

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

SEGUIMIENTO DE TÍTULOS OFICIALES

AUTOINFORME DE SEGUIMIENTO

Denominación del Título

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD

Centro

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Tipo de centro

☒ 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

XUNTA DA FACULTADE DE CIENCIAS SOCIAIS E DA COMUNICACIÓN

Fecha

10 / 29 / 2013

Autoinforme definitivo. Órgano de aprobación

XUNTA DA FACULTADE DE CIENCIAS SOCIAIS E DA COMUNICACIÓN

Fecha

12 / 13 / 2013

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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".

Descripción del título**ID del título**

MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCION DE ARTE EN PUBLICIDAD EXPEDIENTE ACSUG: 3380/2010

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 CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACION

Centro/s donde se imparte el título

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACION

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

Tipo de educación

MASTER UNIVERSITARIO

Régimen de estudios

TIEMPO COMPLETO

Periodicidad de la oferta

ANUAL

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas

35

Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo

60

Normas de permanencia

El viernes 19 de abril de 2013 se publicó en el DOG 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.

El enlace del DOG en el que se publica dicha normativa es

http://www.xunta.es/dog/Publicados/2013/20130419/AnuncioU500-100413-0004_gl.html.

Así mismo, la normativa está disponible en el siguiente enlace, dentro de 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

En el caso de esta titulación, conviene indicar que SOLAMENTE SE CONTEMPLA LA POSIBILIDAD DE CURSAR LOS ESTUDIOS A TIEMPO COMPLETO, por lo que el número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo es de 60.

Información sobre la expedición de suplemento al título

Normativas disponibles na páxina web da Universidade 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

JUAN MANUEL CORBACHO VALENCIA

Coordinador/a del título

PEDRO PABLO GUTIERREZ GONZALEZ

Correo electrónico del/de la responsable del título

pablogtz@uvigo.es

Fecha de verificación del título

29 / 07 / 2010

Fecha de aprobación por el Consejo de Ministros

Fecha de autorización de la implantación por la Xunta de Galicia

24 / 04 / 2010

24/10/2010

Fecha de inscripción en el RUCT

Fecha de publicación en el BOE

Curso de Implantación

2009/2010

Modificaciones autorizadas

Fecha de la última acreditación

24 / 04 / 2010

24/04/2010

Órgano responsable del Sistema de Garantía de Calidad del título

Memoria vigente del título



DIRECCION DE ARTE EN PUBLICIDAD[1].pdf

Descripción del Título. Valoración general del cumplimiento del criterio

Valoración general del cumplimiento del criterio

☒ Satisfactorio

☐ Suficiente

☐ Insuficiente

☐

Ausencia de evidencias documentales

Reflexión (justificación de la valoración)/ conclusiones

Se ha modificado íntegramente la página web de la titulación (www.direccionarte.es) mejorando el apartado de información pública y la descripción del título, haciéndolos más completos y accesibles.

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=2948&Itemid=725). En esta misma página aparece de forma clara el centro responsable del título y el nombre de su coordinador.

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 o los requisitos de matriculación, se recoge también en el link anterior. Tampoco ha habido variaciones en el tipo de enseñanza (mantiene su carácter presencial y a tiempo completo), aunque esta información no figura en este enlace.

La nueva normativa de permanencia, 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, aunque el equipo decanal se ha ampliado con la incorporación de un nuevo vicedecano, el decano se mantiene, por lo que no es necesario variar este dato. El coordinador de la titulación ha variado y este dato se ha actualizado en la página web del centro. También se ha modificado la comisión del título, sustituyendo al secretario e incorporando a una docente más.

Buenas prácticas

Se ha realizado una reforma integral de la página web del título (www.direccionarte.es), mejorando el apartado de información pública y la descripción del título, haciéndolos más completos y accesibles.

De igual modo, se han realizado modificaciones en la página web del centro para recoger con mayor accesibilidad el régimen de estudios y la normativa de permanencia.

Propuestas de mejora

Mejorar la página web de la titulación, en un esfuerzo por renovar la imagen del título y mejorar los flujos de comunicación hacia los estudiantes actuales y potenciales.

Breve descripción de las modificaciones

No existen datos que impliquen la necesidad de modificar la memoria

Justificación de las modificaciones

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Descripción del Título. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

MODIFICACIÓN DE LA PÁGINA WEB DE LA TITULACIÓN

Punto débil detectado

DEFICIENTE APARTADO DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y DESCRIPCIÓN INCOMPLETA DE LA TITULACIÓN

Ámbito de aplicación

Responsable de su aplicación

PEDRO PABLO GUTIÉRREZ

Objetivos específicos

- Mejora de los contenidos de la página web.
- Mejora del apartado de información pública.
- Mejora de la descripción del título.

Actuaciones a desarrollar

- Renovar el diseño de la página web.
- Modificar la estructura de contenidos.
- Completar la información, haciéndola más completos y accesibles.

