

## SEGUIMIENTO DE TÍTULOS OFICIALES

**Título: Graduada/o en Publicidad y  
Relaciones Públicas**

CENTRO/s	propio	adscrito
<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AUTOINFORME	<input checked="" type="checkbox"/>	Data de aprobación: 11/10/2011
INFORME DEFINITIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	Data de aprobación: 27/10/2011

**Revisado y aprobado por la Comisión de Calidad el 27/10/2011**

Incluye los criterios establecidos en el Documento de la ACSUG  
*Seguimiento de Títulos oficiais*  
de febrero de 2011

## ÍNDICE

<b>1.- Datos de la Universidad y del título objeto de seguimiento</b>	Página 2
<b>2.- Información pública que la Universidad de Vigo facilita del título</b>	Página 3
2.1.- Información relevante del título	Página 3
2.3.- Información derivada de la valoración del Sistema de Garantía Interna de Calidad	Página 6
2.2.- Información referida a los indicadores	Página 9
2.2.1.- Indicadores mínimos que ayudan a la elaboración del informe anual de seguimiento	Página 9
2.2.2.- Indicadores incluidos en el SGIC y relación con el Seguimiento del Título	Página 13
2.2.3.- Indicadores de empleabilidad o inserción laboral de los titulados y las tituladas.	Página 16
Análisis de la adecuación entre los objetivos de aprendizaje y los requisitos profesionales	Página 21
<b>3.- Valoración del cumplimiento del proyecto establecido y los resultados obtenidos, detección de buenas prácticas, desviaciones y toma de decisiones</b>	Página 27
3.1.- Valoración del cumplimiento	Página 27
3.2.- Identificación de buenas prácticas y establecimiento de propuestas de mejora	Página 27
3.3.- Acceso a la información pública de los planes de mejora	Página 46
<b>4.- Acciones llevadas a cabo ante las recomendaciones establecidas en el informe final de verificación y en los sucesivos informes de seguimiento</b>	Página 53

## 1.- Datos de la Universidad y del título objeto de seguimiento

Denominación del título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		Rama de conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas
Códigos identificativos (aplicación Verifica y MEC)	VERIFICA: 807/2009 MEC: 2500467	Universidad solicitante	Universidad de Vigo	
Centro responsable de las enseñanzas conducentes al título o, en su caso, departamento o instituto	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación			
Centro/s donde se imparte o el título	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación			
En el caso de títulos interuniversitarios, universidad coordinadora y universidad/es participante/s				
Responsable/s del título	Juan Manuel Corbacho Valencia	Correo electrónico del responsable	<a href="mailto:sdfasoc@uvigo.es">sdfasoc@uvigo.es</a>	
Curso de implantación	2009/2010	Fecha última acreditación	05/05/2009	

## 2.- Información pública que la Universidad de Vigo facilita de cada uno de sus títulos.

### 2.1.- Información relevante del título.

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo cuenta con una web propia en la que se recoge la información relevante del título. De esta forma el estudiante interesado en informarse sobre el título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas cuenta con dos vías de acceso a los datos fundamentales de estos estudios, la página web de la Universidad y la del propio centro:

#### A. Página web de la Universidad de Vigo

A través del apartado de "Estudios y titulaciones" de la página web de la Universidad de Vigo (<http://www.uvigo.es>) se accede a una ficha básica sobre el título (ANEXO 1).

El enlace [http://webs.uvigo.es/vicprof/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1527&Itemid=572](http://webs.uvigo.es/vicprof/index.php?option=com_content&task=view&id=1527&Itemid=572) incluye, por tanto los datos que recogemos en la siguiente ficha.

#### Ficha 1. Información sobre el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas- web de la Universidad de Vigo

descripción del título	Denominación	Sí
	Rama de conocimiento	Sí
	UNIVERSIDAD solicitante	Sí
	Centro responsable de las enseñanzas conducentes al título, o en su caso, departamento o instituto	Sí
	Centro/s donde se imparte el título	Sí
	En el caso de títulos interuniversitarios, UNIVERSIDAD coordinadora y UNIVERSIDAD/ES participante/s	---
	Tipo de enseñanza	No
	Régimen de estudio	No
	Periodicidad de la oferta	Sí
	Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas	Sí
	Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo	No
	Normas de permanencia	No
	Información sobre la expedición del Suplemento Europeo al Título	No
	Responsable del título	No
	Coordinador/a del título	No
	Fecha de la autorización de la implantación del título por la Xunta de Galicia	Sí
	Fecha de publicación BOE	Sí
	Fecha última acreditación	No
Memoria vigente del título	Sí	
Informe final de evaluación previo a la verificación	No	

De esta forma resulta claro que la página web de la Universidad ofrece tan sólo la información administrativa básica sobre este título, remitiendo al contacto (vía mail) del decanato del centro ([sdfasoc@uvigo.es](mailto:sdfasoc@uvigo.es)) y a la propia página web que, como veremos a continuación, cumplimenta los datos necesarios.

**B. Página web del centro**

La página web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<http://www.csc.uvigo.es>) cumplimenta la información necesaria para contar una visión general sobre el título. De esta forma, y tal y como se indica en la siguiente ficha, la información está ubicada en los links recopilados.

**Ficha 2. Información sobre el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas- web de la Facultad**

<b>Descripción del título</b>	Denominación	Link 1
	Rama de conocimiento	Link 1
	UNIVERSIDAD solicitante	Link 1
	Centro responsable de las enseñanzas conducentes al título, o en su caso, departamento o instituto	Link 1
	Centro/s donde se imparte el título	Link 1
	En el caso de títulos interuniversitarios, UNIVERSIDAD coordinadora y UNIVERSIDAD/ES participante/s	Link 1
	Tipo de enseñanza	Link 1
	Régimen de estudio	Link 1
	Periodicidad de la oferta	Link 1
	Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas	Link 1
	Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo	Link 1
	Normas de permanencia	Link 1
	Información sobre la expedición del Suplemento Europeo al Título	Link 1
	Responsable del título	Link 1
	Coordinador/a del título	Link 1
	Fecha de la autorización de la implantación del título por la Xunta de Galicia	Link 1
	Fecha de publicación BOE	Link 1
Fecha última acreditación	Link 1	
Memoria vigente del título	Link 1	
Informe final de evaluación previo a la verificación	Link 15	

<b>Justificación</b>	Justificación del título propuesto, argumentando su interés académico, científico o profesional	Link 2
	Referentes externos a la UNIVERSIDAD	Link 2
	Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios	Link 2
	Procedimiento documentado para el establecimiento, revisión y actualización de la política y los objetivos de la calidad	Link 2
	Política de calidad	Link 2
	Objetivos de calidad	Link 2
	Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)	s/d

<b>Competencias/Objetivos</b>	Objetivos del título	Link 3
	Competencias generales que los/as estudiantes deben adquirir durante sus estudios, y que sean necesarias para otorgar el título	Link 3
	Competencias específicas que los/as estudiantes deben adquirir durante sus estudios, y que sean necesarias para otorgar el título	Link 3
	Procedimiento documentado para la definición, revisión y mejora de los objetivos del plan de estudios	s/d
	Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)	s/d

<b>Acceso y admisión de estudiantes</b>	Demanda	Link 4
	Matrícula	Link 4
	Información previa a la matriculación sobre acceso y admisión (criterios de acceso y admisión)	Link 4
	Procedimientos de acogida y orientación de los/as estudiantes de nuevo ingreso	Link 4
	Condiciones o pruebas de acceso especiales, si existen	---
	Información sobre el apoyo y orientación a los/as estudiantes	Link 4
	Información sobre la transferencia y reconocimiento de créditos	Link 4
	Información sobre el curso puente o de adaptación (diseño curricular, criterios y condiciones de acceso), si existe	---
	Información sobre los complementos formativos necesarios, en función de la formación previa acreditada por el/la estudiante, se fuera el caso	---
	Procedimiento documentado para la selección, admisión y matriculación de estudiantes	---
	Procedimiento documentado para la orientación a los/as estudiantes	Link 4
	Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)	s/d

<b>Planificación de las enseñanzas</b>	Estructura del programa formativo: denominación del módulo o materia, contenido en créditos ECTS, organización temporal, carácter obligatorio u optativo	Link 5
	Distribución temporal	Link 5
	Horarios	Link 11
	Mecanismos de coordinación docente	Link 12
	Infraestructuras	Link 5
	Guías docentes/ Programación docente	Link 10
	Sistema de evaluación	Link 5
	Trabajo de fin de grado/ máster (Comisión, convocatorias, etc.)TFG/TFM	s/d
	Prácticas externas/ profesionales	s/d
	Procedimiento documentado para la planificación y desarrollo de la enseñanza	s/d
	Procedimiento documentado para la revisión y mejora del título	s/d
	Procedimiento documentado de la oferta formativa	s/d
	Composición, funciones y responsabilidades de la comisión académica del título	s/d
	Criterios de suspensión del título	s/d
	Desarrollo de la enseñanza	s/d
	Procedimiento documentado para la suspensión del título	s/d
	Procedimiento documentado para la gestión de incidencias, reclamaciones y sugerencias	Link 5
	Procedimiento documentado para la expedición de títulos oficiales	s/d
	Perfil de ingreso recomendado	Link 5
	Perfil de egreso	Link 3
	Normativa académica del curso	Link 1
	Baremo empleado en el proceso de admisión	s/d
	Calendario de pre-inscripción	Link 4
	Listados de admitidos/excluidos (provisional, definitivo)	s/d
	Información sobre el seguro escolar	s/d
	Información sobre el servicio de asesoramiento y promoción del/de la estudiante	s/d
	Información sobre el servicio de apoyo al empleo	s/d
	Información sobre cursos a estudiantes	Link 6
	Información sobre actividades culturales, deportivas y de voluntariado	Link 6
	Información sobre la movilidad	pendiente
	Información sobre las prácticas externas, si las hubiese	s/d
	Información sobre el plan de acción tutorial	Link 14
	Normativa académica	Link 7
Procedimiento documentado de los perfiles de ingreso/egreso y captación de estudiantes	s/d	

	Procedimiento documentado para la selección, admisión y matriculación de estudiantes	s/d
	Procedimiento documentado de orientación a los/as estudiantes	s/d
	Procedimiento documentado de movilidad de los/as estudiantes	s/d
	Procedimiento documentado de prácticas externas, si las hubiese	s/d
	Procedimiento documentado de orientación profesional	s/d
	Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)	s/d

<b>Recursos humanos</b>	Descripción del profesorado	Link 8
	Descripción de otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios	Link 8
	Procedimiento documentado de la política del PDI y PAS	s/d
	Procedimiento documentado de la gestión del PDI y PAS (captación, selección, formación, evaluación)	s/d
	Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)	s/d

<b>Recursos materiales y servicios</b>	Aulas y seminarios	s/d
	Espacios del personal académico	s/d
	Laboratorios	s/d
	Salas de informática	s/d
	Salas de estudio	s/d
	Otros espacios para los/as estudiantes	s/d
	Biblioteca	Link 9
	Servicios disponibles	Link 9
	Espacios para los/as representantes de estudiantes	s/d
	Otros equipamientos	Link 16
	Procedimiento documentado de la gestión de los recursos materiales	s/d
	Procedimiento documentado sobre la gestión de los servicios	s/d
Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)	s/d	

<b>Resultados previstos</b>	Tasa de rendimiento	s/d
	Tasa de abandono	s/d
	Tasa de eficiencia	s/d
	Tasa de graduación	s/d
	Otras tasas que el título hace públicas (SGIC)	s/d
	Tasas de inserción laboral	s/d
	Procedimiento documentado para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los/as estudiantes	Link 13
	Procedimiento documentado de satisfacción, expectativas y necesidades	Link 13
	Procedimiento documentado para la evaluación del aprendizaje	Link 13
	Procedimiento documentado para el control de resultados académicos	Link 13
	Procedimiento documentado para la definición, revisión y mejora de los objetivos del plan de estudios	Link 13
	Procedimiento documentado de información pública	Link 13
	Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)	s/d

### Índice de links

<b>Link 1</b>
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos</a>
<b>Link 2</b>
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/xustificacion">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/xustificacion</a>
<b>Link 3</b>

<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/obxectivos">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/obxectivos</a>
Link 4
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/acceso-e-admision">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/acceso-e-admision</a>
Link 5
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/planificacion">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/planificacion</a>
Link 6
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/inicio">http://csc.uvigo.es/index.php/inicio</a>
Link 7
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/informacion-xeral">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/informacion-xeral</a>
Link 8
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/profesorado">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/profesorado</a>
Link 9
<a href="http://webs.uvigo.es/csc/index.php/servizos/biblioteca">http://webs.uvigo.es/csc/index.php/servizos/biblioteca</a>
Link 10
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/quias-docentes">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/quias-docentes</a>
Link 11
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/horarios">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/horarios</a>
Link 12
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/coordinacion">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/coordinacion</a>
Link 13
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/politica-de-calidade">http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/politica-de-calidade</a>
Link 14
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/pat">http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/pat</a>
Link 15
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/informe-acsug">http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/informe-acsug</a>
Link 16
<a href="http://csc.uvigo.es/index.php/servizos/servizos-audiovisuais">http://csc.uvigo.es/index.php/servizos/servizos-audiovisuais</a>

