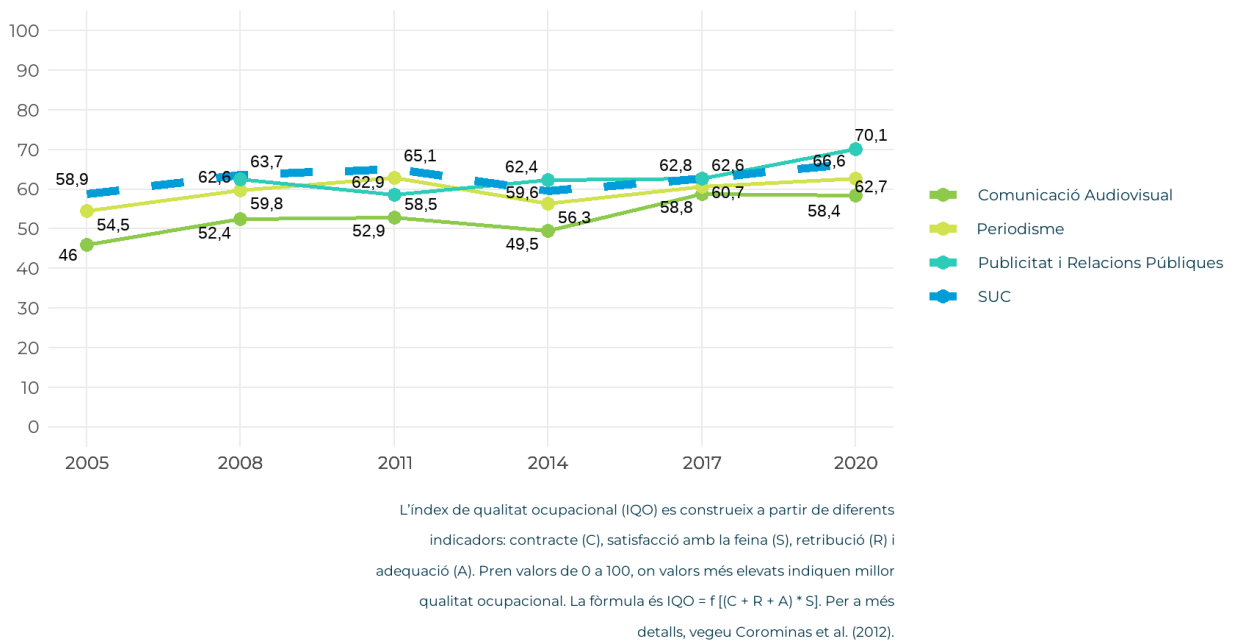


Figura 13. Tipus de contracte de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació (2020)



Una anàlisi de l'índex de qualitat ocupacional (IQO) reforça la idea que la inserció laboral en termes de salari i tipologia de contracte tendeix a ser pitjor per a les persones graduades en Comunicació Audiovisual¹¹

Figura 14. Evolució de l'índex de qualitat ocupacional (IQO) de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació



¹¹ La diferència és significativa segons la prova de contrast descrita a la nota 5.

L'opinió del col·lectiu ocupador sobre la formació de les persones graduades en l'àmbit de Comunicació

Abast i metodologia de l'enquesta al col·lectiu ocupador

Aquesta secció recull els resultats de la tercera edició de l'**enquesta al col·lectiu ocupador**, una enquesta de caràcter triennal duta a terme per AQU Catalunya que pretén conèixer l'opinió de les empreses i les organitzacions instal·lades a Catalunya (a partir d'ara, entitats ocupadores) sobre si la formació universitària s'adequa a les seves necessitats. L'objectiu final de l'estudi és proporcionar al sistema universitari informació que li permeti valorar si cal ajustar l'oferta formativa a les necessitats del mercat laboral. Com a novetat d'aquesta edició, l'enquesta al col·lectiu ocupador també ha preguntat sobre les competències de l'alumnat en pràctiques.

Les preguntes que guien l'estudi són les següents:

- > Quin és el grau de satisfacció del col·lectiu ocupador amb la formació de les **persones graduades recentment**?¹²
- > Quin és el grau de satisfacció del col·lectiu ocupador amb la formació de l'**alumnat en pràctiques**?
- > Quins factors expliquen les dificultats de les entitats ocupadores per contractar?
- > Quines competències s'haurien de millorar?

El treball de camp es va realitzar mitjançant l'enviament massiu de correus electrònics entre el maig i el juliol del 2021 a les entitats ocupadores que han signat un conveni de pràctiques amb les universitats del SUC i/o apareixen a les seves borses de treball. Assumim que aquesta llista d'entitats ocupadores ($n = 29.865$) constitueix l'univers del mercat laboral de persones graduades a Catalunya. Addicionalment, també vam tenir la col·laboració de col·legis i associacions professionals i de cambres de comerç per fer difusió del qüestionari. Finalment, un total de **2.423 entitats ocupadores** van respondre l'enquesta, de les quals **1.729** van contractar persones titulades recentment i/o van acollir estudiants en pràctiques. D'aquestes entitats, en relació amb l'àmbit que ens ocupa, 86 van respondre que havien contractat persones graduades recentment i 120 que havien acollit estudiants en pràctiques.

En principi, aquesta mostra pot semblar petita. No obstant això, hi ha un conjunt d'aspectes metodològics que s'han de tenir en compte quan s'elaboren enquestes al col·lectiu ocupador.

¹² A l'estudi del col·lectiu ocupador, definim "persona graduada recentment" com aquella que ha finalitzat els estudis en els dos anys previs a rebre l'enquesta i que té poca o nul·la experiència professional. Limitem la definició de persona graduada recentment perquè volem conèixer l'opinió de les entitats ocupadores sobre les **competències adquirides a la universitat**.