Período de ejecución

OTOÑO 2013

Recursos / financiamiento

USO DE RECURSOS PROPIOS (FINANCIACIÓN DEL MÁSTER PARA PROGRAMACIÓN DE WEB)

Indicadores de ejecución

Lanzamiento de la nueva página web en diciembre de 2013.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

TOTAL

Resultados obtenidos

Nueva página web más accesible y compelta

Grado de satisfacción

SATISFACTORIO

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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

Los argumentos expuestos en el apartado 2.1. de la Memoria del Título de Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad de la Universidad de Vigo sobre el interés académico, científico y profesional del título continúan siendo válidos tras varios años de docencia.

Transcurridos tres años desde la implantación del Título, podemos afirmar que el interés académico y científico del título, así como su utilidad profesional, aumentan con el paso del tiempo.

En cuanto al interés académico parece persistir, que la demanda no ha dejado de aumentar. De esta forma, en el curso 2010-11, se registraron 53 solicitudes de matrícula, 75 en el curso 2011-12 y 63 en el 12-13. No obstante, no se han ofertado más plazas debido al carácter profesionalizante de la titulación y al temor por saturar el mercado publicitario, que sufre fuertemente la crisis. La matrícula, por lo tanto, se ha mantenido en 35, ofertando únicamente la modalidad presencial a tiempo completo y sin opción de formación continua (para garantizar que cada año se forman promociones adecuadas a las demandas del mercado y que están implicadas con el máster, participando activamente en el día a día de la titulación). No en vano, en el último curso se ha registrado en la encuesta de valoración global del título (encuesta oficial de la UVigo)

una puntuación positiva, de 5,57.

En cuanto al interés científico, las disciplinas que el título engloba continúan siendo objeto relevante de desarrollo a nivel mundial y continúan poniéndose en marcha numerosos proyectos de investigación relacionados con dichas disciplinas.

El interés profesional del título también continúa vigente. Aún no se puede disponer de datos de inserción laboral, la totalidad de los estudiantes realizan sus prácticas preprofesionales y a diario se incrementa el número de empresas con las que se establecen acuerdos de cooperación.

Buenas prácticas

El coordinador de la titulación y los distintos profesores vinculados a la comisión, mantiene un contacto continuo con el profesorado de la titulación, donde están representadas todas las áreas que contribuyen a la titulación para debatir y recoger propuestas y sugerencias.

Existe también un contacto constante del profesorado y alumnado de la titulación con profesionales del sector publicitario. Incluso algunas de las empresas de referencia en el sector publicitario de Galicia, como es el caso de BAP Conde (principal agencia española de capital nacional), se refiere con satisfacción a su colaboración con el máster en su página web (<http://www.bapconde.com/presumimos-de-apostar.php>).

A todos estos colectivos se les plantean diferentes encuestas de satisfacción para conocer qué aspectos de la titulación son mejorables.

Propuestas de mejora

La nueva página web, aportará argumentos para la justificación de la titulación, toda vez que recogerá las necesidades del mercado para este desempeño. Esta propuesta, se concretará en una bolsa de trabajo interactiva, en la que tanto los alumnos podrán ofertar sus servicios, como las empresas podrán demandarlos.

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

No se realizan modificaciones

 DOCU VALORACION PROFES_2012.docx

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Justificación. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

MEJORA DE LA PÁGINA WEB

Punto débil detectado

MEJORABLE APARTADO DE JUSTIFICACIÓN

Ámbito de aplicación

Establecimiento canales estables para relacionarse con el sector publicitario

Responsable de su aplicación

COMISIÓN DEL TÍTULO

Objetivos específicos

- Hacer más completa la información sobre la titulación.
- Hacer más accesible la información sobre la titulación.

Actuaciones a desarrollar

- Reformar la página web de la titulación

Periodo de ejecución

OTOÑO 2013

Recursos / financiamiento

PROPIOS

Indicadores de ejecución

- Número de empresas con convenio de prácticas.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

TOTAL

Resultados obtenidos

Modificación integral de la página web

Grado de satisfacción

SATISFACTORIO

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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.

Se considera, así mismo, que las competencias del título 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.

Además, las competencias quedaron claramente definidas en la memoria y se corresponde con las recogidas en el Libro Blanco de la Comunicación (ANECA). Dichas competencias se ajustan a los objetivos de la titulación que, además, se corresponden con lo recogido en la Memoria del Máster.

De acuerdo con los comentarios realizados al Informe de Seguimiento del Título del curso 2011-2012, a continuación se detalla el grado de consecución de los objetivos de la titulación.

1. Promover estudios en el ámbito de la dirección de arte en publicidad como disciplina autónoma.
Objetivo, desde nuestra perspectiva, cumplido, habida cuenta de la existencia en España de dos únicas titulaciones de

posgrado sobre dirección de arte en publicidad.

2. Dotar a los estudiantes de la formación e instrumentos necesarios para el desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria.

Objetivo cumplido, habida cuenta de que el plan de estudios aborda todos los procesos necesarios para la creación publicitaria.