### 2.3.- Información derivada de la valoración del Sistema de Garantía Interna de la Calidad.

Además de la información anterior, existe en la página web del centro (<http://www.csc.uvigo.es>) un apartado específico para los datos referidos del Sistema de Garantía de Galicia. Sistema que es gestionado a través del propio vicedecanato de esta área y de la Comisión de Garantía de Calidad que funciona, en el caso de este centro, desde el curso 2007-2008. De esta forma, todos los datos recogidos en la siguiente ficha está recopilados en el link interno: <http://csc.uvigo.es/index.php/calidade>

**Ficha 3. Información sobre el Sistema de Garantía de Calidad en la página web del centro**

<b>Sistema de garantía de calidad</b>	Órgano responsable del sistema de garantía da calidade del título
	De ser el caso, planificación estratégica
	Procedimientos documentados de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado
	Procedimientos documentados para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad
	Procedimientos documentados de análisis de la inserción laboral de los/as graduados/as y de la satisfacción con la formación recibida
	Procedimiento documentado para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.)
	Procedimiento documentado para el análisis y atención a las sugerencias o reclamaciones
	Procedimiento documentado de suspensión/extinción del título
	Manual del SGIC
	Informe final de certificación del SGIC
	Listado de documentos en vigor del SGC
	Plan de mejora (como mínimo será público para estudiantes y personal del centro)

Por último, y relacionado con aspectos de calidad del título, debemos hacer referencia al calendario de implantación de este Grado. El proceso de seguimiento es de aplicación en todos los títulos oficiales implantados en las universidades del Sistema Universitario de Galicia (SUG) y suponen un condicionante claro de este calendario de implantación. De hecho el periodo de seguimiento va desde el momento de la implantación del título hasta el momento en que dicho título se deba someter a evaluación para renovar su acreditación (antes de seis años en los títulos de Grado y Doctorado; antes de cuatro años para los Másteres), momento en que comenzará de nuevo el ciclo tras la mencionada renovación. El seguimiento y acreditación de los títulos verificados por el procedimiento establecido en el Real Decreto 1393/2007 supone que en el caso del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas –al haber comenzado su implantación en el curso 2009-2010 – deba ser sometido a acreditación en el curso de 2014-2015.

Sin embargo, esta información no ha sido administrada por la Universidad de Vigo hasta las pasadas semanas hecho por el cuál no ha sido todavía recogido en la página web de centro la información fundamental sobre estas cuestiones (Ficha 4). Datos que, sin embargo, están establecidos en la memoria del título disponible en la página web de la Universidad de Vigo en el siguiente link:

[http://webs.uvigo.es/vicprof/images/documentos/MEMORIAS\\_DEFINITIVAS/UVIGrado\\_Publicidad\\_y\\_relaciones\\_publicas.pdf](http://webs.uvigo.es/vicprof/images/documentos/MEMORIAS_DEFINITIVAS/UVIGrado_Publicidad_y_relaciones_publicas.pdf)

**Ficha 4. Información básica sobre el calendario de implantación del título**

<b>Calendario de implantación</b>	Cronograma de implantación del título
	Información sobre la adaptación, en su caso, de los/as estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios
	Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto

**2.2.- Información referida a los indicadores.**

**2.2.1.- Indicadores mínimos que ayudan a la elaboración del informe anual de seguimiento**, así como mecanismos de recogida de la información y el análisis e interpretación de los valores obtenidos:

Código	ISV1 SGIC: IN05- PC02	Fecha de actualización					
Denominación	<b>TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO</b>						
Valores obtenidos en el curso analizado e histórico							
Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores estimados en la Memoria vigente del título	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>s/d</b>	Hombres: 95,59 Mujeres: 92,28	Hombres: 89,85 Mujeres: 89,86				
<b>Análisis e interpretación de los valores obtenidos:</b>							
<p>La memoria del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, vigente en la actualidad, no recogía este parámetro entre los aportados para intentar marcar los resultados previstos para el título. Este hecho se debe a que dicho parámetro no se encontraba tampoco en el Sistema de Garantía Interno de Calidad que en el parámetro de medición PM 01 (referido a medición, análisis y mejora) permitía establecer una secuencia de actuación y evaluación constante del centro y la titulación.</p> <p>En cualquier caso, a través de las bases de dato de la Universidad de Vigo contamos ahora con este indicador que se emplea para identificar las dificultad que encuentran los alumnos para superar las materias del plan de estudio. Los valores conseguidos en los dos primeros cursos evaluados superan la media de este indicador en la rama de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo (aproximadamente al 75%).</p>							

Código	ISV2 SGIC: IN01-PC02	Fecha de actualización					
Denominación	<b>TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO</b>						
Valores obtenidos en el curso analizado e histórico							
Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores estimados en la Memoria vigente del título	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	-20%	2%					
<p><b>Análisis e interpretación de los valores obtenidos:</b></p> <p>La tasa de abandono se refiere a la relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior. Es decir, se refiere al porcentaje de estudiantes que abandonan el Grado. En este caso, la memoria del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas establecía que el índice debería ser inferior al 20% de los matriculados.</p> <p>En el primer curso en el que esta tasa fue valorada para en Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (según datos de la Universidad de Vigo) la cifra se situó en un 2%. A falta de realizar un seguimiento más prolongado de esta tasa, el primer indicador recogido resulta muy positivo, sobre todo si tenemos en cuenta que en lo referido a la licenciatura se establece en un 20% de abandono para el curso 2009-2010 y en un 23% para el 2010-2011.</p>							

Código	ISV3 SGIC: IN03-PC02	Fecha de actualización					
Denominación	<b>TASA DE EFICIENCIA DEL TÍTULO</b>						
Valores obtenidos en el curso analizado e histórico							
Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores estimados en la Memoria vigente del título	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	+85%						

**Análisis e interpretación de los valores obtenidos:**

La tasa de eficiencia del título se refiere a la relación porcentual entre el número total de créditos teóricos del plan de estudios en los que se han matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de estudiantes graduados en un determinado curso académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse. De esta forma se determina la eficiencia en el sentido de ejecutar el grado en el periodo de tiempo marcado. En la memoria del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se establecía este parámetro en más del 85%.

Sin contar todavía con los datos oficiales de esta tasa (que no estarán disponibles hasta la primera promoción de egresados), los primeros curso del Grado se han caracterizado por un alto índice de eficiencia. De hecho, si observamos los datos de matrícula de las distintas materias, recogidos en la siguiente tabla, la cifra máxima de alumnos que deben realizar la segunda matrícula nunca es superior a un 10% de los matriculados, por lo que la tasa de eficiencia – si continua esa tendencia – no superaría el 85% marcado en la memoria.

	2009-2010		2010-2011		
	Alumnos nuevo acceso: 108		Alumnos nuevo acceso: 99		
	Primera matrícula	Matrícula total	Primera matrícula	Segunda matrícula	Matrícula total
Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade	108	108	99	0	99
Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	108	108	99	0	99
Comunicación: Comunicación escrita	108	108	100	9	109
Comunicación: Teoría e historia da comunicación	108	108	99	0	99
Economía: Economía	108	108	99	2	101
Empresa: Fundamentos de organización e xestión empresarial	108	108	99	4	104
Lingua: Linguaxe publicitaria en español	86	86	74	1	75
Lingua: Linguaxe publicitaria en galego	22	22	28	1	28
Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida	108	108	100	10	110
Teoría e práctica da comunicación publicitaria	108	108	100	1	101
Teoría e práctica das 11 relación públicas	108	108	100	6	106
Administración pública e análise estatística			108		108
Comunicación: Imaxe corporativa			108		108
Creatividade publicitaria			107		107
Elaboración da mensaxe publicitaria			107		107
Empresa: Fundamentos de mercadotecnia			108		108
Estratexias da comunicación publicitaria			107		107
Estructuras y actividad de la agencia de publicidad			107		107
Redacción e locución publicitaria			106		106
Teoría e práctica da comunicación televisiva			106		106
Teoría e práctica da fotografía publicitaria			107		107

Código	ISV4 SGIC: IN02-PC02	Fecha de actualización					
Denominación	<b>TASA DE GRADUACIÓN DEL TÍTULO</b>						
Valores obtenidos en el curso analizado e histórico							
Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores estimados en la Memoria vigente del título	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	+45%						

**Análisis e interpretación de los valores obtenidos:**

La tasa de graduación se refiere al porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios (d) o en un año académico más (d+1) en relación con su cohorte de entrada. Esta tasa estaba marcada en la Memoria del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en más del 45%.

Aunque esta tasa no puede aplicarse hasta que no se cuente con la primera promoción de graduados, podemos realizar una medición inicial basada en el número de estudiantes que han superado las materias correspondientes en cada curso académico. De esta forma si tomamos como referencia lo sucedido en el primer año de implantación del grado (tal y como se recoge en la tabla siguiente), el índice de éxito, referido a la superación de las materias, arroja una media del 96,7%. Esta tendencia, de continuar en los siguientes años, permitiría obtener una tasa de graduación adecuada a los objetivos marcados en la memoria.

Materia (Curso 2009-2010)	Alumnos Matriculados	Alumnos aprobados	Tasa de éxito (%)
Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade	108	108	100
Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	108	108	100
Comunicación: Comunicación escrita	108	99	91,6
Comunicación: Teoría e historia da comunicación	108	108	100
Economía: Economía	108	106	98,1
Empresa: Fundamentos de organización e xestión empresarial	108	104	96,2
Lingua: Linguaxe publicitaria en español	86	85	98,8
Lingua: Linguaxe publicitaria en galego	22	21	95,4
Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida	108	98	90,7
Teoría e práctica da comunicación publicitaria	108	107	99,0
Teoría e práctica das relacións públicas	108	102	94,4
		Media	96,7

**2.2.2.- Indicadores incluídos en el SGIC y relación con el Seguimiento del Título.**

Cr.	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador que mide el proceso		Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores obtenidos en el curso analizado e histórico					
			Código	Denominación	Código	Denominación		2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15
1	Diseño de la Oferta Formativa	PE03 Diseño de la Oferta Formativa	IT0X-PE03	Propuesta programa formativo de grado		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible Acta 1	Disponible Acta 2	Disponible Acta 3			
			IT0X-PE03	Propuesta formativa de posgrado	--	--	--	--					
2	Def/Rev de Política y Objetivos de Calidad	PE01 Política y Objetivos de Calidad	MSGIC04	Capítulo 4 Manual de Calidad	IN01-PC12 (*3)	Grado de cumplimiento de los objetivos de la calidad (*3)	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible Acta 4	Disponible Acta 4				
			IT01-PE01	Propuesta de Política y Objetivos de Calidad									
			IT03-PE01 (*1)	Acta de aprobación de la política y objetivos de calidad (*1)									
3	Def/Revisión de Perfiles	PC03 Def. de Perfiles y Captación de Estudiantes	IT0X-PC03	Propuesta de Perfil de Egreso		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible Acta 5	No Disponible				
			IT0X-PC03	Rev/Aprob Perfil de Egreso (*1)		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales de la Comunicación	Disponible Acta 6	No Disponible				
	Medición, Análisis y Mejora de las Titulaciones	PM01 Medición, Análisis y Mejora	IT01-PM01	Informe de resultados anuales de las titulaciones del centro	IN05-PC02 (*3)	Tasa de rendimiento desagregado por sexo y cohorte (*3)	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	H: 95,59 M: 92,28	H: 89,85 M: 89,86				
					IN01-PC02 (*3)	Tasa de abandono desagregado por sexo y cohorte (*3)	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Datos pendientes	Datos pendientes				
					IN02-PC02 (*3)	Tasa de graduación desagregado por sexo por cohorte	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No aplicable	No aplicable				
					IN04-PC02 (*3)	Tasa de éxito desagregado por sexo (*3)	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	H:97,22 M:94,79	H: 95,09 M:94,95				