En primer lloc, és difícil accedir a aquest conjunt poblacional. Particularment, és difícil obtenir un univers ben definit d'ocupadors amb dades de contacte associades. De fet, en la literatura és comú trobar que s'utilitzen les bases de dades d'ocupadors de les universitats com a marc mostral d'ocupadors de persones graduades (BYRNE, 2022).

En segon lloc, cal dir que les enquestes al col·lectiu ocupador —i les enquestes en línia en general— tendeixen a obtenir una resposta baixa (BYRNE, 2022; MANFREDA et al., 2008).

Finalment, és important remarcar que nombrosos estudis metodològics —tant quantitius com qualitius— destaquen que, tot i que els resultats d'una enquesta amb relativament poques respostes s'han de tractar amb prudència, una taxa de resposta baixa no vol dir que la mostra no sigui representativa (GROVES, 2006; METERKO et al., 2015).

Tot seguit us presentem els resultats de la tercera edició de l'enquesta al col·lectiu ocupador. En primer lloc, es recullen els factors i les dificultats de contractació de les entitats ocupadores; en segon lloc, es documenten les competències de les persones graduades que aquestes entitats creuen que s'haurien de millorar; en tercer lloc, es reflexiona sobre el futur de les professions associades a l'àmbit de Comunicació segons aquestes entitats; i, finalment, es parla sobre les competències que més s'han treballat en el període de pràctiques i les que més hauria de millorar l'alumnat en pràctiques.

Taula 3. Mostra de les entitats ocupadores que contracten persones graduades i acullen estudiants en pràctiques de l'àmbit de Comunicació

| Titulació | <i>n</i> que contracten | % del total de respostes | <i>n</i> que acullen estudiants | % del total de respostes |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Comunicació Audiovisual | 20 | 23,3% | 51 | 42,5% |
| Periodisme | 32 | 37,2% | 28 | 23,3% |
| Publicitat i Relacions Públiques | 34 | 39,5% | 41 | 34,2% |
| Total | 86 | 100% | 120 | 100% |

Factors i dificultats en la contractació de persones graduades

El 75% de les entitats ocupadores pensen que és important tenir un grau específic, mentre que el 34% assenyalen la importància de tenir un màster

Aproximadament 2 de cada 3 entitats demanen un domini alt o mitjà de la llengua anglesa

Figura 15. Factors que han estat importants a l'hora de considerar com a candidat per a un lloc de treball una persona graduada en l'àmbit de

En el procés de selecció de les persones titulades recentment, ha estat important que tinguessin un grau universitari?

| Resposta | n | Percentatge |
|------------------------------------|----|-------------|
| Sí, un grau universitari específic | 64 | 75 |
| Sí, un grau universitari qualsevol | 12 | 14 |
| No | 9 | 11 |

En el procés de selecció de les persones titulades recentment, ha estat important que tinguessin un màster?

| Resposta | n | Percentatge |
|-------------------------|----|-------------|
| Sí, un màster específic | 22 | 27 |
| Sí, un màster qualsevol | 6 | 7 |
| No | 55 | 66 |

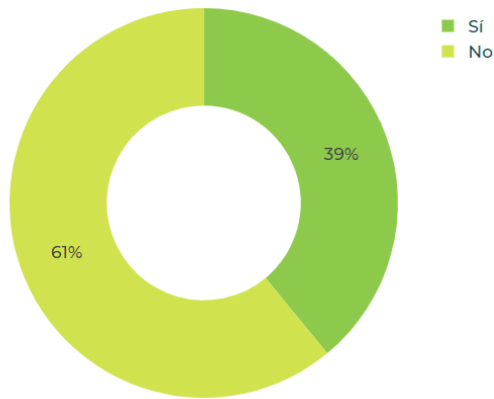
En el procés de selecció de les persones titulades recentment, ha estat important el nivell d'anglès?

| Resposta | n | Percentatge |
|---------------------------------|----|-------------|
| Sí, es requeria un nivell alt | 33 | 39 |
| Sí, es requeria un nivell mitjà | 29 | 34 |
| No | 23 | 27 |

En el procés de selecció de les persones titulades recentment, ha estat important el nivell d'idiomes estrangers (excloent l'anglès)?

| Resposta | n | Percentatge |
|---------------------------------|----|-------------|
| Sí, es requeria un nivell alt | 9 | 11 |
| Sí, es requeria un nivell mitjà | 16 | 20 |
| No | 57 | 70 |

Figura 16. Entitats que han tingut dificultats en la contractació de persones graduades en l'àmbit de Comunicació

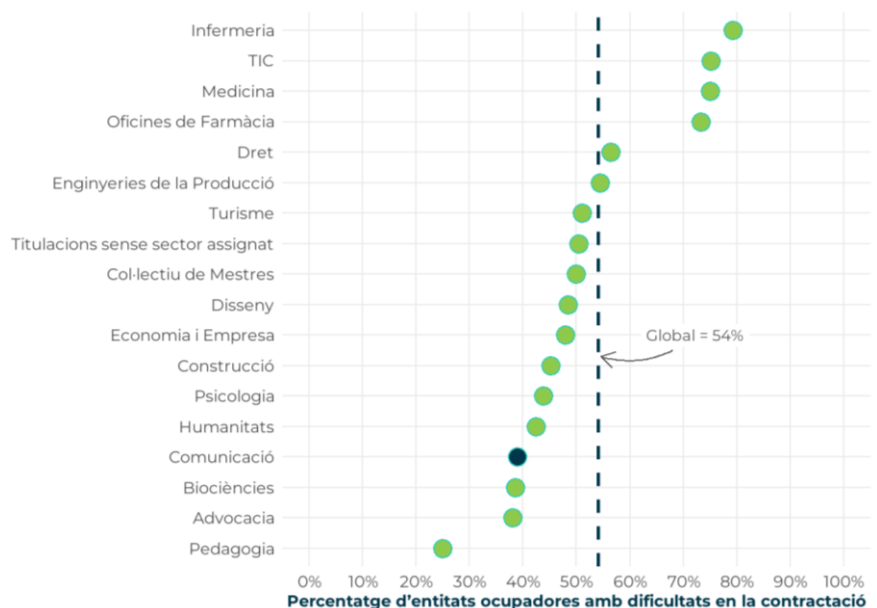


La majoria d'entitats ocupadores (61%) no han tingut dificultats a l'hora de contractar persones graduades en l'àmbit de Comunicació

