Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

SEGUIMIENTO DE TÍTULOS OFICIALES

AUTOINFORME DE SEGUIMIENTO

Denominación del Título
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Centro
FACULTAD DE CC. SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Tipo de centro

- [x] Propio
- [ ] Adscrito

Centro

Tipo de centro

- [ ] Propio
- [ ] Adscrito

Centro

Tipo de centro

- [ ] Propio
- [ ] Adscrito

Centro

Tipo de centro

- ☐ Propio
- ☐ Adscrito

Autoinforme provisional. Órgano de aprobación
JUNTA DE FACULTAD

Fecha

Autoinforme definitivo. Órgano de aprobación
JUNTA DE FACULTAD

Fecha

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Descrición del título

ID del título
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Rama de conocimiento
CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Universidad solicitante
UNIVERSIDAD DE VIGO

Centro responsable de las enseñanzas conducentes al título o, de ser el caso, departamento o instituto
FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Centro/s donde se imparte el título
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

En caso de títulos interuniversitarios, universidad coordinadora y universidades participantes. UNIVERSIDAD COORDINADORA:

UNIVERSIDADES PARTICIPANTES:

Tipo de educación
Presencial

Régimen de estudios
Presencial

Periodicidad de la oferta
Anual

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas
100

Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo
24 ECTS/curso a tempo parcial e 48 ECTS/curso a tempo completo

Normas de permanencia
La normativa de permanencia y progreso del alumnado de las titulaciones oficiales de grado y de máster universitarios de la Universidad de Vigo, aprobada por el Consello de Goberno de la Universidad de Vigo el 20 de julio de 2012 y por el Consello Social el 2 de abril de 2013, se encuentra publicada en el DOG (http://www.xunta.es/dog/Publicados/2013/20130419/AnuncioU500-100413-0004_gl.html) y en la web de la . Universidad de Vigo (http://www.uvigo.es/opencms/export/sites/uvigo/sites/default/uvigo/DOCUMENTOS/formacion/norm_perm_grao_master.pdf)

Información sobre la expedición de suplemento al título
Normativas disponibles en la página web de la Universidad de Vigo (http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/secxeral_es/_galeria_descargas/normativa_reguladora_de_tramitacion_do_suplemento_europeo_ao_titulo.pdf)

Responsable del título
Emma Torres Romay

Coordinador/a del título
María Isabel Míguez González

Correo electrónico del/de la responsable del título
sdfacsoc@uvigo.es

Fecha de verificación del título
05 / 05 / 2009

Fecha de aprobación por el Consejo de Ministros
30 / 10 / 2009

Fecha de autorización de la implantación por la Xunta de Galicia
27 / 08 / 2009

24/10/2010

Fecha de inscripción en el RUCT
30 / 10 / 2009

Fecha de publicación en el BOE
05 / 01 / 2010

Curso de Implantación
2009/2010

Modificaciones autorizadas
BOE 8 de julio de 2011. http://www.boe.es/boe/dias/2011/07/08/pdfs/BOE-A-2011-11769.pdf

Fecha de la última acreditación

24/04/2010

Órgano responsable del Sistema de Garantía de Calidad del título
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Memoria vigente del título

MEMORIA GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS.pdf

Descripción del Título. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del cumplimiento del criterio

- [x] Satisfactorio
- [ ] Suficiente
- [ ] Insuficiente
- [ ] Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración)/ conclusiones
La denominación del título, que no ha registrado cambios con respecto a lo establecido en la memoria, se encuentra claramente disponible en la propia portada de la página web del centro (http://csc.uvigo.es), así como en el apartado correspondiente a Estudios y Titulaciones dentro de la web de la Universidad de Vigo

(http://webs.uvigo.es/vicprof/index.php?option=com_content&task=view&id=1527&Itemid=572). En esta misma página aparece de forma clara el centro responsable del título.
No ha habido variaciones en el número de plazas de nuevo ingreso o en la periodicidad de la oferta recogida en la Memoria. Esta información, así como el número de créditos, los requisitos de matriculación o las profesiones para los que capacita (salidas profesionales), se recoge también en el link anterior.Tampoco ha habido variaciones en el tipo de enseñanza (mantiene su carácter presencial).
La nueva normativa de permanencia, en la que se recoge el nº mínimo de créditos ECTS de matrícula en los grados (48 a tiempo completo y 24 a tiempo parcial), así como la información sobre el Suplemento Europeo al Título, se encuentran disponibles en la web de la Universidad de Vigo, aunque no resultan de fácil acceso.
No ha sido necesario atender a necesidades educativas especiales de los estudiantes.
En cuanto al responsable del título, no ha variado la coordinadora con respecto al curso 2012-2013, pero sí el equipo decanal. La nueva decada del centro fue elegida en julio de 2014 y la composición del nuevo equipo se encuentra recogida en la página web de la Facultad (http://csc.uvigo.es/index.php/institucional/decanato).

De todas formas, pese a los esfuerzos que se han realizado en el mantenimiento de la página web, existen varios aspectos que conviene mejorar. Tal y como se indica en el informe provisional de evaluación para la renovación de la acreditación del título, del que se hablará en el apartado de justificación del título (aunque se adjunta aquí el documento), la web presenta algunos problemas de accesibilidad y algún apartado desactualizado, no deja claros los idiomas de impartición del título y no presenta de forma clara los principales indicadores del título. Por ello, en el plan de acciones correctoras (se adjunta documento) derivado del informe antes citado se contempla una acción de mejora de la web, que recogemos a continuación como propuesta de mejora.

Buenas prácticas
Durante el curso 2013-2014 se añadió en la página web del centro un subapartado específico de Información Pública en el apartado dedicado al título, en el que se sintetiza en un único documento la mayoría de la información de relevancia pública de la titulación (http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/informacion-publica).

Propuestas de mejora
Se propone la realización de una remodelación integral en la web del centro, que permita que ésta se adapte mejor a la óptica del usuario, que tenga mejores mecanismos de acceso, una mejor presentación de la información pública y un fácil acceso a información como los indicadores del título.

Breve descripción de las modificaciones
No existen datos que impliquen la necesidad de modificar la memoria

Justificación de las modificaciones
No existen datos que impliquen la necesidad de modificar la memoria

INFORME PROVISIONAL ACREDITACIÓN GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS.pdf
Plan de Acciones Correctoras Publicidad y RRPP.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Descripción del Título. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
Revisión y actualización de la página web del centro

Punto débil detectado
Problemas de accesibilidad, alguna información desactualizada, presentación inadecuada de la información pública

Ámbito de aplicación
Web de la Facultad

Responsable de su aplicación
Dirección del centro

Objetivos específicos
Revisar y actualizar la web desde la óptica del usuario.
Mejorar los mecanismos de acceso y presentación de la información pública.
Actualizar los contenidos obsoletos o incompletos.

Actuaciones a desarrollar
Reestructuración completa de las secciones de la página web, atendiendo a criterios de accesibilidad y usabilidad y a los diferentes perfiles de usuario.

Actualización de los contenidos.

Período de ejecución
2014/15

Recursos / financiamiento
Centro

Indicadores de ejecución
La propia página web.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Justificación. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- (•) Satisfactorio
- ( ) Suficiente
- ( ) Insuficiente
- ( ) Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO O PROFESIONAL DEL TÍTULO:
Los argumentos expuestos en el apartado 2.1. de la Memoria del Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo sobre el interés académico, científico y profesional del título continúan siendo válidos tras cinco años de docencia.

En cuanto al interés académico parece persistir, dado que la demanda continúa siendo amplia, con un total de 112 matrículas de nuevo acceso en el curso 2013-2014 (se adjunta documento), frente a las 107 del curso anterior, para una oferta inicial de 100 plazas en ambos casos.

En cuanto al interés científico, las disciplinas que el título engloba continúan siendo objeto relevante de desarrollo a nivel mundial, con el desarrollo de eventos destacados como el World Forum of Public Relations

(http://www.worldprforum.com/es/) que se celebró en Madrid en septiembre de 2014, y continúan poniéndose en marcha numerosos proyectos de investigación relacionados con dichas disciplinas.

Por lo que se refiere al interés profesional del título, la publicidad continúa siendo un sector fundamental para la actividad económica y la gestión de la comunicación en las organizaciones adquiere cada vez un mayor peso. No se puede disponer aún de datos de inserción laboral, dado que los primeros egresados abandonaron el centro en junio de 2013, y la coyuntura económica dificulta la incorporación al mercado del trabajo en numerosas titulaciones, pero una prueba del interés del título es que el centro privado Cesuga, adscrito a la Universidad San Jorge, planea ofertar el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas a partir del curso 2015-2016 (http://cesuga.com/el-dog-publica-la-autorizacion-de-la-conselleria-de-educacion-para-ofertar-ade-y-arquitectura/). Esta circunstancia, aunque supone una amenaza que habrá que tener en cuenta de cara a futuros procesos de matriculación, ratifica la relevancia de esta titulación y su viabilidad.