Cr.	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador que mide el proceso		Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores obtenidos en el curso analizado e histórico							
			Código	Denominación	Código	Denominación		2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15		
					IN03-PC02 (*3)	Tasa de eficiencia desagregado por sexo (*3)	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No aplicable	No aplicable						
	Captación de Estudiantes	PC03 Def. de Perfiles y Captación de Estudiantes	IT0X-PC03	Plan de Promoción Captación del Centro		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No Disponible	No Disponible						
4	Selección-Admisión de estudiantes	PC04 Selección-Admisión y Matriculación de Estudiantes	IT0X-PC04	Propuesta de Política, Criterios y Procedimientos de Selección-Admisión de estudiantes	IN04-PC04	Nº de Plazas de nuevo ingreso ofertadas	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	100	100						
					IN05-PC04	Ratio de plazas demandadas/ Ofertadas	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	100%	100%						
			IT0X-PC04 (*1)	Acta de aprobación de Política, Criterios y Procedimientos de Selección-Admisión de estudiantes (*1)	IN07-PC04	Vía de Acceso a los estudios desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Hombres: 26 FP: 3 PAU: 21 Otros: 2 Mujeres: 82 FP: 5 PAU: 77 Otros: 0	Hom.: 34 FP: 9 PAU: 25 Otros: 0 Mujeres: 66 FP: 7 PAU: 57 Otros: 2	Hom.: 28 FP: 4 PAU: 22 Otros: 2 Muj.: 74 FP: 14 PAU: 60 Otros: 1					
					IN08-PC04	Nota media de acceso desagregados por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	H: 6,79 M: 7,08 T: 6,93	H: 8,45 M: 8,71 T: 8,58	H: 8,61 M: 8,76 T: 8,68					
					IN09-PC04	Variación de la matrícula de nuevo ingreso en el 1º curso respecto al curso anterior desagregado por sexo <sup>1</sup>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 0 M: 0 T: 0	H: 0 M: 0 T: 0					
				IT0X-PC04	Listado definitivo de Alumnos admitidos	IN07-PM01	Grado de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 4,86 M: 5,07 T: 5,96					
	Orientación al Estudiante	PC05 Orientación al Estudiante	IT01-PC05	Acciones de orientación planificadas (PAT)		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible Acta 7	No disponible						

<sup>1</sup> La matrícula ha sido cubierta en su totalidad en todos los cursos

Cr.	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador que mide el proceso		Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores obtenidos en el curso analizado e histórico								
			Código	Denominación	Código	Denominación		2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15			
			IT02-PC05 (*1)	Acta de aprobación del programa de orientación del centro (*1)		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible Acta 7	No disponible							
5	Def. de Perfiles y Captación de Estudiantes	PC03 Def. de Perfiles y Captación de Estudiantes	IT0X-PC03	Propuesta de Perfil de Ingreso		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible en Memoria del Grado <a href="#">link externo 2</a>								
			IT0X-PC03	Rev/Aprob Perfil de Ingreso (*1)		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible en el Sistema de Garantía Interna de Calidad								
	Selección-Admisión y Matriculación de Estudiantes	PC04 Selección-Admisión y Matriculación de Estudiantes	IT0X-PC04 (*2)	Listado definitivo de Alumnos admitidos (*2)	IN04-PC04	Nº de Plazas de nuevo ingreso ofertadas (*3)		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	100	100	100					
					IN05-PC04	Ratio de plazas demandadas/Ofertadas (*3)		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	H: M: T:							
					IN07-PC04	Vía de Acceso a los estudios desagregado por sexo (*3)		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Hombres: 26 FP: 3 PAU: 21 Otros: 2 Mujeres: 82 FP: 5 PAU: 77 Otros: 0	Hom.: 34 FP: 9 PAU: 25 Otros: 0 Mujeres: 66 FP: 7 PAU: 57 Otros: 2	Hom.: 28 FP: 4 PAU: 22 Otros: 2 Muj.: 74 FP: 14 PAU: 60 Otros: 1					
					IN08-PC04	Nota media de acceso desagregados por sexo (*3)		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	H: 6,79 M: 7,08 T: 6,93	H: 8,45 M: 8,71 T: 8,58	H: 8,61 M: 8,76 T: 8,68					
					IN09-PC04	Variación porcentual da matrícula de nuevo ingreso en el 1º curso respecto al curso académico anterior desagregado por sexo (*3)		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 0 M: 0 T: 0	H: 0 M: 0 T: 0					
					IN07-PM01	Grado de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 4,86 M: 5,07 T: 5,96						

Cr.	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador que mide el proceso		Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores obtenidos en el curso analizado e histórico						
			Código	Denominación	Código	Denominación		2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	
						matriculación desagregado por sexo (*3)								
	Orientación al Estudiante	PC05 Orientación al Estudiante	IT01-PC05 (*2)	Acciones de orientación planificadas (PAT) (*2)		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible en Memoria del Grado <a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudios">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudios</a> Disponible en el Sistema de Garantía Interna de Calidad						
	Planificación y Desarrollo de la Enseñanza	PC06 Planificación y Desarrollo de la Enseñanza	IT0X-PC06	Guías Docentes	IN10-PM01	Grado de satisfacción de los estudiantes con la planificación y desarrollo enseñanza desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 4,42 M: 4,28 T: 4,35					
			IT0X-PC06	Informe/medidas de Coordinación Emprendidas	IN14-PM01	Grado de satisfacción del PDI con la planificación y desarrollo enseñanza desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 5,32 M: 5,08 T: 5,20					
	Movilidad de Estudiantes	PC08 Gestión y Revisión de la Movilidad de Estudiantes Enviados	IT0X-PC08	Convocatoria programas de movilidad	IN02-PC08	Porcentaje de estudiantes que siguen el programa de movilidad sobre el total solicitantes del mismo desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 0 M: 100% T: 100%					
			IT0X-PC08	Documento Informativo de los programas de movilidad										
			IT0X-PC08	Lista anual de alumnado seleccionado para los programas de movilidad	IN09-PM01	Grado de satisfacción de los estudiantes participantes en programas de movilidad desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 4,14 M: 4,00 T: 4,07					
		PC09 Gestión y Revisión de la Movilidad de Estudiantes Recibidos	IT0X-PC09	Documento Informativo para estudiantes recibidos a través de programas de movilidad			Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No disponible	No disponible					

Cr.	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador que mide el proceso		Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores obtenidos en el curso analizado e histórico						
			Código	Denominación	Código	Denominación		2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	
	Gestión de Prácticas Externas	PC10 Gestión y Revisión de Prácticas Externas Integradas en el Plan de Estudios	IT0X-PC10	Documento Informativo de las prácticas	IN02-PC10	Tasa de participación en prácticas en empresas	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No aplicable	No aplicable					
					IN03-PC10	Porcentaje de estudiantes completan las prácticas externas sobre el total de solicitantes de las mismas desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No aplicable	No aplicable					
			IT0X-PC10	Listado de Alumnos y Tutores de Prácticas	IN04-PC10	Número de empresas con convenio para realizar las prácticas	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible en Coordinación de prácticas	Disponible Coord. de prácticas					
6	Política de PDI y PAS	PE02 Política de PDI y PAS			IN02-PM01	Grado de satisfacción del PAS (con la formación recibida, puesto de trabajo, espacios, recursos, etc.) desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No disponible	No disponible					
	Gestión de Recursos Humanos	PA05 Captación, selección y formación del PDI y PAS				Perfil del profesorado desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 20 M: 10 T: 30					
		PA06 Evaluación, Promoción, Reconocimiento e Incentivos del PDI y PAS			IN01-PC06	Porcentaje de docencia impartida por profesorado doctor acreditado con relación al volumen total de la misma en períodos docentes implantados	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Horas Totales: 1500 horas Horas profesorado doctor: 1350 horas Porcentaje: 90%	Horas totales: 3000 horas Horas profesorado doctor: 2550 horas Porcentaje: 85%					

Cr.	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador que mide el proceso		Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores obtenidos en el curso analizado e histórico						
			Código	Denominación	Código	Denominación		2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	
7	Gestión de Recursos Materiales	PA07 Gestión de Recursos Materiales	IT01-PA07	Criterios de Selección de Recursos Materiales y Proveedores	IN11-PM01	Grado de satisfacción de los estudiantes con los recursos de apoyo a la enseñanza desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 5,53 M: 4,50 T: 5,02					
						Grado de satisfacción del PDI con los servicios de apoyo a la enseñanza desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		H: 6,63 M: 4,63 T: 5,63					
	Gestión de Servicios	PA08 Gestión de Servicios				No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No disponible	No disponible					
8	Gestión y Revisión de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias	PA04 Gestión y Revisión de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias	IT01-PA04	Sistema de Atención de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible en Memoria del Grado <a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-relacions-publicas/plan-de-estudos">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-relacions-publicas/plan-de-estudos</a> Disponible en el Sistema de Garantía Interna de Calidad						
	Medición, Análisis y Mejora	PM01 Medición, Análisis y Mejora	IT01-PM01 (*2)	Informe de resultados anuales de las titulaciones del centro (Indicadores, Resultados de Encuestas, Quejas y Sugerencias, ...) (*2)	IN05-PC02	Tasa de rendimiento desagregado por sexo y cohorte	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	H: 95,59 M: 92,28	H: 89,85 M: 89,86					
					IN01-PC02	Tasa de abandono desagregado por sexo y cohorte	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No aplicable	No aplicable					
			IT0X-PM01	Informe de seguimiento de los Objetivos de Calidad	IN02-PC02	Tasa de graduación desagregado por sexo por cohorte	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No aplicable	No aplicable					
					IN04-PC02	Tasa de éxito desagregado por sexo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	H:97,22 M:94,79	H: 95,09 M:94,95					
IN03-PC02	Tasa de eficiencia desagregado	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No disponible	No disponible										

Cr.	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador que mide el proceso		Centro/s al/a los que está adscrito el Título	Valores obtenidos en el curso analizado e histórico						
			Código	Denominación	Código	Denominación		2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	
						<b>por sexo</b>								
	Información Pública	<b>PC13</b> Información Pública	IT01-PC13	Plan de Información Difusión		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible en Memoria del Grado <a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudios">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudios</a>						
9	Garantía de Calidad	<b>PC01</b> Garantía de Calidad de los Programas Formativos	SGIC	Documentación en Vigor	<b>IN01-PC12</b>	<b>Grado de cumplimiento de los objetivos de la calidad</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible Acta 8	Disponible Acta 8	Disponible Acta 8				
			IT01-PC01	Composición de la CGIC				Disponible Link 1	Disponible Link 1	Disponible Link 1				
			IT03-PC01	Plan de Trabajo de la CGIC				No disponible	No disponible	No disponible				
	Suspensión de un título	<b>PA02</b> Suspensión dun título	IT0X-PA02	Informe de Suspensión dun Título		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	No aplicable	No aplicable					
	Gestión y Revisión de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias	<b>PA04</b> Gestión y Revisión de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias	IT01-PA04 (*2)	Sistema de Atención de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias (*2)		No hay indicadores específicos	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponible en Memoria del Grado <a href="http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudios">http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudios</a> Disponible en el Sistema de Garantía Interna de Calidad						
10														

**\*1 Acta \*2 Evidencia recogida en más de un criterio \*3 Indicador de varios procesos**

**Tabla. Referencias de las Actas indicadas**

<b>Denominación del documento</b>	<b>Contenido</b>	<b>Fecha</b>
Acta 1	Acta de aprobación del encargo docente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (2009-2010) Junta de Facultad	10/03/2009
Acta 2	Acta de aprobación del encargo docente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (2010-2011) Junta de Facultad	04/03/2010
Acta 3	Acta de aprobación del encargo docente del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (2011-2012) Junta de Facultad	25/06/2011
Acta 4	Acta de reunión de la Comisión de calidad del centro. Aprobación Sistema de Garantía Interno de Calidad	20/12/2007
Acta 5	Acta de la Comisión Académica del título. Propuesta de perfiles profesionales	04/06/2008
Acta 6	Acta de la Comisión Académica del título. Aprobación de perfiles profesionales	16/06/2008
Acta 7	Acta de aprobación del Plan de Acción Tutorial. Junta de Facultad	25/06/2009
Acta 8	Acta de aprobación do SGIC. Junta de Facultad	23/05/2008
Link 1	Composición Comisión: <a href="http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/comision-de-calidade">http://csc.uvigo.es/index.php/calidade/comision-de-calidade</a>	

**2.2.3.- Indicadores de empleabilidade o inserción laboral de los titulados.**

Debemos tener en cuenta que, a día de hoy, tan sólo se han implantado tres de los cuatro curso del Grado, por esa razón resulta imposible realizar estudios de inserción laboral ya que aún no se dispone de egresados de este título.