- > El percentatge d'entitats amb dificultats ha disminuït gairebé 6 punts respecte de l'estudi del col·lectiu ocupador del 2018 (AQU CATALUNYA, 2018)

Comunicació és un dels sectors amb menys dificultats en la contractació entre els inclosos en l'enquesta al col·lectiu ocupador

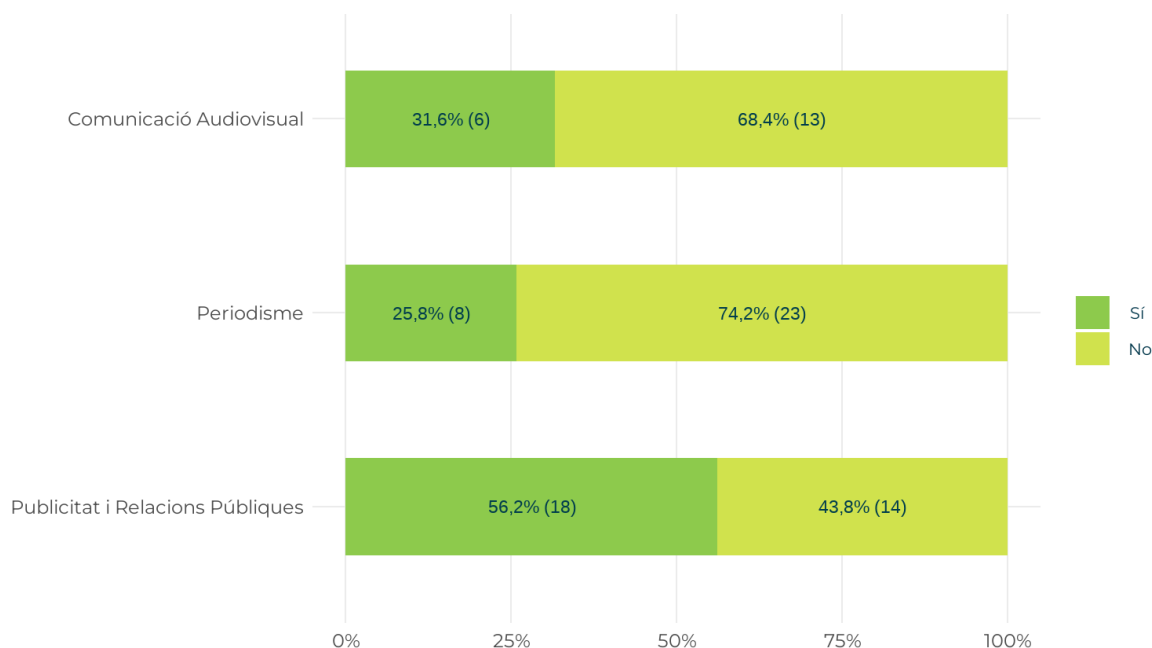
Figura 17. Comparativa de les entitats amb dificultats en la contractació, per sectors inclosos en l'enquesta al col·lectiu ocupador



Les entitats ocupadores tenen més dificultats per contractar perfils de Publicitat i Relacions Públiques

- > Les entitats ocupadores que contracten persones graduades en Periodisme són les que tenen menys dificultats (25%).
- > En el cas de Comunicació Audiovisual i Periodisme, el percentatge d'entitats amb dificultats per contractar ha disminuït un 8% i un 15%, respectivament, respecte de l'estudi del 2018.

Figura 18. Entitats que han tingut dificultats en la contractació de persones graduades en l'àmbit de Comunicació, per titulació (percentatge d'entitats i, entre parèntesis, nombre d'entitats)



La principal dificultat per a la contractació és la manca de persones titulades amb les competències necessàries per al lloc de treball

- > Les competències que més troben a faltar les entitats ocupadores són l'**anàlisi de dades**, les **TIC**, la **creativitat** i l'**expressió escrita**.¹³

¹³ Dades provinents de les respostes d'entitats ocupadores a la pregunta oberta "Heu assenyalat que heu tingut dificultats en la contractació de personal a causa d'una manca de persones titulades amb les competències necessàries per al lloc de treball. Podeu indicar quines són aquestes competències?".

Figura 19. Dificultats per contractar els perfils adequats en l'àmbit de Comunicació

| Resposta | n | Percentatge |
|---|----|-------------|
| Manca de persones titulades amb les competències necessàries per al lloc de treball | 24 | 71 |
| Manca de persones titulades en aquest àmbit | 8 | 24 |
| No acceptació del salari | 6 | 18 |
| Altres motius | 6 | 18 |
| Recursos limitats per donar a conèixer adequadament les ofertes de treball | 5 | 15 |
| Sense disponibilitat de mobilitat geogràfica | 2 | 6 |
| No acceptació de la tipologia de jornada laboral | 1 | 3 |

Competències que haurien de millorar les persones graduades recentment en l'àmbit de Comunicació¹⁴

La competència que més haurien de millorar les persones graduades recentment de totes les titulacions de l'àmbit de Comunicació és la capacitat i habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius

- > A Comunicació Audiovisual (52,6%) i a Publicitat i Relacions Públiques (46,9%), la **capacitat per llegir i analitzar textos, dades, estadístiques i documents especialitzats** apareix com una de les principals competències a millorar.
- > En el cas de les persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques, la meitat d'entitats ocupadores pensen que haurien de reforçar la **capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva**.
- > En totes tres titulacions, més del 30% de les entitats ocupadores pensen que les persones graduades haurien de millorar la **capacitat i habilitat per exposar raonadament idees i arguments**.