REFERENTES EXTERNOS AL TÍTULO
Los referentes externos incluidos en el apartado 2.3 de la Memoria continúan avalando la adecuación del título a criterios nacionales e internacionales.

PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA
En lo que respecta a los procedimientos de consulta, el desarrollo del título responde al procedimiento PE03 del Sistema Interno de Garantía de Calidad del centro. Así mismo, se han realizado encuestas de satisfacción a alumnado y profesorado, aunque de ellas no se pueden extraer resultados relevantes relativos a la justificación del título.

En cuanto a los procedimientos externos, cabe apuntar que durante el curso analizado se mantuvieron diversos contactos con otras universidades españolas que imparten el mismo título o similares, tal y como se detalla en el apartado de buenas prácticas. Además, se continúa manteniendo un estrecho contacto con los profesionales. En este sentido, además de las actuaciones recogidas en el apartado de buenas prácticas, se aprovechan las prácticas profesionales y los seminarios profesionalizantes como vía para el mantenimiento de relaciones directas con el entorno profesional, permitiendo el contacto con ocho profesionales que acudieron a la Facultad a impartir los seminarios profesionalizantes y con 62 empresas e instituciones, a través de la gestión de prácticas. De estas 62 empresas e instituciones, 22 se corresponden con nuevos convenios, es decir, firmaron su convenio con la Universidad de Vigo para la oferta de prácticas en el curso 2013-2014.

Buenas prácticas
PROCESO PILOTO DE ACREDITACIÓN DEL TÍTULO:
Durante el curso 2013-2014, la AGSUG puso en marcha un proyecto piloto de renovación de la acreditación de titulaciones oficiales, anticipándose así al proceso de renovación de la acreditación al que todos los títulos deberán someterse en los próximos cursos. La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo fue uno de los centros gallegos que decidió participar en este proyecto, con varias de sus titulaciones, entre ellas el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Como resultado de este proceso se ha recibido un informe provisional de evaluación (se adjunta documento) con una valoración, en general, favorable y con una serie de recomendaciones sobre las que se ha elaborado un plan de acciones correctoras (se adjunta documento). Tanto el informe provisional como el plan de acciones correctoras han sido tomados como base para una parte importante de este informe de seguimiento y de las propuestas de mejora que en él se recogen, por lo que se hará rerefencia a estos documentos y al proceso en general en reiteradas ocasiones.
El proceso tuvo una importante repercusión en prensa, que favoreció la visibilidad del centro (se adjuntan evidencias de presencia en prensa como consecuencia de este proceso y de otras actividades).

CONTACTOS CON EL ÁMBITO PROFESIONAL Y ACADÉMICO:
Durante el curso 2013-2014 se llevaron a cabo varias acciones desde el centro para incentivar el contacto con las fuerzas vivas del sector (véase evidencia de acciones promocionales):

- Firma pública de acuerdos con la Secretaría Xeral de Comunicación de la Xunta de Galicia o la Asociación de Marketing de Galicia MARKEA.

- Convenio con Mediaset. En el curso 2013-2014 se firmó un convenio especial de prácticas con Mediaset, por el cual una alumna de la titulación pudo desarrollar prácticas en la sede de la empresa en la Comunidad de Madrid durante el pasado mes de agosto (se adjunta convocatoria enviada a alumnos). Así mismo, se gestionó un curso de formación con profesionales de Mediaset, para impartir en la Facultad a lo largo de los meses de septiembre, octubre y noviembre de

2014 (se adjunta cartel del curso).

- Organización en el centro de un foro de emprendedurismo, Forumemprego (véase repercusión en prensa).

- Participación del Decano del centro en el Foro de la Comunicación de Galicia celebrado en Ourense en diciembre de 2013 (http://www.expourense.org/ag.php?id=33&iframe=true&social_tools=false&width=830&height=700).

Por otra parte, el centro acogió dos congresos de relevancia nacional e internacional que reunieron a profesores de diferentes ámbitos, favoreciendo los contactos en el ámbito académico y que fueron patrocinados por entidades o empresas relevantes del mundo profesional (véase repercusión en prensa):

- Foro de investigación en comunicación (http://www.foro2014.com/): celebrado los días 6 y 7 de febrero de 2014 y organizado en colaboración con la Universidad de Navarra y la Universidad Complutense de Madrid. Contó con la colaboración del Corporate Excellence (Center for Reputation Leadership), del Consello Social y del Concello de Pontevedra, así como con el patrocinio de empresas como Coren y la D.O. Ribeiro. Las sesiones fueron emitidas en streaming por la web de la Uvigo TV.

- Lusocom (http://lusocom2014.com/): celebrado los días 11 y 12 de abril de 2014. Fue organizado por el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Vigo, del que forman parte la mayoría de los docentes del título, en colaboración con varias asociaciones internacionales de comunicación (Lusocom, Intercom, Agacom y Sopcom). Gracias a este congreso se reunieron en el centro más de 150 docentes e investigadores del ámbito de la comunicación, muchos de ellos portugueses y brasileños.

Propuestas de mejora
Teniendo en cuenta la posible implantación de un título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el centro privado CESUGA en A Coruña, parece pertinente buscar acciones de mejora que incrementen el interés del título ofertado frente al posible competidor. En este sentido, se está trabajando en una propuesta de doble titulación con la Universidad de Sao Paulo, que se detalla en el correspondiente plan de mejora. Esta propuesta permitiría a los alumnos que cursan Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Vigo obtener también el título en Marketing por la Universidad de Sao Paulo, cursando allí un año de estudios en lugar de cursar el año correspondiente en nuestro centro.

Breve descripción de las modificaciones

Justificación de las modificaciones

- 06. Estudiantes matriculados. Nuevo acceso.pdf
- 2014 - CURSO DE FORMACIÓN MEDIASET.pdf
- Acciones promocionales.pdf
- Convocatoria practicas Mediaset.pdf
- Evidencias Duvi y prensa.pdf
- INFORME PROVISIONAL ACREDITACIÓN GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS.pdf
- Plan de Acciones Correctoras Publicidad y RRPP.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Justificación. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
OFERTA DE DOBLE TITULACIÓN EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS + MARKETING

Punto débil detectado
La necesidad de incrementar el interés del título como consecuencia de la posible aparición de un título competidor directo.

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Centro

Incrementar el interés del título ante los alumnos potenciales.

Ofrecer una ventaja competitiva a los futuros titulados.

Incrementar la empleabilidad de futuros titulados.

Actuaciones a desarrollar
Desarrollar las negociaciones ya iniciadas durante el curso 2013-2014 con la Universidad de Sao Paulo para concretar la oferta de una doble titulación en Publicidad y Relaciones Públicas + Marketing.

Firmar el convenio de colaboración.

Poner en marcha la gestión del doble título.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento
-

Indicadores de ejecución
Firma del convenio de colaboración

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Competencias / objetivos. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- ○ Satisfactorio
- ◉ Suficiente
- ○ Insuficiente
- ○ Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
Los objetivos generales del título son coherentes con los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres y con los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal. El análisis del item nº 1 de la pregunta 78 de las encuestas a profesores de satisfacción con las titulaciones oficiales muestra que la satisfacción en relación con los objetivos del plan de estudios se ha reducido de un 5.50 en el curso 2012-2013 a un 4.91 en el curso 2013-2014, siendo la valoración más baja de las recogidas hasta el momento (se adjunta documento). Por el contrario, en el caso de los estudiantes (ítem nº 1 de la pregunta 74) la satisfacción con los objetivos ha mejorado ligeramente con respecto al curso anterior (de un 3.72 a un 4.11), aunque sigue siendo inferior a la recogida en los cursos 2011-2012 (4.63) y 2010-2011 (4.42).