Centro/s al/ a los que está adscrito el Título	Criterio	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Indicador de inserción laboral que mide el proceso		Valores obtenidos para el curso analizado e histórico					
				Código	Denominación	Denominación		2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
	8	Inserción Laboral de los Titulados	PC11 Gestión y Revisión de la Inserción Laboral	IT0X-PC11	Informe de Inserción Laboral	IN05-PC11	Tiempo medio transcurrido hasta encontrar el primer empleo tras el remate de la carrera <b>desagregado por sexo</b> Porcentaje de titulados que trabajan, estudian y opositan <b>desagregado por sexo</b>						
IN08-PC11													

Centro/s al/ a los que está adscrito el Título	Criterio	Proceso	Procedimiento del SGIC	Evidencia de cumplimiento		Otros Indicadores de empleabilidad que miden el proceso	Valores obtenidos para el curso analizado e histórico					
				Código	Denominación		2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
	8		PC11 Gestión y Revisión de la Inserción Laboral			Tipo de contratación de los titulados desagregado por sexo (*1)						
					Porcentaje de titulados que trabajan en actividades relacionadas con sus estudios desagregado por sexo (*1)							
					Valoración de las competencias, conocimientos y actitudes requeridos para la consecución de un empleo desagregado por sexo (*1)							
					Valoración de las vías de búsqueda de empleo (*1)							

\*1 Propuesta de indicador que podría ser empleado (no incluido en el SGIC pero propuesto anteriormente por ACSUG; se están actualizando por REACU/CURSA)

## **Análisis de la adecuación entre los objetivos de aprendizaje y los requerimientos profesionales:**

La licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas se implantó hace 15 años en la Universidad de Vigo para formar a técnicos en una especialidad que estaba siendo demandada por el mercado pero no atendida desde la formación superior. Durante los años siguientes, los índices de inserción resultaron correctos y justificaron la continuidad de estos estudios en el correspondiente Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

La importancia de los títulos universitarios es clara en el actual mercado laboral. Según Adecco Profesional e Infoempleo, en 2010 de las más de 198.500 ofertas de empleo cualificado a las que tuvieron acceso, casi la mitad requerían una titulación universitaria concreta, lo que supone que los universitarios siguen liderando la oferta de empleo cualificado.

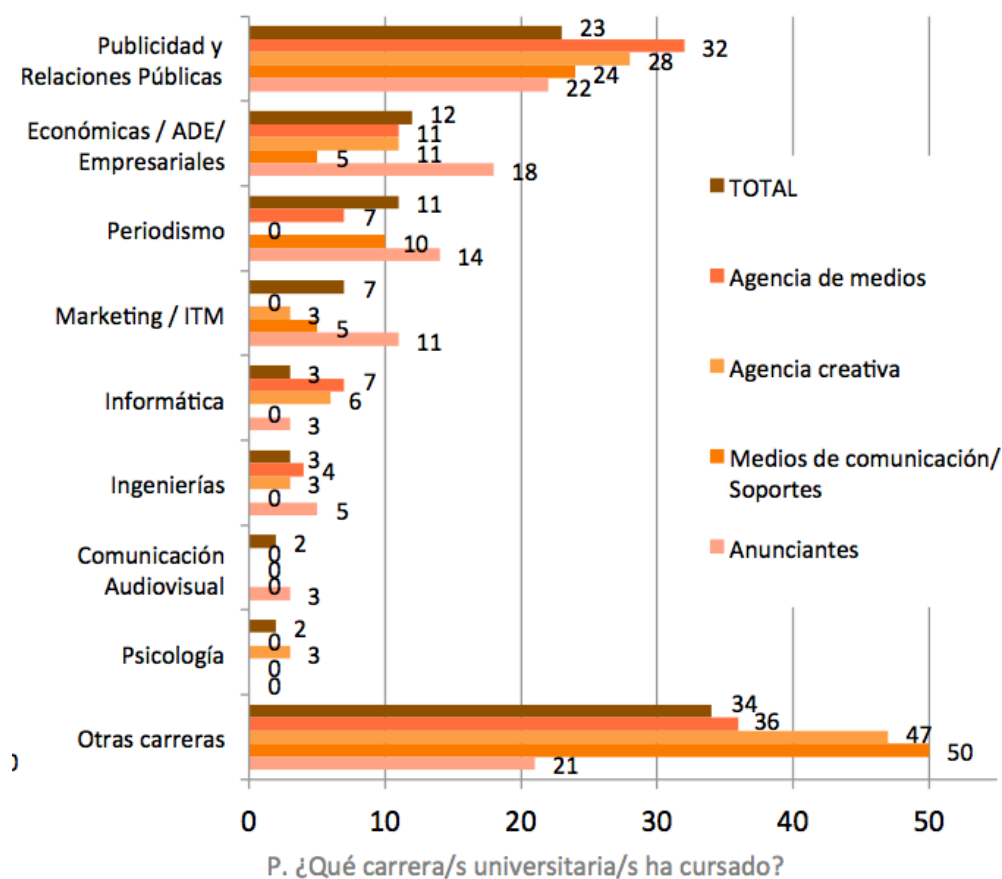
El mayor o menor atractivo que puede alcanzar una titulación concreta en el mercado laboral, es decir, su empleabilidad, depende de varios factores que deben concurrir simultáneamente, como la relación entre el tipo de estudios y los puestos ofertados en ese momento, el equilibrio entre la oferta y la demanda de titulados en esa área o el grado de experiencia acumulada por el candidato. Además de lo anterior, debemos entender que la actual coyuntura también es un condicionante importante para la incorporación de los egresados al mercado laboral.

En épocas de bonanza económica las empresas encuentran más dificultades para encontrar candidatos cualificados que, en épocas de crisis, cuando la oferta de estos profesionales disponibles ha llegado a triplicarse. Según datos de las fuentes antes mencionadas el ranking de mayor demanda de titulados está encabezado por Administración y Dirección de Empresas (ADE), seguida de Ingenieros Industriales e Ingenieros Técnicos Industriales, Economía, Medicina. Desde otro punto de vista las principales categorías, según la naturaleza de su contenido y su proyección laboral son técnicas, jurídico sociales, científicas y de humanidades.

De hecho, las titulaciones de tipo jurídico-social son las únicas que han incrementado el número de ofertas recibidas, concentrando el 32,4% de la demanda de empleo cualificado, una cantidad de dos puntos por encima de la registrada en 2009. Este crecimiento se debe fundamentalmente al incremento de la demanda de los titulados en Derecho y en otras ramas como Relaciones Laborales o Sociología, sin que en ningún momento se haga mención a los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas.

De esta forma, si hacemos referencia a la realidad específica de este sector, el informe elaborado por el International Advertising Bureau (IAB) en España aporta datos concretos sobre la realidad actual. El estudio "Observatorio del mercado laboral del marketing, la comunicación y la publicidad digital" (2ª Oleada) publicado en junio de 2011, indica que en la actualidad el 23% de los profesionales del sector cuentan con un título superior en Publicidad y Relaciones Públicas. De una forma más concreta, los titulados universitarios del sector se distribuyen como recoge el siguiente gráfico:

**Gráfico 1. Título universitario de los profesionales del sector (%)**

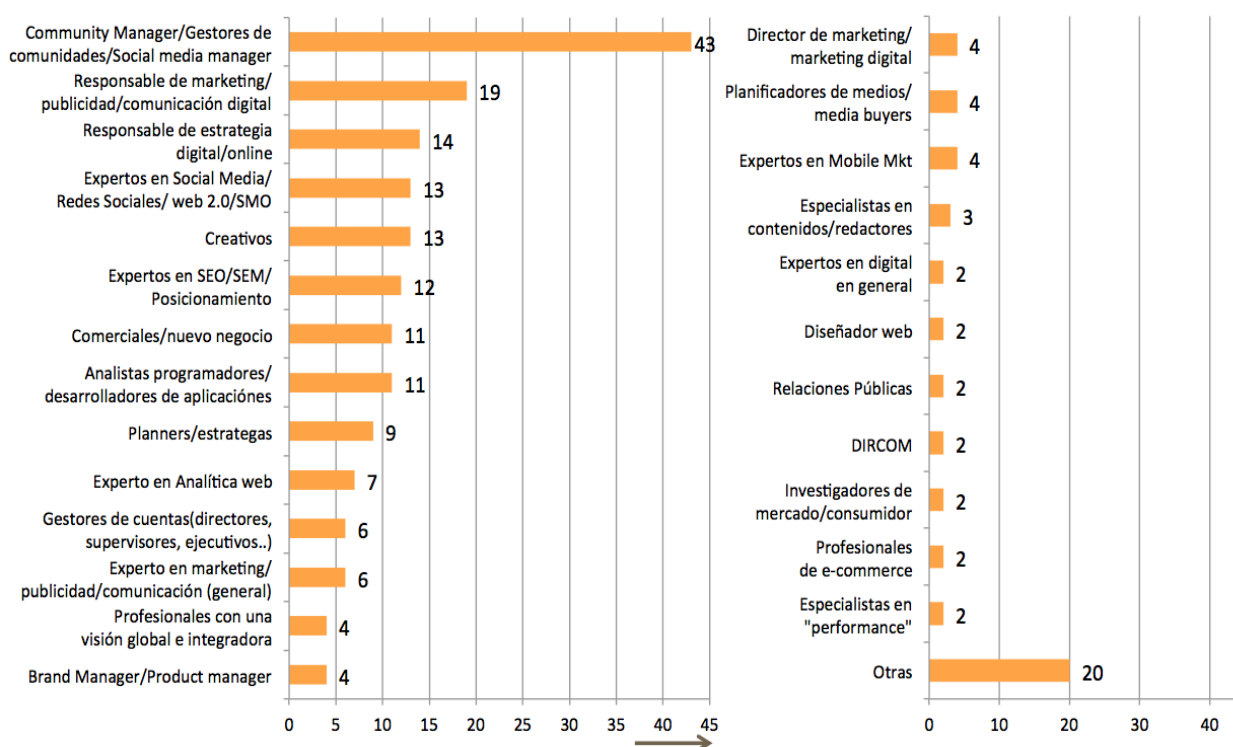


Fuente: IAB Spain, 2010

Según estos datos, la mayor parte de los titulados en Publicidad están en las agencias de medios y en las agencias creativas. Si confrontamos esta realidad con lo planteado en la Memoria del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo se puede comprobar que se corresponde con los perfiles profesionales planteados.

Desde otro punto de vista, el estudio del IAB también valora cuáles serán los conocimientos más demandados en el próximo año. De esta forma el Social Media Management aparece como el campo profesional que probablemente cuente con mayor demanda a corto plazo. De hecho, las cuatro primeras categorías están directamente vinculadas a los medios digitales, relegando a una cuarta posición a los creativos tradicionales y a la novena a los estrategas o planners.

**Gráfico 2. Profesionales más demandados en los próximos 12 meses (%)**



Fuente: IAB Spain, 2010

Sin embargo, estos datos hay que valorarlos teniendo en cuenta la coyuntura del mercado. De esta forma, los perfiles tradicionales siguen estando vigentes aunque se vean desplazados por nuevas figuras profesionales -aun poco definidas-. De hecho, parece necesario valorar la opinión de los profesionales desde otros puntos de vista adicionales, por ejemplo, qué conocimientos o habilidades serán más valorados; de esta forma tendremos más referencias sobre qué competencias es necesario potenciar en el título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo.

**Cuadro 3. Conocimientos o materias que será más demandados en los próximos 12 meses por los distintos tipos de empresas (%)**

	Total	Agencia de medios	Agencia creativa	Medios de comunicación Soportes	Anunciantes
SMO / Social Media Marketing/Redes Sociales / Web 2.0 y3.0/Cloud Computing	40	33	38	47	38
Marketing /Comunicación/Publicidad digital	17	13	3	19	20
SEO /SEM/ Buscadores/ Search	13	21	8	13	16
Marketing /Comunicación/publicidad en general	12	8	8	9	16
Idiomas	9	13	16	9	9
Contabilidad / Finanzas	8	8	5	6	13
Estrategia en general	8	13	14	3	6
Comercial /Desarrollo de negocio / Nuevo negocio/Captación clientes /Ventas/ Técnicas de venta/Elaboración de propuestas	8	4	3	16	4
Internet / Entorno Digital/Tecnología en general	7	0	3	13	9
Programación (Ajax, HTML,flash, aplicaciones,etc) /Desarrollo Web	7	0	19	3	1
Analítica /Métricas/Audiencias	7	4	8	16	9
Mobile / Mobile Mkt / Mobile Advertising	6	17	5	9	1
Management / Dirección empresa / Gestión empresarial/ Liderazgo	5	8	0	3	4

Fuente: IAB Spain, 2010

De esta forma, los contenidos recogidos en los primeros puestos se encuentran en dos competencias fundamentales de la Memoria del Grado:

- “Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) y para la creación de nuevos soportes”.
- “Destrezas sobre el entorno: capacidad de describir y diagnosticar las cuestiones fundamentales de la comunicación en la sociedad contemporánea”.

Los conocimientos demandados son, por tanto, claramente cubiertos en el título, si bien no se contemplan específicamente en los perfiles del título. De esta forma, el planteamiento del Grado contempla los elementos formativos que configuran la estructura básica de las profesiones de publicidad y relaciones públicas y atiende y se adapta a la realidad del sector.

Además de este estudio, también debemos valorar las medidas puestas en marcha para mantener una relación directa con el sector. De esta forma se ha establecido un contacto directo con la asociación de creativos de Galicia - Creatividade Galega (<http://www.creatividadegalega.org>) - que, junto con la Vicerreitoría del Campus de Pontevedra y desde la puesta en marcha del Grado, han organizado encuentros con profesionales de reconocido prestigio. Bajo el título de "Falame do teu" y con carácter anual se ha celebrado este ciclo de conferencias en los meses de octubre y noviembre.