¹⁴ A les preguntes de l'enquesta al col·lectiu ocupador sobre competències, es demana a les entitats ocupadores que escullin entre 1 i 5 competències que creguin que haurien de millorar les persones graduades recentment. Per tant, els percentatges que es mostren representen el percentatge d'entitats ocupadores que han seleccionat una determinada competència.

- > Més del 30% de les entitats ocupadores de persones graduades en Comunicació Audiovisual i en Publicitat i Relacions Públiques i el 28% en el cas de Periodisme pensen que s'hauria de millorar la **capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social**.
- >

Figura 20. Competències que haurien de millorar les persones graduades en l'àmbit de Comunicació

| Competència | Comunicació | Publicitat i | |
|---|-----------------|-------------------------|----------------|
| | Audiovisual (%) | Relacions Públiques (%) | Periodisme (%) |
| Capacitat i habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius (des dels aspectes tècnics i de contingut fins als formals i estètics) | 68,4 | 65,6 | 74,2 |
| Capacitat per llegir i analitzar textos, dades, estadístiques i documents especialitzats en qualsevol tema rellevant | 52,6 | 46,9 | 35,5 |
| Capacitat i habilitat per exposar raonadament idees i arguments (capacitats retòriques i domini de les tècniques argumentals) | 47,4 | 40,6 | 32,3 |
| Capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva | 31,6 | 53,1 | 25,8 |
| Capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social | 31,6 | 37,5 | 29,0 |
| Capacitat d'ideació, planificació i gestió d'empreses de comunicació | 36,8 | 25,0 | 22,6 |
| Capacitat per a la creació d'estructures, continguts i estils en l'àmbit de la comunicació periodística | 26,3 | 12,5 | 25,8 |
| Coneixement de les tècniques d'investigació rellevants en l'àmbit de la comunicació, tant a escala professional com acadèmica | 10,5 | 15,6 | 19,4 |
| Coneixement de l'ètica i la deontologia professional | 10,5 | 15,6 | 12,9 |

Satisfacció del col·lectiu ocupador amb les competències de les persones graduades recentment en l'àmbit de Comunicació

La satisfacció mitjana del col·lectiu ocupador amb les competències de les persones graduades recentment en Comunicació assoleix el notable

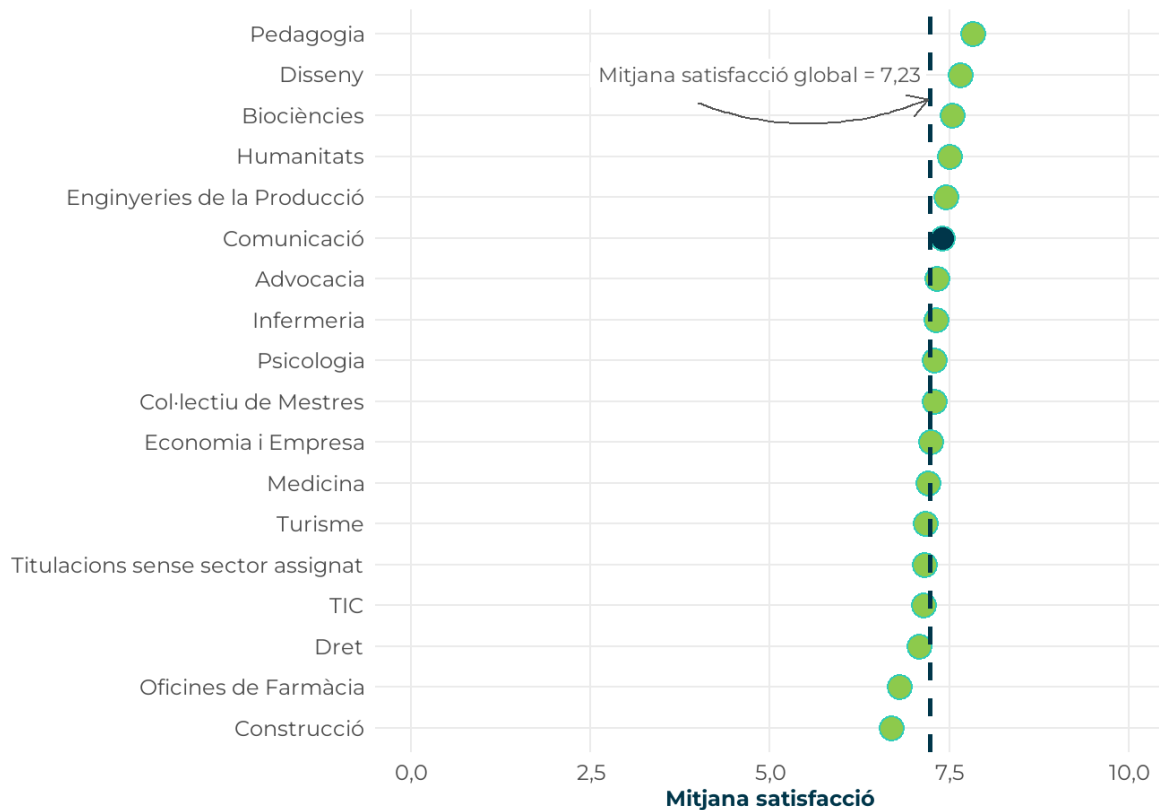
- > La satisfacció mitjana no varia substancialment de la mitjana global o de les mitjanes d'altres sectors del col·lectiu ocupador, que oscil·len entre el 6,7 i el 7,7.¹⁵
- > La satisfacció global amb les competències de les persones graduades de les titulacions analitzades, que es manté entre el 7 i el 7,4, no ha variat substancialment respecte de l'edició anterior, que es trobava entre el 6,9 (Periodisme) i el 7,3 (Comunicació Audiovisual).