En cuanto a las competencias del título, aunque siguen correspondiéndose con las establecidas en los Reales Decretos 1393/2007 y 861/2010 para los títulos de grado y siguen destacando el carácter de formación general de este tipo de enseñanzas, existen dos razones que aconsejan revisarlas en profundidad. La primera de ellas es la posible aparición de un competidor inmediato (el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que puede que se implante en Coruña en curso

2015-2016, mencionado en el apartado de Justificación del título). La segunda es el desajuste detectado entre las competencias recogidas en la memoria del título y en las guías docentes de algunas materias, mencionado en el informe oral facilitado en el mes de mayo por los evaluadores que auditaron el título, dentro del progama piloto de acreditación (se adjunta el informe provisional escrito remitido posteriormente).
Como consecuencia, durante el propio curso 2013-2014 se llevó a cabo una revisión pormenorizada de las guías docentes que se debían aprobar para curso 2014-2015, comparando las competencias con las fichas de las materias aprobadas en la memoria y reajustándolas en los casos necesarios. Además, las guías no sólo fueron revisadas por la coordinadora de la titulación, sino que también se sometieron a revisión y aprobación por parte de la Comisión de Calidad de centro, antes de ser aprobadas en Junta de Facultad. Sin embargo, en este proceso se constató que las competencias de las materias recogidas en la memoria del título, del año 2008, si bien no son incorrectas, están algo desactualizadas en algunas materias, por lo que se realizará una propuesta de mejora en este sentido.

Por otra parte, teniendo como referente los trabajos de fin de grado defendidos en los meses de mayo y julio de 2014, puede considerarse que los alumnos adquieren satisfactoriamente las competencias mínimas deseadas para el título, ya que todos los trabajos defendidos han sido superados.

Buenas prácticas
Para facilitar la evaluación de la adquisición de competencias mediante con el trabajo de fin de grado, con el que los alumnos deben demostrar que han alcanzado las competencias mínimas deseadas para el título, se ha facilitado a los tribunales un modelo de rúbrica que recoge los principales aspectos que se deben tener en cuenta en la evaluación (se adjunta la resolución de la comisión de trabajos de fin de grado en la que se aprueba y se incluye este documento).

Propuestas de mejora
Teniendo en cuenta lo expuesto, se propone realizar una revisión exhaustiva de las competencias para el curso 2014-2015. Así se recoge también en el plan de medidas correctoras remitido a la ACSUG (se adjunta) en respuesta al informe provisional de evaluación del título, dentro del programa piloto de acreditación. Se aprovechará que este proceso requiere de una modificación de la memoria para tratar de actualizar también los objetivos del título, si se considera necesario tras el análisis, y corregir algún error detectado en las fichas de las materias.

Breve descripción de las modificaciones
Modificación de las competencias en las fichas de las materias

Justificación de las modificaciones
Dado que el problema existente con las competencias radica, fundamentalmente, en la memoria (es allí donde se encuentran más desactualizadas), se optará por solicitar una modificación en la memoria para poder actualizarlas.

- 2014-06-02 Resolucion comision TFG.pdf
- E.G.05.G.b Encuestas G-M- Grado de satisfacción do alumnado. Indicador 74 (por pregunta) EVOLUCION.xls
- Encuestas G-M- Grado de satisfacción do profesorado. Indicador 78 (por pregunta) EVOLUCION.xls
- INFORME PROVISIONAL ACREDITACIÓN GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS.pdf
- Plan de Acciones Correctoras Publicidad y RRPP.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Competencias / objetivos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
REVISIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL TÍTULO Y LAS COMPETENCIAS DE LAS MATERIAS

Punto débil detectado
Algunas de las competencias recogidas en las fichas de las materias de la memoria están desactualizadas

Ámbito de aplicación
Fichas de las materias en la memoria del Grado

Responsable de su aplicación
Dirección del centro y coordinadora del Grado

Objetivos específicos
Revisar los objetivos del título.
Actualizar las competencias del título y de las materias, de acuerdo con el actual contexto profesional y académico y con los objetivos.
Buscar la coherencia en conjunto de todas las competencias, facilitando una distribución que permita su adecuada consecución.

Actuaciones a desarrollar
Revisión exhaustiva de todas las competencias recogidas en la memoria del título.
Actualización y reorganización de las competencias.
Modificación de la memoria.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Modificación de la memoria del título

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisafacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Acceso y admisión de estudiantes. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- (●) Satisfactorio
- ( ) Suficiente
- ( ) Insuficiente
- ( ) Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA A MATRICULACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DE ACOGIDA Y ORIENTACIÓN AL ESTUDIANTADO DE NUEVO INGRESO:
Las vías y requisitos de acceso al título, así como el perfil de ingreso recomendado se encuentran recogidos en la Memoria y se puede acceder a esta información desde la web del centro (http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/admision-e-orientacion/335-admision-e-orientacion). No se han registrado casos en el curso analizado que hagan necesaria la modificación del perfil de ingreso recomendado.

Por lo que respecta a los sistemas de información previa y promoción de la titulación entre alumnos potenciales, el Centro desarrolló una intensa labor que se detalla en el apartado de buenas prácticas.

En cuanto a la información disponible para el posible alumnado a través de la web (vías de acceso, reconocimientos, etc.) se recoge en el apartado de descripción del título una propuesta de mejora de la página web mediante la que se tratarán de solventar las deficiencias detectadas en este sentido.

ACCESO Y ADMISIÓN:
No se han establecido pruebas o condiciones de acceso distintas de las derivadas de la limitación de plazas de nuevo ingreso y no se prevén cambios respecto a lo establecido en la memoria vigente.

Los datos de acceso e inscripción para el curso 2013/2014 han sido los siguientes: se han ofertado 100 plazas para las que se han preinscrito un total de 148 alumnos en primera opción. Finalmente, se han conformado 112 matrículas de nuevo ingreso, lo que determinaría una ocupación de la titulación de un 112%. De estos alumnos, un 75% proceden de bachillerato LOE, un 16% de formación profesional y el resto, de otras vías de ingreso (se mantiene, por tanto, un perfil de ingreso similar al de cursos anteriores). A estos 112 alumnos habría que sumarle cuatro más procedentes de la vía de acceso por reconocimiento de créditos, para la que se reservan un máximo de 10 plazas.

APOYO Y ORIENTACIÓN DEL ESTUDIANTADO UNA VEZ MATRICULADO:
La Memoria del Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (página 21) recoge la necesidad de organizar sesiones de orientación para alumnos de nuevo ingreso. 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 plasmado ya en una normativa concreta (PC05). Este procedimiento ya se había implantado en curso anteriores y ha continuado aplicándose en el curso 2013/2014. Así, como ya viene siendo habitual, a comienzos del curso 2013-2014 se llevó a cabo una sesión de acogida del alumnado de nuevo ingreso, que se estructuró en tres partes:
- Recepción por el equipo decanal del centro (se adjunta hojas de firmas de asistencia al acto)
- Sesión informativa de la coordinación de Grado (se adjunta presentación informativa facilitada a los alumnos y hoja de firmas)
- Sesión informativa de la Biblioteca del centro.

En cuanto a la información a los estudiantes del centro, se han continuado utilizando los paneles informativos de un modo óptimo, al igual que la web y las bases de datos de estudiantes, que han recibido numerosa información directa, a través del correo electrónico, de los temas de interés específicos para cada curso o colectivo, y del blog de la titulación (http://coordinapublierrpp.blogspot.com).

Así mismo, se han mantenido reuniones con los tutores académicos de cada curso, de acuerdo con el Plan de Acción Tutorial.

Por otra parte, el vicedecanato de alumnado ha mantenido vías de comunicación permanentes con aquellos alumnos interesados en los programas de movilidad.

TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS:
Los mecanismos para la transferencia y reconocimiento de créditos se sintetizan en el apartado de Acceso y Admisión de la web del centro, aunque se contemplan de forma completa en la memoria, dejando constancia explícita, por ejemplo, de que los alumnos pueden convalidar actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación por créditos de materias optativas (página 31 de la memoria).

Buenas prácticas
SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA A MATRICULACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DE ACOGIDA Y ORIENTACIÓN AL ESTUDIANTADO DE NUEVO INGRESO:

Los esfuerzos de promoción de las titulaciones realizados por el centro se plasman, fundamentalmente en las siguientes actividades desarrolladas en el curso 2013-2014:
Participación en la Feria de Industrias Culturales de Galicia CULTURGAL (Pontevedra, noviembre de 2013) y en la Feria de Educación de Galicia EDUGAL (primavera de 2014), con stands en los que se informaba a los asistentes de los títulos del centro, planes de estudios y salidas laborales.
Vistas a institutos: un equipo de tres personas del centro visitaron casi un centenar de institutos para ofrecer información de las titulaciones.
Inserciones publicitarias: el centro contrató anuncios en prensa y cuñas de radio en medios de comunicación generalistas. Las inserciones tuvieron un repunte en las semanas de Selectividad, donde este centro realizó un esfuerzo de promoción

específico aprovechando que la facultad era la sede del campus para los exámenes de Selectividad.