En su primera edición (2009) se organizó en encuentros entre dos publicitarios de agencias multinacionales que dialogaban sobre el presente y el futuro del sector. Así, estuvieron presentes Agustín Vaquero (TBWA) y Nicolás Hollander (Young & Rubican); José Luis Moro (Remo) y José Cano (DDB); Juan Nozoli (Shackleton) y Andrés Martíné (BBDO); Antonio Montero (Contrapunto) y Carlos Holeman (El Laboratorio) y Toni Segarra (SCPF) y Rafa Antón (Vitruvio Leo Burnet).

En la segunda edición (2010) se cambió el planteamiento para tener la visión del sector en Galicia y tener también en cuenta a los anunciantes. Así intervinieron Miguel Conde (BAP Conde) y Antonio Cortés (Gadisa); Vanessa Chousa (Trisquelia), Ismael Calvo (Ovo Publicidade) y un representante de comunicación del Concello de Pontevedra; Jaime Conde (Quattro IDCP) y Román Romeral (R).

Por último, este mismo año (2011) se ha organizado un ciclo de conferencias con publicitarios de agencias independientes. Estarán Oriol Villar (Villarosa), Rafael Soto (Herraiz Soto), Alex Quintero (Arista) y Carlos Rolando (freelance).

Todo lo anterior garantiza que los estudiantes cuente con un contacto directo con el sector, cumplimentando la formación que reciben en el título y comprendiendo, de forma directa, la realidad publicitaria actual.

### **3.- Valoración del cumplimiento del proyecto establecido y los resultados obtenidos, detección de buenas prácticas, desviaciones y toma de decisiones.**

#### **3.1.- Valoración del cumplimiento:**

*Se valora en las siguientes tablas, estructuradas según los criterios incluidos en el Anexo I del Real Decreto 861/2010, el cumplimiento de la Memoria del Título, además de incorporar las conclusiones del análisis y valoración. La valoración final de cada uno de los criterios se realiza siguiendo una escala de valoración cualitativa con cuatro categorías:*

\* **Satisfactorio (A):** Existen evidencias documentales que apoyan la presunción de una realización ordenada y sistemática de acciones relacionadas con el criterio. Además se desarrollan de una forma eficaz, medible y de acuerdo con unas responsabilidades perfectamente definidas.

\* **Suficiente (B):** Existen evidencias documentales acerca de la realización de actividades relacionadas con el criterio que permiten suponer que por lo menos, en sus aspectos básicos, se desarrollan de manera recurrente y ordenada, aunque existan aspectos secundarios no contemplados.

\* **Insuficiente (C):** Existen evidencias puntuales de la existencia de contenidos relacionados con la cuestión planteada por el criterio, pero no se ajustan en su totalidad a los requerimientos establecidos, no están correctamente definidas, o no se plantean de manera sistemática.

\* **Ausencia de evidencias documentales (D):** No existen evidencias documentales, o las que existen son inadecuadas, sobre el cumplimiento de la cuestión planteada por el criterio.

**3.2.- Identificación de buenas prácticas y establecimiento de propuestas de mejora.** Una vez realizada la valoración y la reflexión de cada uno de los criterios, en las mismas tablas, se podrán incluir: buenas prácticas detectadas, propuestas de mejora, así como, si es el caso, las modificaciones que se deben hacer en el título para poder llevar a cabo las mejoras establecidas.

<b>Criterio 1: Descripción del título</b>						
<i>Se valorará el criterio de "Descripción del título" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010).</i>						
<b>Valoración general del grado de cumplimiento del criterio</b>						
<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>
<b>D</b>						
<b>Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:</b>						
<b>B – SUFICIENTE</b>						
<p>La información disponible sobre el título es lo suficientemente amplia para que un alumno o alumna potencial pueda informarse adecuadamente sobre el mismo. De esta forma, se han incluido links que dirigen directamente a la información disponible tanto en la página web del centro como de la Universidad.</p>						
<b>BUENAS PRÁCTICAS:</b>						
<p>Para conseguir mantener y para potenciar la disponibilidad de la información se pusieron en marcha las siguientes acciones de mejora en el periodo evaluado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Modificación de contenidos y rediseño de la página web del centro.</b> A través de los fondos disponibles en el centro para acciones de mejora de la calidad, se sacan a concurso, con carácter anual, becas dirigidas a estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación dirigidas al mantenimiento de la página web del centro. De esta forma, a finales del curso 2010-2011 se volvieron a convocar dichas becas que, una vez cubiertas, fueron destinadas a que el estudiante que participara en ellas se encargara del rediseño de la página, permitiendo incorporar más información de la que hasta entonces tenía.</li> <li>- <b>Elaboración de material informativo específico sobre el título.</b> Con financiación de la Universidad de Vigo se editan, en el mes de junio, folletos informativos sobre el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas con el objetivo de ser distribuidas en institutos y a los alumnos que participan en selectividad. Dicho documento se centra, especialmente en la descripción de los estudios.</li> </ul>						
<b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b>						
<p>Para el siguiente periodo y en lo relativo a este apartado se proponen acciones de mejoras concentradas en la página web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<a href="http://www.csc.uvigo.es">http://www.csc.uvigo.es</a>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incorporar más información directa, evitando enlaces externos.</li> <li>- Incluir aquella información que (como se recoge en la <b>Ficha 2</b>) todavía sigue pendiente.</li> <li>- Garantizar el enlace correcto a la Normativa Académica desde la propia web.</li> <li>- Incorporar más información sobre el Suplemento Europeo al Título.</li> <li>- Ampliar la información relativa al propio centro (equipamientos, servicios...)</li> <li>- Crear un espacio para los estudiantes (delegación de alumnos) en la web.</li> <li>- Publicar tasas e indicadores de calidad que le permiten mayor transferencia.</li> </ul>						

BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES	JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES
No se realizan modificaciones	

<b>Criterio 2: Justificación</b>							
<i>Se valorará el criterio de "Justificación" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y la directriz de "Política y objetivos de calidad de la formación" del Programa FIDES-AUDIT.</i>							
<b>Valoración general del grado de cumplimiento del criterio</b>							
<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>
<b>Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:</b>							
<b>A – SATISFACTORIA</b>							
<p>Siguiendo lo apuntado en la Memoria del Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo, y tras dos años de docencia en este nuevo título, debemos destacar que el interés académico, científico y profesional del título sigue vigente. De esta forma, podemos justificar lo siguiente:</p> <p><b>Interés académico.</b> Como se puede observar, la demanda del título sigue siendo muy amplia.</p> <p><b>Interés científico.</b> De la misma forma, bajo el paraguas de esta titulación se han puesto en marcha proyectos de investigación y desarrollo que conjugan la visión académica del proyecto con el interés profesional.</p> <p><b>Interés profesional.</b> Aunque, como hemos visto, aún no se puede contar con datos de empleabilidad e inserción laboral de este título, la vinculación directa con el sector ha permitido contar con cierta retroalimentación no necesariamente reglada sobre la evolución de estos estudios desde el punto de vista del sector.</p>							
<b>BUENAS PRÁCTICAS:</b>							
<p>A través del plan de calidad del centro, se ponen en marcha todos los años diversas medidas que intenta incidir en el contacto directo con el sector y, por tanto, en resaltar el interés que los egresados de este título tendrán en el mercado laboral. De esta forma, se establece una programación de "charlas profesionales" que acercan a personas del mundo profesional para que puedan explicar experiencias de primera mano.</p> <p>Dichas medidas han sido complementadas con acciones directas con el sector de la publicidad (a través de la asociación de Creatividade Galega - <a href="http://creatividadegalega.org/">http://creatividadegalega.org/</a> por ejemplo) y con acciones orientadas a la preparación del estudiante para el mercado laboral (como los seminarios de Empleo!).</p>							
<b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b>							
<p>Estudiar la posibilidad de modificar la memoria, conjuntamente con el centro y el Vicerrectorado correspondiente, y de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos en la Universidad de Vigo para la modificación de los títulos oficiales con el objeto de incluir el nuevo Decreto 861/2010 en el apartado de Referentes Externos.</p>							
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>				<b>JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>			
Incluir, en la sección 2.3 de la Memoria (Referentes Externos) el Real Decreto 861/2010 de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.				El Real Decreto 1393/2007 es el gran referente de la implantación del nuevo modelo de estudios universitarios en España. Su modificación en 2010 incorpora algunos cambios importantes, que deben ser recogidos en la memoria.			

<b>Criterio 3: Competencias/Objetivos</b>							
<i>Se valorará el criterio de "Competencias" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y la directriz de "Objetivos del plan de estudios" del Programa FIDES-AUDIT.</i>							
<b>Valoración general del grado de cumplimiento del criterio</b>							
<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>
<b>Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:</b>							
<b>A – SATISFACTORIA</b>							
Se considera que las competencias, tanto generales como específicas, se corresponden con las descritas en los Reales Decretos 1393/2007 y 861/2010. Además, las competencias siguen destacando el carácter general de las enseñanzas, están definidas de forma clara en la memoria y se corresponden con el Libro Blanco de la Comunicación.							
<b>BUENAS PRÁCTICAS:</b>							
La plataforma informática creada por la Universidad de Vigo para la elaboración de Guías Docentes (Docnet: <a href="https://seix.uvigo.es/docnet_2.2/docencia/responsable_ensenyament/">https://seix.uvigo.es/docnet_2.2/docencia/responsable_ensenyament/</a> ) cuenta con un sistema de control que permite identificar qué materias están trabajando qué competencias, pudiendo visualizar colisiones entre los contenidos de distintas materias y, por supuesto, el hecho de que pudieran existir competencias que no fueran trabajadas.							
Esta medida fue puesta en marcha desde el primer mes de implantación del curso por primera vez. En segundo año ya se han activado las figuras de coordinadores de módulo (página 35 de la memoria) que deben poner en marcha medidas de coordinación docente que garanticen el cumplimiento de las competencias expresadas.							
<b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b>							
Durante el curso 2011-2012 va a resultar fundamental el papel de los coordinadores de módulo que serán los encargados de gestionar contenidos dando garantías claras de la atención a todas las competencias del título.							
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>				<b>JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>			
No se realizan modificaciones							

**Criterio 4: Acceso y admisión de estudiantes**

*Se valorará el criterio de "Acceso y admisión de estudiantes" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y la directriz de "Política y procedimientos de admisión" del Programa FIDES-AUDIT.*

**Valoración general del grado de cumplimiento del criterio**

Satisfactoria	A	Suficiente	B	Insuficiente	C	Ausencia de evidencias documentales	D
---------------	---	------------	---	--------------	---	-------------------------------------	---

**Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:**

**B –SUFICIENTE**

Partiendo de la máxima de que la información administrativa sobre los procesos de acceso es gestionada por la Comisión Interuniversitaria de Galicia (CIUG) y el proceso de admisión no depende del centro si no de la Universidad de Vigo, se han realizado grandes esfuerzos para que estos trámites resulten lo más sencillo posible. Las vías de acceso al título están lo suficientemente marcadas en la Memoria del grado (página 20) y tan sólo ha sido necesario tener en cuenta las modificaciones aprobadas por la Xunta de Galicia con respecto al acceso desde ciclos superiores y, previsiblemente, las aprobadas por el Ministerio de Educación relativas al reconocimiento académico de la actividad profesional.

A partir de este punto, el perfil de ingreso marcado en la Memoria del título (página 21) sigue resultado correcto y viable al igual que con las dinámicas de captación de alumnado, las de acogida de nuevos estudiantes e incluso las de comunicación con los alumnos y alumnas que están dentro del centro.

**BUENAS PRÁCTICAS:**

En lo referido a este criterio podemos señalar una serie de buenas prácticas en lo referido a las siguientes cuestiones:

**1. Captación de alumnado.**

En la creación de una estrategia de captación de alumnado para este título ha partido de tres niveles de actuación básicos:

**1.1. Información directa a los estudiantes**

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación sigue asistiendo con regularidad a los Foros y Ferias donde se informa al futuro alumnado de las posibilidades de la titulación. Contribuye con charlas, cuando es invitada, en institutos y centros de formación profesional, a difundir la oferta formativa de sus titulaciones. En este apartado tienen especial importancia las visitas guiadas a la Facultad que son realizadas a solicitud de los centros de enseñanza secundaria.

**1.2. Disponibilidad de información**

Como se ha recogido en las Fichas 1 y 2 de este informe y referido en la página 23 de este mismo documento, se ha realizado un especial esfuerzo para que la información básica del título esté disponible en la página web de la Universidad y en la propia del centro (<http://www.csc.uvigo.es>). Especialmente interesante resulta también la experiencia en las Redes Sociales, donde han sido los propios estudiantes los que han puesto en marcha grupos relativos a los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Vigo:

- Grupo Publicidad y Relaciones Públicas (Pontevedra): <http://www.facebook.com/group.php?gid=210354186144&v=wall>
- Grupo Publicidad y RRPP Pontevedra: <http://www.facebook.com/group.php?gid=255545747467&v=wall>
- Grupos de las distintas promociones de la titulación.