Taula 4. Satisfacció mitjana del col·lectiu ocupador amb les competències de les persones graduades recentment en l'àmbit de Comunicació (escala de 0 a 10)

| Titulació | Satisfacció mitjana |
|----------------------------------|---------------------|
| Comunicació Audiovisual | 7 |
| Periodisme | 7,4 |
| Publicitat i Relacions Públiques | 7,4 |
| Total Comunicació | 7,3 |
| Satisfacció global SUC | 7,2 |

¹⁵ Tenint el compte la dimensió relativament petita de les mostres i la distribució de la variable que mesura la satisfacció global, no es pot afirmar que aquestes diferències siguin estadísticament significatives.

Figura 21. Comparativa de la satisfacció mitjana amb les competències de les persones graduades recentment, per sectors inclosos en l'enquesta al col·lectiu ocupador (escala de 0 a 10)



Prospectiva

Les competències més sol·licitades estan relacionades amb les TIC, la comunicació persuasiva i l'anàlisi de dades

- > Pel que fa a les **TIC**, les entitats ocupadores fan referència, per exemple, al “coneixement d'eines digitals per crear continguts de forma ràpida” o a l’“adaptació al món digital”. També trobem descripcions més generals, com ara “informàtica” o “llenguatge digital”. Destaca, com a categoria pròpia, el SEO (*Search Engine Optimization*), és a dir, totes aquelles tècniques que permeten un millor posicionament d'un web en un cercador. Així mateix, apareixen altres habilitats relacionades, com ara l'anàlisi del trànsit web o Google Analytics, l'eina d'anàlisi de Google.
- > Cal destacar que la competència d'**anàlisi de dades** l'emfatitzen sobretot entitats ocupadores de persones graduades en Publicitat i Relacions Públiques i en Periodisme.

- > El **màrqueting digital** és una competència destacada exclusivament per entitats ocupadores de Publicitat i Relacions Públiques.

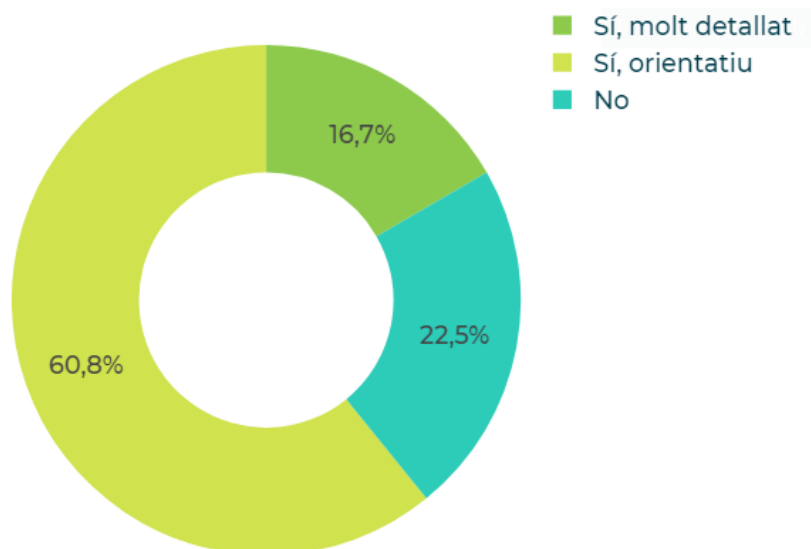
Figura 22. Competències que adquiriran més importància en el sector de la comunicació (paraules clau més freqüents)



L'opinió del col·lectiu ocupador sobre l'alumnat en pràctiques de l'àmbit de Comunicació

De les 120 entitats ocupadores que han acollit estudiants en pràctiques, el 78% tenia un pla de formació molt detallat (60,8%) o orientatiu (16,7%)

Figura 23. Definició del pla de formació de les entitats ocupadores que han acollit estudiants en pràctiques de l'àmbit de Comunicació



Competències que més s'han treballat durant el període de pràctiques

A Comunicació Audiovisual (70,7%) i a Publicitat i Relacions Públiques (62,7%) la competència que més s'ha posat en pràctica és la capacitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius. A Periodisme (75%) ha estat la capacitat per llegir i analitzar textos, dades, estadístiques i documents especialitzats

- > En general, les entitats ocupadores de Periodisme emfatitzen més la formació al lloc de treball en qüestions relacionades amb l'expressió escrita i les competències comunicatives.
- > En el cas de Publicitat i Relacions Públiques, s'ha insistit més (49%) en la capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva.

Figura 24. Competències de l'àmbit de Comunicació que més s'han treballat durant el període de pràctiques

| Competència | Publicitat i Relacions Públiques | | | Periodisme | | | Comunicació Audiovisual | | |
|---|----------------------------------|------|------|------------|-----|-----|-------------------------|-----|--|
| | (%) | (%) | (%) | (%) | (%) | (%) | (%) | (%) | |
| Capacitat i habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius (des dels aspectes tècnics i de contingut fins als formals i estètics) | 62,7 | 64,3 | 70,7 | | | | | | |
| Capacitat per llegir i analitzar textos, dades, estadístiques i documents especialitzats en qualsevol tema rellevant | 39,2 | 75,0 | 31,7 | | | | | | |
| Capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social | 31,4 | 53,6 | 39,0 | | | | | | |
| Capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva | 49,0 | 21,4 | 26,8 | | | | | | |
| Capacitat i habilitat per exposar raonadament idees i arguments (capacitats retòriques i domini de les tècniques argumentals) | 33,3 | 50,0 | 24,4 | | | | | | |
| Capacitat per a la creació d'estructures, continguts i estils en l'àmbit de la comunicació periodística | 25,5 | 35,7 | 31,7 | | | | | | |
| Capacitat d'ideació, planificació i gestió d'empreses de comunicació | 17,6 | 7,1 | 24,4 | | | | | | |
| Coneixement de l'ètica i la deontologia professional | 21,6 | 14,3 | 12,2 | | | | | | |
| Coneixement de les tècniques d'investigació rellevants en l'àmbit de la comunicació, tant a escala professional com acadèmica | 15,7 | 7,1 | 22,0 | | | | | | |
| Altres | 11,8 | 3,6 | 7,3 | | | | | | |