APOYO Y ORIENTACIÓN DEL ESTUDIANTADO UNA VEZ MATRICULADO:

Blog de la titulación: de acuerdo con una propuesta de mejora establecida en el anterior informe de seguimiento, en octubre de 2013 se puso en marcha un blog para ofrecer al alumnado información pública y actualizada sobre las cuestiones relevantes relativas al título y su planificación (http://coordinapublierrpp.blogspot.com). Este blog se ha venido empleando con asiduidad y en julio de 2014, una vez finalizado el curso, el blog contaba con un total de 50 entradas.

TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS:
Se ha iniciado un registro de todos los casos de transferencia y reconocimiento de créditos, para que pueda ser utilizado como referencia para futuros casos que puedan surgir (se adjunta evidencia)

Propuestas de mejora

Breve descripción de las modificaciones

Justificación de las modificaciones

- 06. Estudiantes matriculados. Nuevo acceso.pdf
- 2.b Análisis de la demanda (UVI).pdf
- 2013-09-03 Presentacion alumnos.pdf
- Acto bienvenida Centro.pdf
- Acto bienvenida Publicidad y RRPP.pdf
- Diptico grado.pdf
- I7. Estudiantes de nuevo acceso. Modalidad y estudio de acceso..pdf
- PAT 2013-2014.pdf
- Taboa Recoñecemento créditos.xlsx

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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 de la calidad de los programas formativos" y "Gestión del proceso de enseñanza-aprendizaje" del Programa FIDES-AUDIT.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Planificación de las enseñazas. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- ○ Satisfactorio
- ◉ Suficiente
- ○ Insuficiente
- ○ Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
MECANISMOS DE COORDINACIÓN DOCENTE

Los mecanismos de coordinación docente con los que cuenta el título se basan en la existencia de la figura de un coordinador de grado y varios coordinadores de módulo, cuyo nombres se recogen en la página web del centro (http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/coordinacion). Continuando con la dinámica de trabajo de cursos anteriores, se han realizado varias reuniones de coordinación con todos los docentes del grado y reuniones de coordinación de módulo (se adjuntan evidencias). Además, existe una Comisión de Seguimiento de Trabajos de Fin de Grado que también se ha reunido con asiduidad (se adjuntan evidencias), un coordinador de prácticas curriculares y un coordinador de seminarios profesionalizantes.

Sin embargo, la figura del coordinador de grado resulta insuficiente. Tanto desde la actual dirección del Centro como desde la propia coordinación del Grado se entiende que la creación de esta comisión es un requisito imprescindible para que se puedan desarrollar algunos de los planes de mejora recogidos en este informe, ya que la figura del coordinador carece del

peso institucional suficiente para asumir la responsabilidad de cambios sustanciales, por ejemplo, en la memoria del título.

DESARROLLO DEL PAT (véase documento adjunto)
Los coordinadores de PAT, uno por curso, funcionan como complemento a los restantes elementos de coordinación docente, ya que buscan la coordinación horizontal y permiten que se obtenga información cualitativa muy valiosa, ya que mantienen varias reuniones con los alumnos a lo largo del cuatrimestre (evidencias en el apartado anterior). Dada su relevancia, se pretende darle más peso en la coordinación de actividades por curso (véase propuesta de mejora) y que sus coordinadores se integren en la comisión académica del título que se cree.

DEFINICIÓN DE MÓDULOS Y MATERIAS. DESARROLLO DE LAS PRÁCTICAS Y CONVENIOS
En cuanto a 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. La validación de esta estructura se recoge en el procedimiento PC06 del Plan de Calidad del centro. Aún así, tal y como se ha recogido en el apartado de Competencias / Objetivos, las competencias deben ser revisadas en profundidad.

Por otra parte, tras dos años de impartición del último curso del título, en el que los alumnos eligen realizar prácticas profesionales o seminarios profesionalizantes, se ha comprobado que la mayoría de los alumnos continúan eligiendo la opción de realizar prácticas profesionales. Éstas se han desarrollado con normalidad en el curso 2014-2015, con 62 empresas e instituciones con convenio (22 de nueva creación en el curso 2013-2014) para un total de 61 alumnos que han elegido y cursado las prácticas. Hasta el momento, por tanto, se ha logrado mantener una oferta adecuada de prácticas para los estudiantes que las demandan, aunque su gestión resulta laboriosa.

Así mismo, se ha comprobado que la opción de los seminarios profesionalizantes, pese a ser satisfactoria para los alumnos que la cursan, es elegida por un número bajo de estudiantes y genera, en cambio, numerosas dificultades de organización para el Departamento que las gestiona. Estos seminarios son impartidos por profesionales que no están en plantilla y cuya actividad se tramita como la de profesores invitados, aunque éste no es, en realidad, su estatus.

Así mismo, el sistema de materias optativas existente en el primer cuatrimestre del cuarto curso, con una oferta de 10 materias para que el alumno elija cuatro, ha generado problemas en el último curso. La irregular matrícula en las materias en el curso 2012-2013 motivó que en el curso 2013-2014 no se ofertase una optativa y se variase el número de grupos prácticos de otras, quedando reducidos a uno en las materias que habían tenido escasa matrícula en el curso anterior o incrementándose a tres en caso contrario. Estos cambios motivaron varios problemas en el curso 2013-2014: algunos alumnos manifestaron su interés por cursar la materia que no se ofertaba, la confección de horarios resultó muy compleja al haber varias materias con diferente número de grupos prácticos y algunas materias que sólo contaban con un grupo práctico como consecuencia de su baja matrícula en el curso anterior tuvieron en este curso un elevado número de alumnos, lo que dificultó considerablemente la docencia.

Los evaluadores del programa piloto de acreditación del título se hicieron eco de este problema y en su informe oral indicaron la necesidad de aplicar criterios académicos en caso de que fuera necesario reducir el número de materias optativas o incrementar el tamaño de los grupos, dada la excesiva carga docente del profesorado en el contexto actual y teniendo en cuenta que en algunas materias podría resultar factible trabajar con grupos grandes, pero en otras no. Con esta finalidad, se puso en marcha un nuevo sistema de preinscripción en materias optativas que solucionaría este problema y que se recoge en el apartado de buenas prácticas.

A pesar de esto, a comienzos del curso 2014-2015 se han observado igualmente dificultades para la organización de los horarios y se han detectado varias incidencias en el sistema de preinscripción, por lo que será necesario reflexionar nuevamente sobre este aspecto.
Teniendo en cuenta que también se propone revisar la situación de los seminarios profesionalizantes, también en el cuarto curso, y que habrá que realizar una modificación de la memoria para la actualización de las competencias, se plantea la posibilidad de realizar una propuesta de mejora profunda que afecte a toda la estructura académica del cuarto curso.

Por otra parte, a principios del curso 2013-2014 se modificó el reglamento de los trabajos de fin de grado (acción recogida como propuesta de mejora en el anterior informe de seguimiento del título), con la finalidad de solventar las incidencias del curso anterior. Se optó por suprimir la posibilidad de entregar al proyecto a través de la plataforma FAITIC, que había generado numerosos problemas, pero se habilitó igualmente la posibilidad de que los alumnos entreguen el proyecto en un soporte informático, no impreso, si lo desean (se adjunta reglamento modificado).

INFORMACIÓN SOBRE LAS MATERIAS Y GUÍAS DOCENTES
La información sobre la planificación temporal de las materias, el carácter de las enseñanzas, el tipo de materias y su distribución en créditos ECTS se encuentra disponible en la página web del centro (http://193.146.41.230/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/plan-de-estudos/planificacion). En este sentido, se han realizado diversos esfuerzos por ofrecer información directa y permanente a los alumnos en relación con las materias optativas, las prácticas, etc,, tal y como se detalla en el apartado de buenas prácticas. Además se ha puesto en marcha un sistema de coordinación de actividades por curso, que se detalla en el apartado de buenas prácticas y que se intentará mejorar el próximo curso.

En el curso analizado, las guías docentes de las materias impartidas en el título se encuentra disponibles en la página web del centro (http://www.csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/guias-docentes), con un acceso claro desde la propia portada de la web. Estas guías docentes muestran las competencias de cada una de las materias y se detallan los procedimientos de evaluación para la medición de la adquisición de dichas competencias.

Las guías docentes son revisadas cada curso académico por los profesores que imparten la materia y por la coordinación del Grado, para garantizar el cumplimiento de los requisitos mínimos que éstas deben presentar. Tal y como se ha detallado en el apartado de Competencias y Objetivos, este curso las guías han sido también supervisadas y aprobadas por la Comisión de Calidad del Centro, antes de ser validadas por la Junta de Facultad.

TASAS ACADÉMICAS
En cuanto a los resultados obtenidos, todas las tasas académicas recogidas aportan resultados positivos (véase el comentario detallado y las evidencias en el apartado de resultados).

MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES
La página web del centro ofrece un apartado completo relativo a la movilidad (http://csc.uvigo.es/index.php/mobilidade) con diversos documentos de interés para los alumnos entre los que se encuentra la normativa interna de movilidad del centro (http://csc.uvigo.es/images/pdf/normativainterna.pdf).

La titulación de Publicidad y Relaciones Públicas continúa teniendo buenas cifras en cuanto a movilidad de estudiantes, con un total de 34 alumnos desplazados en el curso 2013/2014; aunque esta cifra es sustancialmente inferior a los desplazados en el curso 2012/2013 (fueron 55) se considera igualmente una cifra positiva y se entiende que las reducciones en el número de becas para la movilidad y en la dotación enonómica de estas afecta, necesariamente, al número de alumnos que deciden desplazarse. Pese a esto, en el curso 2013-2014 el título ha recibido 7 alumnos de SICUE, cuatro más que en el curso 2012-2013, además de los alumnos de Erasmus, un total de 41 recibidos en el centro (no existen datos desglosados por titulaciones).

Por lo que respecta a la recepción de estudiantes extranjeros, cabe indicar es cuestión de la ORI y que los coordinadores realizan una labor meramente académica con el apoyo de un becario/a en el ámbito del las titulaciones del centro. La recepción en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de los alumnos extranjeros se realiza personalmente debido a los temas de curriculum a tratar.

ENCUESTAS DE EVALUACIÓN DOCENTE
La valoración de las materias por parte del alumnado en las encuestas de evaluación docente es positiva. En este sentido cabe mencionar que el referente de puntuación de la titulación en la valoración global de las materias es de 3,89 sobre 5 puntos, similar al del promedio de la Universidad de Vigo (3,89), con una evolución claramente positiva con respecto al 3,73 obtenido en el curso 2012-2013 y al 3,66 obtenido en el curso 2011-2012.

SATISFACCIÓN CON LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LAS ENSEÑANZAS
El grado de satisfacción de los estudiantes con la planificación y desarrollo de las enseñanzas, según las encuestas de satisfacción de la Universidad de Vigo, es de 4.04 puntos (siendo 4.17 el referente de la Universidad de Vigo). El dato muestra una evolución positiva frente a los resultados de los dos cursos anteriores (3.55 en 2012-2013 y 3.83 en 2011-2012). El aspecto peor valorado es la coordinación entre el profesorado (3.47), que se trabajará desde la comisión académica del título, dado que en ella estarán representados tanto los tutores de PAT (coordinación por curso) como los tutores de módulo (coordinación vertical).
En cuanto al grado de satisfacción del profesorado, es de 4.85 puntos, inferior a los 5.52 de referencia de la Universidad de Vigo, aunque no se detecta ningún ítem cuya valoración sea especialmente negativa.

Buenas prácticas
Sistema de preinscripción en materias optativas. Se han reactivado las diez materias optativas previstas en el plan de estudio, subsanando la eliminación de una de las materias por criterios no académicos. Se ha establecido un procedmimiento de preinscripción que permite un número máximo de 40 alumnos por materia, distribuidos en un grupo teórico y dos prácticos, de forma que se garantiza que el profesorado no tenga que trabajar con grupos grandes. El procedimiento de preinscripción se rige por los criterios que se venían aplicando en otros centros que utilizan este mismo sistema y está basado en el expediente académico. Esta práctica ha generado efectos positivos en cuanto al equilibrio en el número de matriculados en las materias, aunque no ha solucionado otros problemas, tal y como se ha mencionado en el apartado de Reflexión.

Coordinación de actividades por curso: a comienzos de cada cuatrimestre del curso 2013-2014 se proporcionó a los alumnos una planificación horizontal de actividades previstas en cada materia (clases, prácticas, entrega de trabajos, seminarios, pruebas…), para facilitar la organización temporal de su trabajo. Esta medida se recogía como propuesta de mejora en el informe de seguimiento del curso 2012-2013 en el apartado de competencias, ya que la supervisión de la correcta adquisición de competencias era uno de sus objetivos, aunque es en realidad una buena práctica de planificación). Esta medida ha sido valorada positivamente por los alumnos y se continuará desarrollando en el curso 2014-2015 (se aporta ejemplo de la planificación del segundo semestre del curso 2013-2014).

Información: tal y como se ha recogido en el apartado de acceso y admisión, se ha puesto en marcha el blog de la titulación, con información pública y actualizada sobre las cuestiones relevantes relativas al título y su planificación (http://coordinapublierrpp.blogspot.com). Además, durante el curso 2013-2104 se mantuvo una reunión informativa durante una sesión de PAT (26/05/2014) CON los alumnos de 3º para ofrecerles información sobre las materias optativas del curso siguiente (se adjuntan envidencias) y con los alumnos de 4º para gestionar cuestiones relativas a los trabajos de fin de grado y a las prácticas (se adjuntan evidencias).

Propuestas de mejora
Se recoge nuevamente la propuesta de la puesta en marcha de la comisión académica del título, pendiente desde el informe de seguimiento del curso anterior y recogida también en el plan de acciones correctoras dentro del proceso piloto de renovación de la acreditación del título.

Se propone además realizar una reforma del plan de estudios, concretamente una revisión de la estructura docente del cuarto curso, para intentar solventar las dificultades surgidas en su gestión, detalladas en el apartado de reflexión.

Además, se propone alojar el blog de la titulación en un dominio de la Universidad de Vigo, para facilitar su identificación.

Por último, tal y como se recoge en el plan de acciones correctoras derivado del informe provisional de evaluación de la renovación de la acreditación, se pretende dar un paso más en la coordinación de actividades por curso, diseñando un proceso de coordinación entre asignaturas impartidas en un mismo semestre a través del tutor de curso establecido en el Plan de Acción Tutorial.

Breve descripción de las modificaciones
Modificación de la estructura académica del cuarto curso.

Justificación de las modificaciones
Una modificación en la estructura del curso debe ser recogida necesariamente en la memoria.

2013_14 Grao de satisfacción_ Estudantado.pdf
2013_14 Grao de satisfacción_ Profesorado.pdf
Actas y firmas comision TFG 2013-2014.pdf

DO-0205 P1 Ind04 Gestión de la movilidad.pdf
Documento FAQs movilidad.pdf
E.G.05.G.b Encuestas G-M- Grado de satisfacción do alumnado. Indicador 74 (por pregunta) EVOLUCION.xls
Encuestas G-M- Grado de satisfacción do profesorado. Indicador 78 (por pregunta) EVOLUCION.xls
Evidencias reuniones modulo 2013-2014.pdf
Movilidad. Alumnos entrantes.pdf
Movilidad. Alumnos salientes.pdf
PAT 20132014.pdf
Planificacion docente segundo semestre 2013-2014.pdf
Regulamento TFG 2013.pdf
Reunion informativa optativas e TFG maio 2014.pdf
Reunion informativa practicas e TFG outubro 2013.pdf
Reuniones coordinacion 2013-2014.pdf
evaldocTitulacion_20132014_P04G190V01.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
PUESTA EN MARCHA DE LA COMISIÓN ACADÉMICA DEL TÍTULO

Punto débil detectado
Tan sólo funciona la Comisión de Coordinación del Grado

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Decanato del centro

Objetivos específicos
Institucionalizar la gestión de la coordinación del grado.

Actuaciones a desarrollar
Puesta en marcha de la Comisión Académica del Grado.
- Desarrollo de la normativa de funcionamiento.
- Nombramiento de los miembros de la Comisión

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Celebración de la reunión de constitución de la comisión.

Observaciones
La Comisión Académica del Título será necesaria para el desarrollo de los trabajos necesarios para revalidación del título en el periodo establecido por la ANECA.

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
ALOJAMIENTO DEL BLOG DE LA COORDINACIÓN DE GRADO EN UN SERVIDOR DE LA UVIGO

Punto débil detectado
La URL del blog no lo identifica como perteneciente a la Universidad de Vigo

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Centro

Objetivos específicos
Facilitar la identificación del blog con la Universidad de Vigo

Actuaciones a desarrollar
Alojar el blog en el servidor de la Universidad de Vigo

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Nueva URL del blog

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
REVISIÓN DE LA ESTRUCTURA DE ENSEÑANZAS DEL CUARTO CURSO

Punto débil detectado
Dificultades de gestión de los seminarios profesionalizantes y las materias optativas de cuarto curso

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Dirección del centro y coordinación del Grado

Objetivos específicos
Buscar alternativas docentes a los seminarios profesionalizantes.
Racionalizar la oferta de materias optativas del primer cuatrimestre de cuarto curso.
Buscar un sistema adecuado de gestión de las materias optativas que garantice el equilibrio en el número de alumnos y facilite la elaboración de los horarios.