### 1.3. Presencia social

Además de lo anterior, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación cuenta con un Gabinete de Comunicación y Protocolo compuesto por estudiantes de la propia titulación y dirigido por docentes. Este Gabinete se encarga del seguimiento de la presencia mediática del centro y colabora en la organización protocolaria de los actos y eventos que tengan lugar en las instalaciones. De esta forma se garantiza que la facultad y sus titulaciones tengan presencia social a través de los medios de comunicación. Esta táctica de difusión se ha visto reforzada con la asignación de una delegada permanente del periódico digital de la Universidad (DUVI) – <http://duvi.uvigo.es> - en el campus de Pontevedra.

### 2. Recepción de nuevo alumnado

Tal y como se establecía en la Memoria del Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (página 21) el alumno o alumna nuevo es recibido en unas sesiones de orientación\* que ocupan la primera jornada del periodo lectivo. Dichas sesiones se centran en ofrecerles información básica para la vida universitaria en el centro – estructura organizativa de la universidad, del centro, de los estudios, funcionamiento de los servicios... - y han sido desarrolladas con un protocolo claro y preciso que será necesario normativizar en los próximos meses, después de haber confirmado su eficacia. Los contenidos de la sesión se centran en las siguientes cuestiones:

- Recepción por el equipo decanal del centro: Se organiza una recepción oficial en la que están presentes las autoridades de la Facultad (equipo decanal, responsable de Administración y responsable de servicios) y también personas de referencia en el propio campus. Dicha recepción tiene una duración de aproximadamente una hora.
- Sesión informativa de la coordinación del Grado: La coordinación del Grado ofrece una amplia sesión informativa (dos horas) sobre la organización específica de los estudios. En esta sesión se hace especial hincapié en la organización diaria de las clases, el Plan de Acción Tutorial y en las fórmulas de representación con las que cuentan los estudiantes.
- Sesión formativa de la biblioteca del centro: La propia biblioteca es la encargada de organizar un curso dirigido a estudiantes de nuevo acceso sobre el uso de sus servicios: organización de fondos, accesibilidad, sistemas de búsqueda de archivos, sistema de petición de títulos, etc.

\* Se cuenta con evidencias claras de las actividades, recopiladas según lo establecido en el Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad.

Además de las actividades de recepción, se ha puesto en marcha el Plan de Acción Tutorial que contempla lo establecido en el procedimiento PC05 del Sistema de Garantía de Calidad del Centro (página 23 de la Memoria), si bien aún no es posible contar con referencias sobre su funcionamiento.

### 3. Información al alumnado del centro

Más allá del primer momento de recepción de los estudiantes, se ha trabajado en el establecimiento de sistemas de información interna para los alumnos del título, tal y como se recoge en la página 22.

**PROPUESTAS DE MEJORA:**

Para poder pasar a mejorar este criterio se han identificado puntos clave de mejora:

- Publicar (hacer accesible) de forma clara toda la **información referida a este criterio** ya que, como podemos comprobar en la Ficha 2, aún no ha sido completada.
- Elaborar un **procedimiento oficial para la sesión de orientación del nuevo alumnado** ya que, como hemos indicado más arriba, este está claramente establecido pero no ha se cuenta con el protocolo del mismo.
- Ampliar la información recogida en el apartado "futuros estudiantes" de la **página web del centro**.
- Elaborar y publicar un **documento sobre el sistema de reconocimiento de créditos**.
- Hacer públicos los **dossieres y referencias de prensa** que recopila el Gabinete de Comunicación y Protocolo.
- Recopilar los **resultados de la aplicación del Plan de Acción Tutorial** del centro.
- **Implicar a los estudiantes en el Plan de Acción Tutorial**. Poner en marcha la posibilidad, recogida en la memoria del título, de contar con alumnos de último año como orientadores de nuevos estudiantes.
- Aplicar mejoras en el **sistema de reclamaciones** de los estudiantes.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, sería necesario estudiar la posibilidad de modificar la memoria, conjuntamente con el centro y el Vicerrectorado correspondiente, y de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos en la Universidad de Vigo para la modificación de los títulos oficiales con el objeto de incluir las modificaciones indicadas en el apartado siguiente.

<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>	<b>JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>
<p>Incorporación de las modificaciones relativas al Sistema de reconocimiento de créditos, concretamente los referidos a ciclos superiores de formación profesional y a la nueva realidad de reconocimiento de la experiencia profesional.</p>	<p>Se trata de una actualización de los requisitos que debe atender a una modificación normativa superior por parte de las instituciones educativas.</p>

**Criterio 5: Planificación de las enseñanzas**

*Se valorará el criterio de "Planificación de las Enseñanzas" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y las directrices de "Planificación de la Enseñanza", "Garantía da calidad de los Programas Formativos" y "Gestión del proceso de enseñanza-aprendizaje" del Programa FIDES-AUDIT.*

**Valoración general del grado de cumplimiento del criterio**

<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>
----------------------	----------	-------------------	----------	---------------------	----------	--	----------

**Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:**

**A –SATISFACTORIA**

La **definición de módulos y materias**, así como sus objetivos y competencias, siguen siendo coherentes con el Real Decreto 861/2010. Se trata de contenidos basados en el propio Libro Blanco de la Comunicación de la ANECA que, a fecha de hoy, no han sufrido ningún cambio.

En lo referido a los **perfiles básicos** recogidos en la Memoria del Título (página 16), estos no pueden ser cuestionados o valorados hasta no alcanzar las primeras promociones de egresados y, por tanto, hasta no poder contar con los correspondientes estudios sobre inserción laboral de los titulados.

La **planificación de los módulos y materias** recogida en la propia memoria (página 28) y plasmadas posteriormente en el BOE han sido puestas en marcha con total rigor y sin contar con ningún tipo de incidencia, existiendo una retroalimentación positiva por parte del alumnado, como puede observarse en la siguiente tabla:

**Tabla 1. Grado de satisfacción del alumnado (2010-2011). Indicador 74 (planificación y desarrollo)**

	Indicadores	Media Valor Respuestas Preguntas		
		Perfil Usuario Encues		Promedio
		Alumno	Muller	
	Sexo	Home	Muller	
<b>Pregunta Encuesta</b>				
Coñezo e estou satisfeito cos obxectivos xerais do plan de estudos	1	5,13	4,11	4,62
As guías docentes das materias son accesibles e coherentes cos obxectivos do plan de estudos	2	5,00	4,50	4,75
Os créditos asignados as materias gardan proporción co volume de traballo necesario para superalas	3	3,57	4,28	3,92
A proporción entre clases teóricas e prácticas é adecuada	4	4,50	4,39	4,44
A planificación das prácticas é axeitada	5	3,38	4,18	3,78
A coordinación entre o profesorado é axeitada	6	3,50	3,83	3,67
Os coñecementos, habilidades e actitudes propostos nas guías docentes desenvólvense adecuadamente	7	3,88	4,41	4,14
A metodoloxía de avaliación axústase aos contidos desenvolvidos nas guías docentes	8	5,50	4,39	4,94
Os problemas xurdidos durante o desenvolvemento do ensino resolvense con eficacia	9	5,25	4,47	4,86
Estou satisfeito cos programas de mobilidade do centro	10	4,14	4,00	4,07

Fuente: Resultados de las encuestas de evaluación de la satisfacción. Universidad de Vigo

Por último, la **movilidad de los estudiantes** está marcando una tendencia muy positiva si bien hay que tener en cuenta que existe una mayor expectativa al respecto con la implantación de los cursos superiores (tercero y cuarto) del Grado. En cualquier caso el interés demostrado por los estudiantes, con una amplia participación en las sesiones informativas de la Oficina de Relaciones Internacionales, y el gran número de convenios existentes, garantizan buenas cifras en este apartado. Recordamos que el desarrollo de la movilidad está recogido y normativizado en los procedimientos PC08 y PC09 del Sistema de Garantía de Calidad del centro.

**BUENAS PRÁCTICAS:**

El buen funcionamiento de la planificación docente ha sido garantizado mediante la puesta en marcha de una serie de medidas básicas en dos niveles:

**A. COORDINACIÓN**

**A.1. Coordinación de Grado**

Durante el curso 2010-2011 fue aprobada por la Junta de Facultad del Centro la normativa interna de nombramiento, funciones y herramientas de los coordinadores de los distintos grados del centro. De esta forma se trataba de consolidar una figura que ha resultado de gran importancia en el proceso de implantación.

La coordinación del Grado ha funcionado en dos niveles fundamentales: profesorado y alumnado.

**a) Profesorado:** las reuniones con el alumnado se realizan con la frecuencia que sea necesaria para atender a las necesidades que plantea la correcta coordinación del Grado. Dichas reuniones son dirigidas por la coordinadora de Grado y, a pesar de no tratarse de un órgano colegiado, se estructuran con convocatorias y con las correspondientes actas. Las decisiones tomadas en las reuniones claustrales (no vinculantes) han sido aceptadas por la Comisión de docencia o la propia Junta de Facultad.

**b) Alumnado:** además de la organización de todos los encuentros que sean necesarios, se han establecido una serie de reuniones mínimas por curso: comienzo de curso, final del primer semestre y final del curso.

**A.2. Coordinación de módulos**

En la propia normativa de coordinación del Grado aprobada por la Junta de Facultad, también se ha regularizado los procesos de nombramiento de los coordinadores de módulo, recogiendo las funciones establecidas en la Memoria del título (página 35). De esta forma, a día de hoy, se cuenta ya con los correspondientes coordinadores de módulo:

**B. INFORMACIÓN**

**B.1. Medidas de seguimiento de los estudiantes**

En los dos primeros años de implantación del título se han hecho especiales esfuerzos para contar con información clara sobre la opinión de los estudiantes. De esta forma se han aplicado las encuestas de evaluación marcadas por la Universidad de Vigo, pero también se han diseñado modelos propios para el título que nos ocupa.

**B.2. Medidas de información a los estudiantes**

- **Guías docentes:** disponibles en la página web del centro después de su aprobación por la coordinación del Grado y la Junta de Facultad. Los docentes disponen de cursos de formación para el manejo de la plataforma informática específica de la Universidad de Vigo para la creación de estas guías.
- **Convenios de cooperación:** existencia de un vicedecanato específico de Relaciones Internacionales que ha establecido un amplio horario de atención a los estudiantes para facilitar información personalizada sobre movilidad.
- **Acciones de movilidad:** las acciones de movilidad se adecuan a los objetivos del título y pretenden, como ya hemos indicado, conseguir unos buenos índices en los cursos 2011-2012 y 2012-2013.

**PROPUESTAS DE MEJORA:**

De esta forma, y teniendo en cuenta los apartados anteriores, se plantean las siguientes propuestas:

- **Activación de la coordinación de módulos.** Durante el primer año de implantación del título (2009-2010) la coordinación de módulo no fue activada al no contar con un número suficiente de materias que justificaran su existencia. Con la puesta en marcha de esta coordinación durante el curso siguiente ha sido necesario establecer nuevas dinámicas de trabajo con el profesorado que deberá ser sistematizada en el actual año.
- **Puesta en marcha del procedimiento de seguimiento de competencias.** Es necesario profundizar más en el procedimiento del Sistema de Garantía de Calidad PC02 (Procedimiento para la revisión y mejora de las titulaciones de la facultad) que debe permitir medir el grado de consecución de las competencias por parte del alumnado.
- **Mejora de la información sobre normativas.** Como ya se ha apuntado en otros apartados anteriores, existen ciertas carencias en lo referido a permitir el acceso directo de los estudiantes a las normativas que les afectan. Entre estos casos debemos destacar la referida al régimen de permanencia del alumnado, pendiente de aprobación por parte de la Universidad de Vigo.
- **Establecimiento del plan de movilidad del centro.** Las grandes expectativas existentes para los dos últimos cursos del grado con respecto a la movilidad requieren la implementación de un plan de desarrollo que garantice la disponibilidad de plazas suficientes para todos los estudiantes que las necesiten.

BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES	JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES
No se realizan modificaciones	

**Criterio 6: Recursos humanos**

*Se valorará el criterio de "Personal académico" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y la directriz de "Garantía da calidade del persoal académico y de administración y servicios" del Programa FIDES-AUDIT.*

**Valoración general del grado de cumplimiento del criterio**

<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>
----------------------	----------	-------------------	----------	---------------------	----------	--	----------

**Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:**

**C –INSUFICIENTE**

Tal y como se establece en la Memoria del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo, al hablar de recursos humanos debemos hacer referencia al profesorado y al personal de administración y servicios disponible para dar servicio a estos estudios. Los procesos de contratación y selección del personal de ambos grupos no dependen del centro ya que se tratan de políticas generales de la Universidad.