Competències de l'alumnat en pràctiques de l'àmbit de Comunicació que més s'haurien de treballar a la universitat

Les competències de l'alumnat en pràctiques de l'àmbit de Comunicació que, segons el col·lectiu ocupador, més s'haurien de treballar a la universitat són les que més s'han treballat en el període de pràctiques

- > Això també és evident si es comparen les competències més treballades durant el període de pràctiques i les que més haurien de millorar les **persones graduades recentment**, tal com es mostra a la figura 26.

Figura 25. Competències de l'alumnat en pràctiques de l'àmbit de Comunicació que més s'haurien de treballar durant el període formatiu a la universitat

| Competència | Publicitat i relacions públiques (%) | Periodisme (%) | Comunicació audiovisual (%) |
|---|--------------------------------------|----------------|-----------------------------|
| Capacitat i habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius (des dels aspectes tècnics i de contingut fins als formals i estètics) | 47,1 | 53,6 | 51,2 |
| Capacitat per llegir i analitzar textos, dades, estadístiques i documents especialitzats en qualsevol tema rellevant | 49,0 | 42,9 | 36,6 |
| Capacitat i habilitat per exposar raonadament idees i arguments (capacitats retòriques i domini de les tècniques argumentals) | 37,3 | 50,0 | 34,1 |
| Capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social | 27,5 | 42,9 | 34,1 |
| Capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva | 35,3 | 32,1 | 17,1 |
| Capacitat per a la creació d'estructures, continguts i estils en l'àmbit de la comunicació periodística | 23,5 | 25,0 | 22,0 |
| Coneixement de l'ètica i la deontologia professional | 23,5 | 14,3 | 26,8 |
| Coneixement de les tècniques d'investigació rellevants en l'àmbit de la comunicació, tant a escala professional com acadèmica | 13,7 | 17,9 | 31,7 |
| Capacitat d'ideació, planificació i gestió d'empreses de comunicació professional com acadèmica | 19,6 | 25,0 | 12,2 |
| Capacitat d'ideació, planificació i gestió d'empreses de comunicació | 19,6 | 25,0 | 12,2 |

Figura 27. Comparativa entre el percentatge d'entitats ocupadores que seleccionen una competència que s'hauria de millorar per part de les persones graduades i les competències que han treballat durant el període de pràctiques

El rànquing mostra la posició de cada competència seleccionada.

| Competència | Percentatge (graduats/ades) | Percentatge (estudiants) | Rànquing (graduats/ades) | Rànquing (estudiants) |
|---|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Capacitat i habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius (des dels aspectes tècnics i de contingut fins als formals i estètics) | 69,5 | 65,8 | 1 | 1 |
| Capacitat per llegir i analitzar textos, dades, estadístiques i documents especialitzats en qualsevol tema rellevant | 43,9 | 45,0 | 2 | 2 |
| Capacitat i habilitat per exposar raonadament idees i arguments (capacitats retòriques i domini de les tècniques argumentals) | 39,0 | 34,2 | 3 | 5 |
| Capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva | 37,8 | 35,0 | 4 | 4 |
| Capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social | 32,9 | 39,2 | 5 | 3 |
| Capacitat d'ideació, planificació i gestió d'empreses de comunicació | 26,8 | 17,5 | 6 | 7 |
| Capacitat per a la creació d'estructures, continguts i estils en l'àmbit de la comunicació periodística | 20,7 | 30,0 | 7 | 6 |
| Coneixement de les tècniques d'investigació rellevants en l'àmbit de la comunicació, tant a escala professional com acadèmica | 15,9 | 15,8 | 8 | 9 |
| Coneixement de l'ètica i la deontologia professional | 13,4 | 16,7 | 9 | 8 |

Satisfacció amb les competències de l'alumnat universitari en pràctiques de l'àmbit de Comunicació

La satisfacció mitjana del col·lectiu ocupador amb les competències de l'alumnat en pràctiques de Comunicació Audiovisual i de Periodisme assoleix el notable

- > No varia substancialment de la mitjana global o de les mitjanes d'altres sectors del col·lectiu ocupador, que oscil·len entre el 6,7 i el 7,7,¹⁶ tal com es mostra a la figura 27.