Actuaciones a desarrollar
Búsqueda de soluciones a los problemas detectados a través de la comisión de titulación, si ya existiese, o de un grupo de trabajo creado a tal efecto en caso contrario.
Aprobación de las modificaciones en Junta de Facultad.
Inicio del proceso de modificación de la memoria del título.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Modificación de la memoria.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
DISEÑO DE UN PROCESO DE COORDINACIÓN DE MATERIAS POR SEMESTRE A TRAVÉS DEL TUTOR DE PAT

Punto débil detectado
La coordinación que se obtiene mediante la tabla de planificación docente puede ser mejorada

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Coordinación del Grado y tutores de PAT

Objetivos específicos
Facilitar la distribución de tareas de diferentes materias a lo largo de un semestre.

Racionalizar la carga de trabajo del alumno.

Actuaciones a desarrollar
Reuniones al principio y al final del semestre entre los profesores que imparten docencia en el mismo semestre y el mismo curso, dirigidos por el tutor de PAT.

Elaboración de una planificación docente de las materias coordinada y exhaustiva.

Información al alumnado de esta planificación al inicio del semestre.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Evidencias de las reuniones.
Planificaciones obtenidas.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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 "Garantía de la calidad del personal académico y de administración y servicios" del Programa FIDES-AUDIT.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Recursos humanos. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- ○ Satisfactorio
- ◉ Suficiente
- ○ Insuficiente
- ○ Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
En el curso analizado se encuentra accesible en la página web del centro información sobre el profesorado de la titulación, con información sobre las materias que imparte, despacho que ocupa, horario de tutorías, teléfono, correo electrónico, etc. También se puede encontrar información y datos de contacto del personal de administración y servicios de interés para el alumnado (personal de administración, biblioteca, servicios audiovisuales...) aunque esta información no está completamente actualizada, aspecto que se subsanará con la reforma de la web contemplada en el apartado de descripción del título.

El informe provisional de evaluación para la renovación de acreditación del título hace hincapié en la reducción del número de profesores en el curso 2012-2013 y en la necesidad de mejorar la cualificación docente e investigadora del profesorado. En este sentido, cabe señalar que la Universidad de Vigo está afectada por el Real Decreto-ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo. Esto afectó a la continuidad del profesorado asociado y a la intensificación docente o investigadora del profesorado estable.

La institución es consciente del problema, y en este sentido contempla la realización de diversas acciones para tratar de minimizarlo, como la aplicación de los procedimientos de calidad con el objeto de detectar de manera continua las necesidades de PDI. También se plantea la realización de un informe sobre la carga docente, quinquenios y sexenios del PDI del Centro. En este punto es necesario señalar que la visita de la comisión evaluadora de la ACSUG tuvo lugar antes

de que la ANECA resolviese la convocatoria de sexenios correspondiente, por lo que los datos han mejorado ligeramente en estos meses (se adjunta evidencia de número de profesores, categoría y sexenios). Además, desde la Univesrsidad y el centro también se recoge la realización de una planificación estratégica de los Estudios de Doctorado y se plantea una necesaria optimización de los cursos de docencia e investigación organizados por la dirección del centro con los recursos del VAD.

De hecho, tal y como se recoge en el plan de acciones correctoras en respuesta al informe provisional de evaluación del título, se plantea la continuación del Plan de formación específico iniciado por el Centro en el curso 12/13 de acuerdo a las necesidades detectadas, manteniendo el diseño e implementación de un plan formativo anual específico para cada título a través de los fondos del VAD.

Por lo que se refiere al personal de administración y servicios, no ha habido variaciones en la plantilla con respecto al curso anterior, por lo que se siguen detectando las mismas dificultades entonces apuntadas, como la ausencia de personal técnico de apoyo si uno de los dos profesionales contratados a tal efecto, uno en el turno de mañana y otro en el de tarde, disponen de vacaciones o días de permiso. En este sentido, cabe apuntar que uno de los principales problemas que se detectan en este ámbito es la gestión de los días de vacaciones o licencias, que son concedidos desde la administración de campus sin consulta previa de las necesidades del centro, lo que puede motivar la ausencia del personal necesario en ciertos momentos en los que resulta imprescindible.

EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN
Según el informe de resultados de las encuestas de evaluación docente del profesorado, la satisfacción del alumnado con la labor docente del profesorado del título es de 3.69 puntos, muy próxima a los 3.72 de promedio de la Universidad de Vigo y bastante superior a la puntuación del curso anterior (3.50), por lo que los resultados en este sentido son satisfactorios.

En cuanto al grado de satisfacción de los estudiantes con el persoal de administración y servicios del centro (item 1, pregunta 75, encuesta de evaluación de la satisfacción), es de 3.11 puntos, una puntuación baja, aunque en ascenso con relación a los dos cursos anteriores (2.92 en 2012/2013 y 2.50 en 2011/2012). De todos modos, estos resultados deben interpretarse con cautela, debido a la baja participación, que hace que los resultados sean poco representativos.

Buenas prácticas
El Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, con docencia mayoritaria en el título, desarrolló durante el curso 2013-2014 un programa de formación de profesorado, para su actualización en diversos ámbitos de interés para el Grado (se adjunta cartel).

Propuestas de mejora
Para mejorar la formación del profesorado, se plantea el traslado al Vicerrectorado de Organización Académica y Profesorado, de las necesidades formativas detectadas y debatidas por la Comisión de Garantía de Calidad que no pueden ser atendidas por el centro, para la valoración de su incorporación al plan de formación del profesorado de la Universidad de Vigo (Procedimiento PA05 – Captación, selección y formación del PDI y PAS).

Por otra parte, se plantea también el traslado de las necesidades detectadas de personal técnico de apoyo al órgano responsable de la gestión de los recursos humanos de la Universidad para su valoración. (Procedimiento PA06 – Evaluación, Reconocimiento e Incentivos del PDI y del PAS).

Breve descripción de las modificaciones

Justificación de las modificaciones

- E.G.05.G.c Encuestas G-M- Grado de satisfacción do alumnado. Indicador 75 (por pregunta) EVOLUCION.xls
- Profesorado_Categoria_Sexenios_FCSC_SETEMBRO 2014.pdf
- Programa formacion profesorado 2013-2014.jpg
- evaldocTitulacion_20132014_P04G190V01.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Recursos humanos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
TRASLADO AL VICERRECTORADO DE ORGANIZACIÓN ACADÉMICA Y PROFESORADO DE NECESIDADES FORMATIVAS DE LOS DOCENTES

Punto débil detectado
La ACSUG recomienda potenciar la formación permanente del profesorado, dado el carácter tecnológico del título

Ámbito de aplicación
Profesorado del título

Responsable de su aplicación
Dirección del centro

Objetivos específicos
Lograr que el área de formación e innovación educativa de la Universidad cubra las necesidades formativas detectadas que no puede asumir el centro.

Actuaciones a desarrollar
Comunicación de necesidades formativas.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento
Vicerrectorado de organización académica y profesorado

Indicadores de ejecución
Oferta formativa

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Recursos humanos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
TRASLADO A LA UNIVERSIDAD DE VIGO DE LA NECESIDAD DE PERSONAL TÉCNICO DE APOYO

Punto débil detectado
Falta personal técnico de apoyo

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Dirección del centro

Objetivos específicos
Incrementar el personal técnico de apoyo

Actuaciones a desarrollar
Comunicación de necesidades de personal técnico de apoyo al órgano responsable de la gestión de los recursos humanos de la Universidad para su valoración.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento
Universidad de Vigo

Indicadores de ejecución
Contratación de personal técnico de apoyo

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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 la calidad de los recursos materiales y servicios" del Programa FIDES-AUDIT.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Recursos materiales y servicios. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- ○ Satisfactorio
- ◉ Suficiente
- ○ Insuficiente
- ○ Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
Los recursos materiales y servicios disponibles en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación han sufrido pocas variaciones con respecto a los disponibles en el curso 2012/2013 (detalle en el documento anexo), aunque cabe destacar algunos cambios y adquisiciones:

Laboratorios y equipamentos audiovisuales:
Renovación de los equipos de grabación en cinta miniDV mediante la incorporación de 3 cámaras de video digitales con grabación en tarjeta SD (Panasonic AG 130). En total se dispone ahora de 11 equipos de cámara similares.
Acondicionamiento de una nueva sala de posproducción. Actualmente se dispone de 2.
Adquisición de 5 estaciones iMac 27 para diseño gráfico, edición y postproducción de vídeo. Cuatro de los equipos se han instalado en la segunda sala de posproducción, dotada en total con 8 estaciones de trabajo iMac. El quinto equipo se ha instalado en el Estudio de Sonido.
Adquisición de una cámara de fotos réflex profesional para la grabación de vídeo. Se compró el modelo Canon 6D con un juego de tres ópticas intercambiables, soporte de cámara, seguimiento de foco, monitor de campo e iluminación portátil mediante leds.