Las cifras de personal en ambos bloques resultan insuficientes, sobre todo en lo referido al personal de administración y servicios, tal y como se puede observar en las siguientes cifras:

**Cuadro 2. Personal de administración y servicios de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación**

Denominación	Funciones	Personal
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	Gestión de los asuntos administrativos del alumnado: matrícula, expedientes, convalidaciones, traslados...	1 jefe de administración 1 técnico de administración
<b>ASUNTOS ECONÓMICOS</b>	Gestión de los asuntos económicos del centro y de la Escuela de Fisioterapia.	1 responsable de asuntos económicos
<b>CONSERJERÍA</b>	Mantenimiento técnico del centro. Estructuración del funcionamiento diario: apertura de aulas, facilitación del material, información al alumnado y profesorado...	1 técnico especialista de servicios generales 4 técnicos auxiliares de servicios generales
<b>GABINETE TÉCNICO</b>	Mantenimiento técnico de los laboratorios del centro.	2 técnicos
<b>SECRETARIA DECANATO</b>	Atención administrativa del Decanato.	1 secretaria de decanato.

El Cuadro 2 se recoge de la Memoria del Grado (página 152) sin que se hayan producido variaciones en las cifras. Recientemente se han llevado a cabo oposiciones para el acceso de técnicos que consolidan estos puestos de trabajo, pero se traduce en el mismo número de personas. De esta forma sigue siendo necesario contar con un técnico informático que todavía no está disponible a pesar de que se han incrementado 24 puestos informáticos y se ha completado la disponibilidad de equipamientos en todos los espacios de docencia del centro (22 aulas y seminarios). Además siguen produciéndose problemas en el gabinete técnico en las épocas de mayor demanda de servicios, problemas agravados por la eliminación de uno de los técnicos de apoyo (disponible en estos periodos y en las posibles bajas o vacaciones del personal permanente).

El personal de administración y servicios del centro tampoco se ha incrementado, a pesar de que el número de alumnos y titulaciones si lo hizo. El centro dispone de tres titulaciones de Grado y cuatro másters, tres profesionalizantes y uno de investigación. De esta forma las dos personas de administración resultan claramente

insuficientes, sobre todo en el periodo de matrícula y de entrega de actas.

Algo semejante ha sucedido con el personal docente, que sin que se hayan producido nuevas incorporaciones, si han aumentado el nivel de estabilidad mediante los correspondientes procesos de acreditación. Como podemos ver en el Cuadro 3 y el Cuadro 4, se han aumentado los profesores en puestos estables reduciéndose el número de personal en formación. De esta forma, este parámetro se corresponde con lo indicado en la memoria del título de Grado, donde no se marcaron mayores expectativas con respecto a este aspecto. Debemos recordar que el Cuadro 3 se refiere a la información de la Memoria mientras que el Cuadro 4 plasma la realidad actual.

**Cuadro 3. Personal docente e investigador disponible para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**

Categoría	Nº	Vinculación	Dedicación		Doctor	Quinquenios	Sexenios
			Total	Parcial			
Titular Universidad	14	Plantilla	14		14	11	0
Catedrático Escuela Universitaria	2	Plantilla	2		2	4	2
Titular Es. Universitaria	1	Plantilla	1			3	0
Contratado Doctor	11	Contratado	11		11	3	0
Ayudante Doctor	1	Contratado	1		1	0	0
Profesor propio	1	Contratado	1		1	0	0
Ayudante	4	Contratado	4			0	0
Asociado	23	Contratado		23	3	0	0

**Cuadro 4. Personal docente e investigador disponible para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**

Categoría	Nº	Vinculación	Dedicación		Doctor	Quinquenios	Sexenios
			Total	Parcial			
Titular Universidad	16	Plantilla	16		16	13	3
Catedrático Escuela Universitaria	2	Plantilla	2		2	4	2
Titular Es. Universitaria	1	Plantilla	1			3	0
Contratado Doctor	12	Contratado	12		12	3	0
Ayudante Doctor	3	Contratado	3		3	0	0
Ayudante	2	Contratado	2			0	0
Asociado	23	Contratado		23	3	0	0

**BUENAS PRÁCTICAS:**

Inciendo una vez más en el hecho de que se trata de un ámbito cuyas competencias recaen en el Rectorado y en los departamentos, podemos señalar algunos elementos que, desde el centro, ha permitido ciertas mejoras:

- Se ha contribuido a la consolidación del profesorado mediante el trabajo del área de conocimiento mayoritaria que se ha traducido en la creación de un **departamento propio** (X14, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas) que se configura como el primer departamento existente en el centro.
- Desde el propio centro y en coordinador con los Departamentos y el Vicerrectorado de Profesorado se han programado **cursos de formación y actualización y seminarios de innovación** que han contribuido a la mencionada consolidación del profesorado.
- En lo referido a la política de Personal de Administración y Servicios, desde la dirección del centro se han puesto en

marcha <b>mecanismos de negociación</b> con el rectorado de la Universidad para conseguir las mejoras necesarias.	
<b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b>	
Las propuestas de mejora siguen siendo las mismas que las recogidas en la Memoria del grado (páginas 151-153).	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>	<b>JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>
No se realizan modificaciones	

<b>Criterio 7: Recursos materiales y servicios</b>							
<i>Se valorará el criterio de "Recursos materiales y servicios" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y la directriz de "Garantía de calidad de los recursos materiales y servicios" del Programa FIDES-AUDIT.</i>							
<b>Valoración general del grado de cumplimiento del criterio</b>							
<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>
<b>Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:</b>							
<b>C –INSUFICIENTE</b>							
<p>Desde la implantación del Grado, las necesidades de equipamiento se han incrementado, sobre todo debido a la disminución del número de alumnos por grupo. Los grupos teóricos han mantenido en dos bloques de cincuenta, pero se han creado grupos reducidos de 25 alumnos, cuatro por materia. Este hecho ha supuesto que las aulas de docencia de banco corrido y gran capacidad (una media de 100 puestos) no resultan las más idóneas para este tipo de clases.</p> <p>Además de esas necesidades básicas se han detectado carencias en la Sala de Edición de Vídeo, ya que la incorporación de nuevas materias en las dos titulaciones de Comunicación del centro – Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual – ha saturado estas instalaciones. De esta forma parece claro que la implantación completa de ambos títulos hará imprescindible equipar una nueva Sala de Postproducción.</p>							
<b>BUENAS PRÁCTICAS:</b>							
<p>La Facultad, a través del Vicedecanato responsable de gestión de espacios e infraestructuras, lleva a cabo diversas acciones de seguimiento para intentar detectar las necesidades existentes en estos parámetros:</p>							
<b>1. Fichas de registro</b>							
<p>El Vicedecanato responsable cuenta con una ficha semestral en la que se indica la ubicación de todos los materiales del centro y se reflejan los espacios correspondientes para cada actividad docente. De esta forma puede contarse con información inmediata de la disponibilidad de espacios y la ocupación de los mismos. Este procedimiento ha permitido detectar la necesidad ya referida de una nueva Aula de Postproducción, necesidad que ya le ha sido comunicada a la correspondiente Vicerreitoría.</p>							
<b>2. Información del gabinete técnico</b>							
<p>En lo referido al material auxiliar, la unidad técnica registra todas las incidencias relativas al uso docente de equipos (equipos de sonido, cámaras, iluminación...). Esta unidad redacta un informe que le es remitido al Decanato del centro, informe que es basado en los partes que los alumnos rellenan para solicitar el uso de los equipamientos y los partes específicos de incidencias con los que cuenta esta unidad. De esta forma se cuenta con datos que sirven para realizar una solicitud anual de fondos adicionales para el mantenimiento de los equipos.</p>							
<b>3. Revisiones técnicas</b>							
<p>Antes de la finalización de cada curso se hace una previsión de espacios para el siguiente curso con el fin de solicitar las obras necesarias de adecuación. En el caso de que esas necesidades superen el presupuesto del centro estas mejoras son solicitadas a la Unidad Técnica de la Universidad.</p>							

<p>Los procesos de control puestos en marcha han permitido acometer las siguientes mejoras:</p> <p><b>a) Nuevas aulas para docencia:</b> La Facultad ha equipado con mesas de trabajo, sillas, ordenadores y cañones de vídeo a un total de tres nuevas aulas que se han sumado a las ya disponibles. En dichas aulas los alumnos disponen de conexión vía Wifi a la red de la Universidad.</p> <p><b>b) Nueva aula de informática:</b> Por lo que respecta a los Laboratorios, se ha instalado y equipado una nueva aula de informática que se suma a las tres ya existentes, sumando un total de 120 puestos para la realización de trabajos prácticos del alumno y las propias clases, contando con software específico.</p>	
<p><b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b></p> <p>Reiteramos las necesidades más evidentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aula de posproducción</li> <li>- Aulas para seminarios y prácticas (15-25 puestos)</li> <li>- Reestructuración de las aulas teóricas (reducción de puestos)</li> <li>- Incorporación de salas para trabajo autónomo de alumno</li> </ul>	
BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES	JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES
<p>No se realizan modificaciones</p>	

<b>Criterio 8: Resultados previstos</b>									
<i>Se valorará el criterio de "Resultados previstos" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y las directrices de "Análisis y utilización de los resultados para la mejora de los programas formativos" y "Publicación de la información y rendición de cuentas sobre los programas formativos" del Programa FIDES-AUDIT.</i>									
<b>Valoración general del grado de cumplimiento del criterio</b>									
<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>		
<b>Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:</b>									
<b>A - SATISFACTORIA</b>									
<p>Los indicadores relevantes establecidos en la Memoria del Grado (página 158 y siguientes) son analizados periódicamente. De esta forma las tasas aportadas (graduación, eficiencia, abandono) no pueden ser valoradas con tan sólo dos de los tres cursos en marcha. En cualquier caso la propia Universidad de Vigo ha facilitado tasas adicionales que permiten tener referencias intermedias antes de poder contar con los datos definitivos establecidos en la Memoria y el el Sistema de Garantía Interno de Calidad.</p>									
<b>BUENAS PRÁCTICAS:</b>									
Las tasas facilitadas por la Universidad arrojan datos positivos:									
<b>Cuadro 5. Indicadores del Sistema de Garantía Interna de Calidad facilitados por la Universidad</b>									
	<b>2009-2010</b>			<b>2010-2011</b>			<b>2011-2012</b>		
<b>Indicador SGIC (DESC)</b>	<b>H</b>	<b>M</b>	<b>P</b>	<b>H</b>	<b>M</b>	<b>P</b>	<b>H</b>	<b>M</b>	<b>P</b>
Tasa de Éxito	97,22	94,79		94,09	94,95				
Nº de plazas de nuevo acceso			100			100			100
Tasa de Rendimiento	94,59	92,38		89,85	89,86				
Nota media de acceso	6,79	7,08	13,87	8,45	8,71	17,16	8,61	8,76	17,37
<b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b>									
No se aportarán propuestas de mejora hasta no poder contar con los resultados de las tasas indicados en la memoria.									
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>				<b>JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>					
No se realizan modificaciones									

<b>Criterio 9: Sistema de garantía de la calidad</b>							
<i>Se valorará el criterio de "Sistema de garantía de calidad" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010) y el Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC) del Centro.</i>							
<b>Valoración general del grado de cumplimiento del criterio</b>							
<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>
<b>Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:</b>							
<b>C - INSUFICIENTE</b>							
<p>A continuación se describen brevemente los aspectos básicos en que se encuentra cada uno de los elementos recogidos en la Memoria del Grado:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Responsables del Sistema de Garantía Interno de Calidad.</b> Recientemente ha sido modificada su composición, de tal forma que han sido adecuadas a las nuevas titulaciones de Grado.</li> <li><b>2. Procedimiento de evaluación y mejorar de calidad de la enseñanza.</b> En el momento actual de evolución de la implantación, no se recogen ni analiza información relevante sobre la calidad de la enseñanza, tampoco sobre los resultados del aprendizaje ni sobre el profesorado.</li> <li><b>3. Procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad.</b> Las prácticas externas se encuentran sin desarrollar ya que figuran en el cuarto año del título. En lo referido a los programas de movilidad, debemos tener en cuenta que estos se desarrollarán más en los cursos superiores del título.</li> <li><b>4. Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados.</b> Como ya se ha indicado la mayor parte de los indicadores recogidos dependen de la evolución del título. No existen datos sobre inserción laboral de los egresados. Sí se recogen datos referidos al grado de satisfacción a través de las Encuestas de Satisfacción. Además se recogen sugerencias y reclamaciones a través de las reuniones de coordinación de la titulación. De esta forma concluimos que existe información sobre el plan de estudios pero no sobre resultados ya que, hasta el momento, no existen datos completos. Por último debemos indicar que no está prevista la extinción del título.</li> </ol>							
<b>BUENAS PRÁCTICAS:</b>							
<p>La <b>Comisión de Calidad</b> del centro, recientemente renovada, mantiene un ritmo adecuado de trabajo para la implantación del plan de calidad del centro.</p>							
<b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b>							
<p>Serán recogidas a partir del primer informe de seguimiento del título.</p>							
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>				<b>JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>			
No se realizan modificaciones							