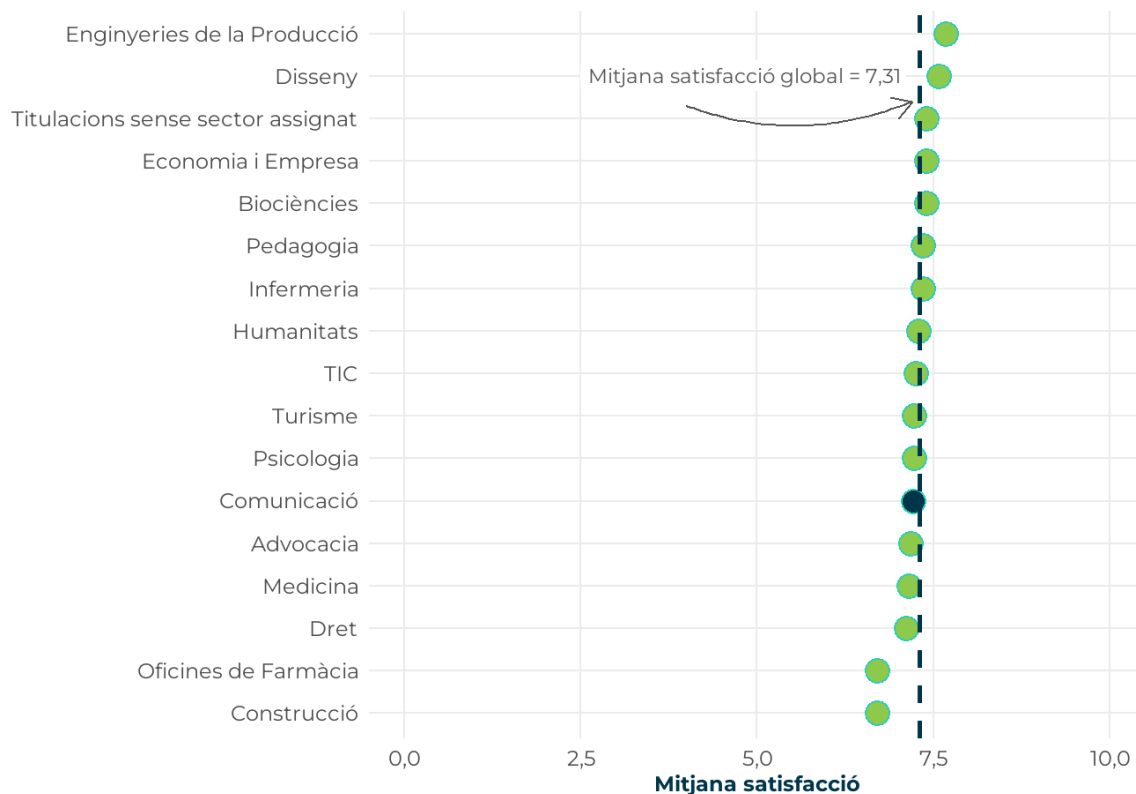
Taula 6. Satisfacció mitjana del col·lectiu ocupador amb les competències de l'alumnat en pràctiques de l'àmbit de Comunicació (escala de 0 a 10)

| Titulació | Satisfacció mitjana |
|----------------------------------|---------------------|
| Comunicació Audiovisual | 7,5 |
| Periodisme | 7,3 |
| Publicitat i Relacions Públiques | 6,8 |
| Total Comunicació | 7,1 |
| Satisfacció global SUC | 7,3 |

Les universitats catalanes assoleixen un notable en els seus serveis de pràctiques externes, segons el col·lectiu ocupador en l'àmbit de Comunicació

¹⁶ Tenint el compte la dimensió relativament petita de les mostres i la distribució de la variable que mesura la satisfacció global, no podem afirmar que aquestes diferències siguin estadísticament significatives.

Figura 28. Comparativa de la satisfacció mitjana amb les competències de l'alumnat en pràctiques, per sectors inclosos en l'enquesta al col·lectiu ocupador (escala de 0 a 10)



Taula 7. Satisfacció mitjana del col·lectiu ocupador en l'àmbit de Comunicació amb els serveis de pràctiques de les universitats (escala de 0 a 10)

| Titulació | Satisfacció mitjana |
|----------------------------------|---------------------|
| Comunicació Audiovisual | 7,5 |
| Periodisme | 7,5 |
| Publicitat i Relacions Públiques | 6,8 |
| Total Comunicació | 7,4 |
| Satisfacció global SUC | 7,4 |

CONCLUSIONS

- > La demanda de places en els graus de l'àmbit de Comunicació (Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques) supera substancialment l'oferta, aspecte que pot explicar les elevades notes de tall que trobem en algunes titulacions de grau ofertes a Catalunya.¹⁷ Així i tot, i amb l'excepció de Publicitat i Relacions Públiques, les persones graduades en aquestes titulacions tendeixen a ocupar llocs de treball de menys qualitat que el global del SUC. Aquest fet, si s'analitza conjuntament amb les dades de l'enquesta al col·lectiu ocupador que mostren que les empreses tendeixen a tenir menys dificultats a l'hora de contractar persones graduades en aquest àmbit, suggereix una sobreoferta de titulats i titulades difícil de ser absorbida pel mercat laboral.
- És probable que aquests valors d'inserció influeixin en la satisfacció de les persones graduades en aquestes titulacions, especialment pel que fa a la pregunta sobre si repetirien la titulació. En aquest sentit, hi ha un percentatge més alt de persones que no la repetirien que en el global del SUC, sobretot en les titulacions de Periodisme i de Comunicació Audiovisual. Malgrat tot, la satisfacció mitjana amb l'adquisició de competències comunicatives de les persones que es graduen en aquestes titulacions es troba lleugerament per sobre de la mitjana global del SUC.
- > Les competències que més haurien de millorar les persones graduades recentment en l'àmbit de Comunicació són, a gran trets, les mateixes que a l'edició anterior de l'enquesta:
- Capacitat per exposar raonadament idees i arguments.
 - Capacitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius.
 - Capacitat per comunicar de manera efectiva (particularment per a les entitats ocupadores de persones graduades en Periodisme).

Adicionalment, 2 de cada 3 entitats ocupadores assegura que tenir un nivell alt o mitjà d'anglès és important a l'hora de contractar el perfil adequat. Aquestes mateixes entitats reporten que les competències que adquiriran més importància en el futur estan vinculades a les TIC (digitalització, xarxes socials, anàlisi del trànsit web) i l'analítica de dades. Aquestes troballes van en la mateixa direcció de les conclusions del seminari "Reptes en la formació universitària en l'àmbit de la comunicació" (AQU CATALUNYA, 2019), on es van presentar i debatre els resultats de l'enquesta al col·lectiu ocupador de l'edició anterior:

¹⁷ Segons les dades del [Canal Universitats sobre preinscripció universitària](#), les notes de tall de Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques superen, en alguns casos, l'11 sobre 14.