Laboratorios informáticos:
Adquisición de 4 CPUs i-3330; 8 Gb DDR3; 500 Gb HDD para reemplazar equipos en los laboratorios de Informática 1 y 2

Aula de teledocencia
Acondicionamiento del seminario 14 como aula de teledocencia para su uso en aquellas modalidades de enseñanza online.

Por otra parte, cabe apuntar que, en el curso 2013/2014, las necesidades de espacios y equipos se han cubierto sin incidencias graves, aunque el grado de satisfacción del PDI en relación con los recursos de apoyo a la enseñanza, según la encuesta de satisfacción del curso 2013/2014, cubierta por un 47,83% de los docentes de la titulación, es de 5.10 puntos sobre 7, inferior al promedio del centro (5,70). Esto puede explicarse porque, aunque todos los títulos disponen de los recursos del centro, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es el más numeroso, por lo que es el que más sufre los problemas que puedan derivar de la falta de medios. De forma más desglosada, puede apuntarse que la satisfacción relativa a los espacios destinados al trabajo es de 4.95 puntos (muy inferior a los 5.85 puntos del curso anterior) y la de los servicios externos, de 5.09 puntos (superior a los 4.69 del curso anterior).

Sí persiste la necesidad, ya apuntada en el informe anterior, de un mayor número de puestos en las aulas informáticas, dado que los grupos prácticos en la titulación en Publicidad y Relaciones Públicas superan en ocasiones la capacidad de estas aulas, aunque se asume que la limitación en los presupuestos y el espacio disponible en las propias aulas dificulta la solución de este problema.

En el caso de los alumnos, la valoración relativa a los espacios destinados al trabajo no es positiva (3.08, frente al 3.65 del curso anterior), por lo que se recoge una propuesta de mejora en este sentido. También es negativa la valoración de los servicios externos (3.00) aunque en este caso se mantiene la línea de cursos anteriores (2.98 en 2012/2013 y 3.00 en 2011/2012); cabe apuntar que esta tendencia se mantiene, pese a algunas variaciones en los servicios externos, como el cambio de servicio de reprografía.

En cualquier caso, las limitaciones presupuestarias hacen difícil que se puedan adoptar propuestas de mejora en este sentido. Aún así, cabe destacar la preocupación del decanato del centro con respecto al mantenimiento del centro, que se manifiesta en las numerosas obras realizadas en el curso 2013-2014 (se adjunta listado).

Buenas prácticas
Aprobación de una normativa para la utilización de laboratorios y equipos audiovisuales (se adjunta).

Propuestas de mejora
Atendiendo a la recomendación de la AGSUG de valorar la posibilidad de configurar más zonas de trabajo o estudio y a los resultados de las encuestas de satisfacción, el Decanato del centro ya se encuentra negociando la reubicación de servicios externos como reprografía y biblioteca para poder habilitar zonas de trabajo en equipo (propuesta de mejora).

Breve descripción de las modificaciones

Justificación de las modificaciones

- 2013-10 Normas de utilizacion laboratorios e equipos audiovisuais.pdf
- 2013_14 Grao de satisfacción_ Profesorado.pdf
- E.G.05.G.c Encuestas G-M- Grado de satisfacción do alumnado. Indicador 75 (por pregunta).pdf
- E.G.06.G.b Encuestas G-M- Grado de satisfacción do profesorado. Indicadores 79 e 80 (por pregunta) EVOLUCION.xls
- Recursos materiales y servicios.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Recursos materiales y servicios. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
Habilitación de zonas de trabajo en equipo o estudio

Punto débil detectado
La AGSUG recomienda aprovechar los espacios diáfanos con este fin

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la comunciación

Responsable de su aplicación
Direccion del centro

Objetivos específicos
Facilitar al alumno más espacios para el trabajo en equipo o el estudio

Actuaciones a desarrollar
El Decanato del centro ya se encuentra negociando la reubicación de servicios externos como reprografía y biblioteca para poder habilitar zonas de trabajo en equipo.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Habilitación de los nuevos espacios

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Resultados previstos. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- (●) Satisfactorio
- ( ) Suficiente
- ( ) Insuficiente
- ( ) Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
Los indicadores relevantes establecidos en la Memoria del Grado (páginas 158 y siguientes) son analizados periódicamente. La Universidad cuenta con un sistema de bases de datos para realizar el seguimiento de las tasas establecidas y otras referencias, el resumen de estos datos se recoge en el documento adjunto (Indicadores incluidos en el SGIC). Además, se adjunta en este epígrafe el documento de tasas verificadas del curso que nos ocupa.

1. TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO.
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, pero a través de las bases de datos de la Universidad de Vigo contamos con este indicador que se emplea para medir el nivel de superación de las materias por parte del alumnado en función de las matrículas de cada estudiante. Este índice se mantiene en el curso 2013/2014 en resultados positivos, con una tasa de rendimiento verificada del 90,46%.

2.TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO.
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. Los datos recogidos en el curso 2013/2014 reflejan un abandono del 7,08%, muy alejado del porcentaje reflejado en la memoria.

3. TASA DE EFICIENCIA DEL TÍTULO.
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 período de tiempo marcado. En la memoria del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se establecía este parámetro en más del 85% y el dato conseguido en el curso 2013/2014 es notablemente superior, con un 96,31% de tasa de eficiencia.

4.TASA DE GRADUACIÓN DEL TÍTULO.
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%. El resultado obtenido en el curso 2013-2014, el primero del que se dispone, es de un 81,48%, muy superior al señalado en la memoria.

5. TASA DE ÉXITO.
Referida al nivel de superación de las materias por parte del alumnado, es uno de los índices que no se encuentra recogido en la Memoria del Título de Grado, pero que el sistema de bases de datos de la Universidad de Vigo sí contempla. En este caso la tasa de éxito verificada del Grado se sitúa en el 97,45% en el curso 2013-2014, la cifra más elevada de las recogidas hasta ahora.

6. TASA DE EVALUACIÓN
Referida al porcentaje resultante entre dividir el total de créditos ordinarios presentados en el curso en cuestión entre el total de créditos ordinarios matriculados. La tasa para el curso 2013-2014 es de un 97,46%, resultado muy positivo y superior al obtenido en el curso anterior (91,53%).

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CON LA TITULACIÓN

Participación profesorado: la evolución en la participación del profesorado en las encuestas de satisfacción de las titulaciones es positiva. en el curso 2013/2014 un 47,83% de los profesores cubrieron la encuesta, dato bastante superior al promedio de participación de profesorado de la Universidad de Vigo (36,43%) y a la participación del curso anterior (32,50%).

Resultados profesorado: el grado general de satisfacción del profesorado con la titulación en el curso 2013/2014 es de 4.79 puntos sobre 7, inferior al promedio de la Universidad de Vigo (5.57). Es también el peor resultado de los obtenidos hasta el momento, aunque no se aleja demasiado de los resultados de los otros cursos registrados (5.20, 4.91 y 4.96). En otros apartados de este informe se ofrecen los resultados detallados de algunos de los indicadores más problemáticos y se proponen medidas al respecto.

Participación del alumnado: pese a los esfuerzos de difusión realizados, la participación del alumnado en la encuesta de satisfacción se ha reducido considerablemente, pasando del 18,67% alcanzado en el curso 2012/2013 al 9,18%. En el epígrafe relativo al sistema de garantía de calidad del centro se aborda este problema y se realiza la correspondiente propuesta de mejora.

Resultados alumnado: el grado general de satisfacción del alumnado con la titulación en el curso 2013/2014 es de 3.96 puntos sobre 7, inferior al promedio de la Universidad de Vigo (4.30), aunque ligeramente superior al resultado del curso anterio (3.61). Aunque los datos procedentes de esta encuesta deben valorase con cautela, dada la escasa participación y, por tanto, la escasa representatividad, en otros epígrafes de este informe se ofrecen los resultados detallados de algunos de los indicadores más problemáticos y se proponen medidas al respecto.

Buenas prácticas
No se apuntan buenas prácticas en especial, aunque sí se realiza un seguimiento de los indicadores y se comprueba que todos ellos mantienen resultados positivos.

Propuestas de mejora
No se recogen propuesta de mejora en relación con las tasas académicas, ya que se mantienen los parámetros establecidos en la Memoria del Grado.
Las propuestas de mejora relativas a los datos arrojados por las encuestas de satisfacción se recogen en otros apartados de este informe.