<b>Criterio 10: Calendario de implantación</b>							
<i>Se valorará el criterio de "Calendario de implantación" de la memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales (anexo I del Real Decreto 861/2010).</i>							
<b>Valoración general del grado de cumplimiento del criterio</b>							
<b>Satisfactoria</b>	<b>A</b>	<b>Suficiente</b>	<b>B</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>C</b>	<b>Ausencia de evidencias documentales</b>	<b>D</b>
<b>Reflexión (justificación de la valoración)/Conclusiones:</b>							
<p><b>A - SATISFACTORIA</b></p> <p>No hay previstas modificaciones en el cronograma de implantación y el procedimiento para el reconocimiento y adaptación previsto la memoria del Grado ha funcionado correctamente.</p>							
<b>BUENAS PRÁCTICAS:</b>							
<p>Para el proceso de adaptación se han elaborado desde la coordinación del centro una serie de tablas disponibles en la administración que permiten un funcionamiento más eficaz del proceso.</p>							
<b>PROPUESTAS DE MEJORA:</b>							
<p>Se prevé crear nuevas tablas para contar con más posibilidades de adaptación.</p>							
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>				<b>JUSTIFICACIÓN DE LAS MODIFICACIONES</b>			
No se realizan modificaciones							

**3.3.- Acceso a la información pública de los planes de mejora.**

<b>CRITERIO: 1. Descripción del título</b>	
<b>DENOMINACIÓN DE LA PROPUESTA</b>	Mejora y actualización de la página web del centro
<b>PUNTO DÉBIL DETECTADO</b>	Información incompleta referida la nuevo Grado
<b>ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>	Página web del centro
<b>RESPONSABLE DE SU APLICACIÓN</b>	Coordinadora de la página web
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitar el acceso los datos fundamentales del título.</li> <li>- Adaptación de la web a las necesidades informativas.</li> </ul>
<b>ACTUACIONES A DESARROLLAR</b>	Actualización de la información recogida en la web del centro.
<b>PERÍODO DE EJECUCIÓN</b>	2011-2012
<b>RECURSOS/FINANCIACIÓN</b>	Beca de colaboración financiada con fondos de calidad.
<b>RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO</b>	Coordinadora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
<b>INDICADORES DE EJECUCIÓN</b>	Los recogidos en el apartado 2 de este informe.
<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>A CUMPLIMENTAR SÓLO SI FUE EJECUTADA (TOTAL O PARCIALMENTE)</b>	
<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO</b>	
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	
<b>GRADO DE SATISFACCIÓN</b>	
<b>ACCIONES CORRECTIVAS A DESARROLLAR</b>	

<b>CRITERIO: 3. Competencias/ Objetivos</b>	
<b>DENOMINACIÓN DE LA PROPUESTA</b>	Coordinación de módulos
<b>PUNTO DÉBIL DETECTADO</b>	Según lo recogido en la Memoria del Título, uno de los problemas detectados en la anterior licenciatura guardaba relación con la falta de coordinación entre materias y el solapamiento de contenidos
<b>ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>	Materias activadas de los distintos módulos
<b>RESPONSABLE DE SU APLICACIÓN</b>	Coordinadores de módulo
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la planificación del título.</li> <li>- Solventar problemas de solapamiento de contenidos.</li> <li>- Garantizar la formación en competencias.</li> </ul>
<b>ACTUACIONES A DESARROLLAR</b>	Establecimiento de un calendario de trabajo.
<b>PERÍODO DE EJECUCIÓN</b>	Curso 2011-2012
<b>RECURSOS/FINANCIACIÓN</b>	---
<b>RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO</b>	Coordinadora del Grado
<b>INDICADORES DE EJECUCIÓN</b>	Informe final (julio, 2012) e informes intermedios.
<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>A CUMPLIMENTAR SÓLO SI FUE EJECUTADA (TOTAL O PARCIALMENTE)</b>	
<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO</b>	
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	
<b>GRADO DE SATISFACCIÓN</b>	
<b>ACCIONES CORRECTIVAS A DESARROLLAR</b>	

<b>CRITERIO: 4. Acceso y Admisión de estudiantes</b>	
<b>DENOMINACIÓN DE LA PROPUESTA</b>	Protocolo de la sesión de orientación del nuevo alumnado
<b>PUNTO DÉBIL DETECTADO</b>	La sesión de orientación estaba siendo organizada a comienzo de cada curso, sin que se contara con un protocolo básico que organizara su funcionamiento.
<b>ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>RESPONSABLE DE SU APLICACIÓN</b>	Decanato del centro
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Contar con un sistema válido, eficaz y organizado.
<b>ACTUACIONES A DESARROLLAR</b>	Elaboración de un documento que recoja las directrices.
<b>PERÍODO DE EJECUCIÓN</b>	Curso 2011-2012
<b>RECURSOS/FINANCIACIÓN</b>	---
<b>RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO</b>	Coordinadora del Grado
<b>INDICADORES DE EJECUCIÓN</b>	Documento aprobado en la Junta del Centro.
<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>A CUMPLIMENTAR SÓLO SI FUE EJECUTADA (TOTAL O PARCIALMENTE)</b>	
<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO</b>	
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	
<b>GRADO DE SATISFACCIÓN</b>	
<b>ACCIONES CORRECTIVAS A DESARROLLAR</b>	

<b>CRITERIO: 5. Planificación de las enseñanzas</b>	
<b>DENOMINACIÓN DE LA PROPUESTA</b>	Plan de movilidad del centro
<b>PUNTO DÉBIL DETECTADO</b>	Es previsible que durante el presente curso académico se incrementen las solicitudes de estudiantes de Grado para participar en los programas de movilidad. Es necesario establecer un plan que garantice el acceso de los estudiantes a las plazas y becas disponibles.
<b>ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>RESPONSABLE DE SU APLICACIÓN</b>	Decanato del centro
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar la solicitud de plazas de movilidad.</li> <li>- Establecer objetivos claros al respecto.</li> </ul>
<b>ACTUACIONES A DESARROLLAR</b>	Elaboración del plan de movilidad y puesta en marcha de iniciativas para garantizar la disponibilidad de plazas.
<b>PERÍODO DE EJECUCIÓN</b>	Curso 2011-2012
<b>RECURSOS/FINANCIACIÓN</b>	---
<b>RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO</b>	Coordinador de relaciones internacionales
<b>INDICADORES DE EJECUCIÓN</b>	Tasas de movilidad
<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>A CUMPLIMENTAR SÓLO SI FUE EJECUTADA (TOTAL O PARCIALMENTE)</b>	
<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO</b>	
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	
<b>GRADO DE SATISFACCIÓN</b>	
<b>ACCIONES CORRECTIVAS A DESARROLLAR</b>	

<b>CRITERIO: 7. Recursos materiales y servicios</b>	
<b>DENOMINACIÓN DE LA PROPUESTA</b>	Mejora de infraestructuras
<b>PUNTO DÉBIL DETECTADO</b>	Algunos de los espacios actuales no cubren las necesidades del título.
<b>ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>RESPONSABLE DE SU APLICACIÓN</b>	Decanato del centro
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Mejorar las infraestructuras
<b>ACTUACIONES A DESARROLLAR</b>	Plan de mejorar
<b>PERÍODO DE EJECUCIÓN</b>	Cursos 2011-2012 / 2012-2013
<b>RECURSOS/FINANCIACIÓN</b>	Dependientes del rectorado
<b>RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO</b>	Decano del centro
<b>INDICADORES DE EJECUCIÓN</b>	Ejecución de las modificaciones
<b>OBSERVACIONES</b>	
<p>Concretamente se plantean las siguientes necesidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilitación de aulas para grupos reducidos.</li> <li>- Habilitación de salas para trabajo en grupo (relacionadas con la biblioteca)</li> <li>- Creación de una sala de trabajo en entorno Mac.</li> <li>- Nueva sala de edición audiovisual.</li> </ul>	
<b>A CUMPLIMENTAR SÓLO SI FUE EJECUTADA (TOTAL O PARCIALMENTE)</b>	
<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO</b>	
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	
<b>GRADO DE SATISFACCIÓN</b>	
<b>ACCIONES CORRECTIVAS A DESARROLLAR</b>	

SEGUIMIENTO DE TÍTULOS				INFORMACIÓN PÚBLICA: SÍNTESIS DE LOS PLANES DE MEJORA								AÑO:			
				TÍTULO: GRADUADA/O-MASTER EN:.....											
CR.	Denominación de la propuesta	Punto débil detectado	Ámbito de aplicación	Objetivos específicos	Actuaciones a desarrollar	Responsable de su aplicación	Período de ejecución	Recursos/ financiación	Responsable del seguimiento	Indicadores de ejecución	Observaciones	A cumplimentar sólo si fue ejecutada (total o parcialmente)			
												Nivel de cumplimiento	Resultados obtenidos	Grado de satisfacción	Acciones correctivas a desarrollar
1	Mejora y actualización de la página web del centro	Información incompleta	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Disponibilidad y fácil acceso	Actualización y disponibilidad de la información	Coordinador Página web	2011-2012	Beca de calidad	Coordinador del Grado	Los recogidos en el apartado 2 del informe					
3	Coordinación de módulos	Puntos débiles licenciatura	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Mejora en la planificación del título	Calendario de trabajo	Coordindores de módulos	2011-2012	---	Coordinador del Grado	Informe final e intermedios					
4	Protocolo da sesión de orientación del nuevo alumnado	Sesión de orientación no organizada	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Sistema válido, eficaz y organizado	Documento de instrucciones	Decanato del centro	2011-2012	----	Decanato del centro	Aprobación en Junta del Centro					
5	Plan de movilidad del centro	Gran demanda de las plazas de movilidad	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Planificar las solicitudes y las plazas disponibles	Plan de movilidad y creación de nuevas plazas	Coordinador de relaciones internacionales	2011-2012	---	Decanato del centro	Tasas de movilidad					
7	Mejora de infraestructuras	Espacios inadecuados para la docencia	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Mejora de las infraestructuras docentes	Mejora de las infraestructuras	Decanato do Centro	2011-2012 / 2012-2013	Universidad de Vigo	Universidad de Vigo	Ejecución de las modificaciones					

**4.- Acciones llevadas a cabo ante las recomendaciones establecidas en el informe final de verificación y en los sucesivos informes de seguimiento.**

<b>INFORME FINAL DE VERIFICACIÓN</b>				
<b>RECOMENDACIONES ESTABLECIDAS EN EL INFORME FINAL</b>	<b>ACCIONES LLEVADAS A CABO</b>			
	<b>ACCIÓN</b>	<b>FECHAS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ESTADO</b>
Criterio 5. En la memoria se establece que las prácticas externas son optativas. Los datos de convenios con empresas podrían satisfacer las demandas de las plazas de todos/as los/las alumnos/as. No queda clara la alternativa propuesta de formación que se lograría con los talleres profesionales.	Actualización de convenios con empresas	Cursos 2011-2012 y 2012-2013	Coordinador del programa de prácticas	En funcionamiento
	Sesiones informativas sobre programa de prácticas	Curso 2012-2013	Coordinador del programa de prácticas	En espera
	Documento explicativo programa de prácticas	Septiembre 2012	Coordinador del Grado	En funcionamiento
	Protocolo de organización de Talleres Profesionales	Septiembre 2012	Coordinador del Grado	En funcionamiento
	Sesiones informativas sobre Talleres profesionales	Curso 2012-2012	Coordinador Talleres profesionales	En espera

<b>INFORME DE SEGUIMIENTO</b>				<b>AÑO:</b>
<b>RECOMENDACIONES ESTABLECIDAS EN EL INFORME DE SEGUIMIENTO</b>	<b>ACCIONES LLEVADAS A CABO</b>			
	<b>ACCIÓN</b>	<b>FECHAS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ESTADO</b>

<b>INFORME DE SEGUIMIENTO</b>				<b>AÑO:</b>
<b>RECOMENDACIONES ESTABLECIDAS EN EL INFORME DE SEGUIMIENTO</b>	<b>ACCIONES LLEVADAS A CABO</b>			
	<b>ACCIÓN</b>	<b>FECHAS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ESTADO</b>

<b>INFORME DE SEGUIMIENTO</b>				<b>AÑO:</b>
<b>RECOMENDACIONES ESTABLECIDAS EN EL INFORME DE SEGUIMIENTO</b>	<b>ACCIONES LLEVADAS A CABO</b>			
	<b>ACCIÓN</b>	<b>FECHAS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ESTADO</b>