- La formació ha de ser digital per a la creació, construcció i contribució de continguts.
- Cal reforçar els coneixements en intel·ligència artificial, estadística i anàlisi de grans volums de dades (*big data*).
- Els recursos i les oportunitats de les persones graduades millorarien si s'impartissin el 50% de les matèries en anglès.

> **Els resultats de l'enquesta al col·lectiu ocupador suggereixen que les pràctiques externes estan ben enfocades:** s'observa que les competències més treballades en el període de pràctiques són les que més marge de millora tenen en les persones graduades recentment, segons les entitats ocupadores enquestades. Això pot tenir dues interpretacions complementàries: d'una banda, pot indicar la direcció que haurien de prendre les propostes de millora de la formació universitària; i, de l'altra, assenyalava la funció que té el teixit empresarial i institucional en la formació dels professionals en l'àmbit de Comunicació. En aquest sentit, hi ha un conjunt de competències que es podrien adquirir de manera efectiva al lloc de treball, complementant la formació impartida a les universitats.

A més, les persones graduades en Periodisme estan particularment satisfetes amb la funció de les pràctiques externes com a mitjà per aplicar els coneixements adquirits durant la titulació, cosa que reforça el paper fonamental que juguen les pràctiques externes, conjuntament amb la docència a les aules, en la formació universitària. Una possible proposta de reforç de la qualitat de la formació pràctica en l'àmbit de Comunicació es trobaria en la línia del que es va suggerir a les conclusions del seminari esmentat, on es va parlar del "concepte de 'pre-treballar'. Foment de casos pràctics a partir de casos reals de les empreses, com el model de les escoles de negoci (assumint rols reals en els processos formatius)" (AQU CATALUNYA, 2019, 2).

FITXA TÈCNICA

Enquesta al col·lectiu ocupador

Informació tècnica de la 3a edició de l'enquesta al col·lectiu ocupador (2021-2022)

| | |
|-------------------------------------|---|
| Població | Organitzacions susceptibles de poder haver contractat els darrers tres anys persones titulades recentment a les universitats situades a Catalunya |
| Marc mostral | Empreses, organitzacions i institucions que han signat un conveni de pràctiques i/o apareixen a les borses de treball de les universitats catalanes |
| Tipus d'enquesta | En línia. Software utilitzat: SurveyMonkey |
| Durada mitjana de l'enquesta | 6' 45" |

Resum de la resposta de la 3a edició de l'enquesta al col·lectiu ocupador (2021-2022)

| | |
|---|------------|
| Marc mostral (tots els sectors) | 29.865 |
| Població d'entitats ocupadores en l'àmbit de Comunicació | Desconegut |
| Resposta (tots els sectors) | 2.423 |
| Taxa de resposta (tots els sectors) | 8,11% |
| Resposta d'entitats ocupadores en l'àmbit de Comunicació | 149 |

REFERÈNCIES

AQU CATALUNYA (2022) [Activitats](#).

AQU CATALUNYA (2021) [La inserció laboral de les dones vint anys després de finalitzar els estudis universitaris](#). Barcelona: AQU Catalunya.

AQU CATALUNYA (2019) [Conclusions i propostes de millora de la jornada 'Reptes en la formació universitària en l'àmbit de la comunicació'](#). Barcelona: AQU Catalunya.

AQU CATALUNYA (2018) [L'opinió del col·lectiu ocupador sobre la formació de les persones titulades en l'àmbit de la Comunicació](#). Barcelona: AQU Catalunya.

BRENNAN, J. (2018) "Linking employability and internal quality assurance: How to make a difference for graduates". A: MARTIN, Michaela. *Quality and Employability in Higher Education: Viewing Internal Quality Assurance as a Level for Change*. París: UNESCO, pàg. 43-57.

BYRNE, C. (2022) "What determines perceived graduate employability? Exploring the effects of personal characteristics, academic achievements and graduate skills in a survey experiment". *Studies in Higher Education* 47 (1): 159-176.

COMISSIÓ EUROPEA (2022) [Proposal for a Council Recommendation on building bridges for effective European higher education cooperation](#). Estrasburg: Comissió Europea.

EFRON, B.; TIBSHIRANI, R. (1993) *An Introduction to the Bootstrap*. Boca Ratón: Chapman & Hall/CRC.

GROVES, Robert M. (2006) "Nonresponse Rates and Nonresponse Bias in Household Surveys". *Public Opinion Quarterly* 70 (5): 646-675. doi: 10.1093/poq/nfl033.

MANFREDA, K. L.; BOSNJAK, M.; BERZELAK, J.; HAAS, I.; VEHOVAR, V. (2008) "Web Surveys versus other Survey Modes: A Meta-Analysis Comparing Response Rates." *International Journal of Market Research* 50 (1): 79-104.

METERKO, M.; RESTUCCIA, J.; STOLZMANN, K.; MOHR, D.; BRENNAN, C.; GLASGOW, J.; KABOLI, P. (2015) "Response Rates, Nonresponse Bias, and Data Quality: Results from a National Survey of Senior Healthcare Leaders." *Public Opinion Quarterly* 79 (1): 130-144. doi: 10.1093/poq/nfu052.

RODRÍGUEZ ESPINAR, S.; PRADES NEBOT, A.; BASART CAPMANY, A. (2007) "Accions per facilitar la inserció laboral". A: RODRÍGUEZ ESPINAR, S. *Educació superior i treball a Catalunya: anàlisi dels factors d'inserció laboral*. Barcelona: AQU Catalunya, pàg. 329-365.

Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya
Juliol de 2022 · AQU-32-2022



Web: www.aqu.cat · Twitter: [@aqucatalunya](https://twitter.com/aqucatalunya)