Breve descripción de las modificaciones

Justificaciones de las modificaciones

- 2013_14_Taxas_verificadas.pdf
- Grado satisfaccion general alumnado evolucion.xls
- Grado satisfaccion general profesorado evolucion.xls

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Directriz ACSUG

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 Calidad (SGIC) del Centro.

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Sistema de Garantía de Calidad. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- (●) Satisfactorio
- ( ) Suficiente
- ( ) Insuficiente
- ( ) Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
En el curso 2013/2014 se modificó la composición de la CGIC. Esta modificación fue aprobada en Junta de Facultad el 04/04/2013 (se adjunta acta), respetando en su composición la normativa existente y las directrices fijadas por la Universidad de Vigo. La estructura de la CGIC garantiza que los coordinadores de todas las titulaciones impartidas en el centro tengan representación en la misma desde el momento en el que son nombrados.
Por otra parte, tal y como se comentó en el apartado de competencias y objetivos, en el curso 2013/2014 la CGIC asumió la tarea de aprobar las guías docentes del Grado antes de su paso a la Junta de Facultad (se adjunta acta de la reunión de la CGIC), de acuerdo con las recomendaciones de los evaluadores del título dentro del programa piloto de renovación de la acreditación.

Por otra parte, la baja participación en las encuestas de la Universidad de Vigo sobre calidad de la docencia y satisfacción del alumnado que se venía señalando en informes anteriores se mantiene o incluso se agrava. Así, si en el curso 2012-2013 se había conseguido incrementar la participación del alumnado hasta alcanzar casi un 19%, frente al 3% del curso anterior, en el curso 2013-2014 estas cifras vuelven a caer hasta el 9,18%, pese a las acciones informativas realizadas. Esto implica que los resultados obtenidos de estas encuestas deben interpretarse con cautela, ya que no pueden entenderse como opiniones necesariamente mayoritarias.

En esta situación, resulta evidente la necesidad de realizar acciones para motivar la participación del alumnado. En este sentido, cabe apuntar que desde la propia área de Calidad de la Universidad de Vigo se ha iniciado un proceso de definición, revisión y actualización de los procedimientos de recogida de información de todos los grupos de interés de las titulaciones, revisando todas las encuestas de satisfacción existentes, definiendo encuestas para grupos de interés no incluidos en las ya existentes y poniendo en marcha un plan institucional para la mejora de la participación, con mejoras técnicas y campañas informativas.
Como medida adicional, existe un compromiso del centro en relación con este problema manifestado en el plan de mejora remitido a la ACSUG por el Área de Apoyo a la Docencia y Calidad de la Universidad de Vigo el 09/09/2014 y que añadimos como propuesta de mejora en este informe.

Con respecto al PAT el 30/09/2013 se asignaron tutores por curso en cada uno de los grados impartidos en el centro (se adjunta acta de la Junta de Facultad), que mantuvieron reuniones periódicas con el alumnado asignado. Está prevista una actualización de los procedimientos durante el curso 2014/15 que permita mejorar la cantidad y calidad de información por obtenida a través de esta vía.
Con respecto a las quejas y sugerencias presentadas por el alumnado, el Vicedecanato de Calidad realiza un seguimiento y análisis de todas las quejas desde que son recibidas hasta que se les da respuesta. Estos datos se recopilan en un informe que se elabora una vez finalizado el curso académico.

Buenas prácticas
Pese a que no se obtuvieron los resultados esperados, durante el curso 2013-2014 se realizó una intensa campaña informativa entre profesores y alumnos sobre la encuesta de satisfacción de las titulaciones. Además de ofrecer personalmente información a los alumnos en el aula, se colgaron cinco entradas en el blog sobre este tema, con un seguimiento de la participación. También se enviaron correos electrónicos a profesores, se solicitó a los tutores de PAT que informaran nuevamente a los alumnos y se comunicó la información a través de la plataforma FAITIC (se adjuntan evidencias).

Propuestas de mejora
Análisis y definición de una estrategia de centro para la concienciación de la importancia de la recogida de información sobre el desarrollo del título para su mejora y para la comunicación y difusión de los resultados obtenidos a través de una campaña de concienciación y difusión de resultados entre todos los sectores implicados.

Definición de una encuesta anual de satisfacción del PAS con respecto al desarrollo de su trabajo en el Centro (metodología, cuestionarios, informes de resultados, difusión…)

Potenciación de la visibilidad y eficacia del procedimiento (Procedimiento de Orientación al estudiantado DO-0203 P1) en cuanto a la recogida, análisis y tratamiento de la información obtenida a través del Plan de Acción Tutorial. Se formalizará la entrega de informes de PAT y evidencias de las reuniones a la Coordinación del grado al final de cada periodo semestral de exámenes. La coordinación del grado remitirá copia al Vicedecanato de Calidad en las mismas fechas.

Breve descripción de las modificaciones
No hay modificaciones

Justificación de las modificaciones

Acta CGIC 1 de julio 2014.pdf
Acta_Xunta_facultade_2013_04_04_CGIC.pdf

Acta_Xunta_facultade_2013_09_30_titores PAT.pdf
Evidencias informacion encuestas satisfaccion.pdf
PAT 2013-2014.pdf
Plan de Acciones Correctoras Publicidad y RRPP.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN SOBRE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Punto débil detectado
Baja participación en las encuestas

Ámbito de aplicación
Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación

Responsable de su aplicación
Dirección del centro

Objetivos específicos
Incrementar el conocimiento sobre las encuestas y su relevancia entre el profesorado y el alumnado

Incrementar la participación

Actuaciones a desarrollar
Análisis y definición de una estrategia para la concienciación de la importancia de la recogida de información sobre el desarrollo del título para su mejora.

Difusión de los resultados de las encuestas entre todos los sectores implicados

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Indicadores de participación en las encuestas

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL PAS

Punto débil detectado
No existe encuesta para este colectivo

Ámbito de aplicación
Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación

Responsable de su aplicación
Dirección del centro

Objetivos específicos
Obtener información sobre el grado de satisfacción del PAS del centro

Actuaciones a desarrollar
Definición de una encuesta anual de satisfacción del PAS con respecto al desarrollo de su trabajo en el Centro (metodología, cuestionarios, informes de resultados, difusión…)

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Implementación de la encuesta

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
Desarrollo formal del Procedimiento de Orientación al estudiantado DO-0203 P1

Punto débil detectado
Escasa visibilidad del procedimiento

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Responsable de su aplicación
Responsable de Calidade del centro

Objetivos específicos
Potenciar la visibilidad del procedimiento

Potenciar su eficacia

Actuaciones a desarrollar
Se formalizará la entrega de informes de PAT y evidencias de las reuniones a la Coordinación del grado al final de cada periodo semestral
de exámenes. La coordinación del grado remitirá copia al Vicedecanato de Calidad en las mismas fechas.

Periodo de ejecución
Curso 2014-2015

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Evidencias documentales de las reuniones

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Comentario general para la reflexión y valoración del criterio

Para la reflexión de este criterio, se ha/n tenido en cuenta el/los procedimiento/s correspondientes del SGIC recogidos en el apartado “Tabla de relación SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio”.

Calendario de Implantación. Valoración del cumplimiento del criterio

Valoración general del grado de cumplimiento del criterio

- (●) Satisfactorio
- ( ) Suficiente
- ( ) Insuficiente
- ( ) Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración) / conclusiones
En el curso analizado (2013-2014) el grado estaba ya completamente implantado y el procedimiento para el reconocimiento y adaptación previsto en la memoria sigue funcionando (se adjunta la explicación del cronograma recogida en la memoria). En la página web del centro, en un apartado de Acceso y Admisión (http://csc.uvigo.es/index.php/publicidade-e-relacions-publicas/admision-e-orientacion/335-admision-e-orientacion) se explica el procedimiento de incorporación de alumnos procedentes del plan preexistente, exponiendo la posible adaptación por curso completo y remitiendo a las páginas de la memoria que contienen la tabla de equivalencias por asignaturas; también se informa sobre la fecha hasta la que se mantienen los derechos de tutoría y examen una vez extinguida la docencia.

Buenas prácticas

Propuestas de mejora
No se contemplan

Breve descripción de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

Calendario de implantación.pdf
Procedemento de adaptación.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Adjuntar documento cumplimentado de acciones realizadas ante recomendaciones del IF e informes de seguimiento anteriores

Formulario acciones ante recomendaciones (2).docx

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Adjuntar tabla cumplimentada de "Relación del SGIC-Seguimiento de Títulos: procedimientos, evidencias e indicadores principales".

TABLA DE RELACIÓN SGIC-SEGUIMIENTO - PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.docx

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Adjuntar tabla síntesis de acciones de mejora

Propuestas de mejora global publicidad y rrpp.docx