3. Capacitar a los matriculados para llevar a cabo labores profesionales de tipo teórico y práctico en el ámbito de creación, y desarrollo de campañas publicitarias.

Objetivo cumplido, como se puede comprobar en la presentación de proyectos de fin de máster de todas las promociones de la titulación.

4. Facilidad para adaptarse a las exigencias creativas en los distintos medios comunicativos.

Objetivo cumplido, habida cuenta de la pluralidad de contenidos que se ofrecen a los estudiantes.

5. Proporcionar una perspectiva profesional referida a la integración del diseño gráfico y la creatividad en el proceso publicitario.

Objetivo cumplido, más aún cuando en la titulación conviven estudiantes graduados en Publicidad y RR.PP., Bellas Artes, Comunicación Audiovisual y Gráfica Publicitaria.

6. Formar profesionales capacitados para desarrollar una actividad que le permita tanto asumir un compromiso con la realidad contemporánea desde el respeto a los derechos fundamentales y los valores democráticos como recibir el pleno reconocimiento social de sus competencias.

Objetivo prioritario de la titulación y que se ha cumplido a través de una docencia completa y un seguimiento pormenorizado del trabajo de cada alumno durante sus estudios.

La plasmación de estos objetivos en competencias por materias, se encuentra accesible en las guías docentes de la titulación, centralizadas en la plataforma Docnet.

SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO

Si atendemos a la evaluación que realizan los estudiantes de los diferentes aspectos de la titulación en el contexto de la Encuesta Oficial de Satisfacción con las titulaciones de la Universidad de Vigo, se pueden extraer una serie de datos positivos, situándonos en una valoración media de 5,34:

- Conozco y estoy satisfecho con los objetivos generales del plan de estudios: 5,57
- Las guías docentes de las materias son accesibles y coherentes con los objetivos del plan de estudios: 5,00
- Los créditos asignados a las materias guardan proporción con el volumen de trabajo necesario para superarlas: 5,14
- La proporción entre clases teóricas y prácticas es adecuada: 5,38
- La planificación de las prácticas es apropiada: 4,88
- La coordinación entre el profesorado es adecuada: 5,25
- Los conocimientos, habilidades y actitudes propuestos en las guías docentes se desarrollan adecuadamente: 5,43
- La metodología de evaluación se ajusta a los contenidos desarrollados en las guías docentes: 5,00
- Los problemas generados en el período docente se desarrollan con eficacia: 6,38

Buenas prácticas

Con el objetivo de perfilar el cumplimiento de los objetivos, se han ido incorporando nuevos profesores que se ocupaban, dentro de las materias oficiales, de dar acceso a conocimientos de vanguardia, capaces de aportar a los estudiantes, herramientas con las que moverse en la actual demanda del mercado, con respecto a las actividades de diseño gráfico y dirección de arte.

Propuestas de mejora

Para el próximo curso, se propone realizar reuniones periódicas de coordinación que nos permitan favorecer el diálogo, cooperación y coordinación entre los docentes. Una magnífica excusa para compartir experiencias y solicitar a los docentes de la titulación una planificación temporal detallada de actividades del curso 2013-2014, para que los alumnos tengan

información inicial sobre la distribución del trabajo y de las tareas y puedan organizar mejor su desarrollo.

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

No se realizan modificaciones

-  Materias Master.pdf
-  Resultados enquisa satisfaccion MDireccionarte 12-13_alumnos.xls

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Competencias / objetivos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

REUNIONES DE COORDINACIÓN

Punto débil detectado

FAVORECER LA COORDINACIÓN ENTRE DOCENTES

Ámbito de aplicación

DOCENTES TITULACIÓN

Responsable de su aplicación

PEDRO PABLO GUTIÉRREZ

Objetivos específicos

- Incrementar las reuniones entre docentes para compartir experiencias.
- Proporcionar a los alumnos información inicial sobre la distribución del trabajo y de las tareas para que puedan organizar mejor su desarrollo.

Actuaciones a desarrollar

- Incrementar las reuniones entre docentes para compartir experiencias.
- Solicitar a los docentes de la titulación una planificación temporal detallada de actividades del curso 2013-2014.

Periodo de ejecución

CURSO 2013-2014

Recursos / financiamiento

PROPIOS

Indicadores de ejecución

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

PARCIALMENTE

Resultados obtenidos

De momento, esta mejora se encuentra en ejecución

Grado de satisfacción

NO PROCEDE

Acciones correctoras a desarrollar

- Incrementar las reuniones entre docentes para compartir experiencias.
- Proporcionar a los alumnos información inicial sobre la distribución del trabajo y de las tareas para que puedan organizar mejor su desarrollo.

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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 ESTUDIANTE DE NUEVO INGRESO:

Las vías y requisitos de acceso al título, así como el perfil de ingreso recomendado se encuentran recogidos en la Memoria de la titulación y en la nueva web del máster (<http://www.direccionarte.es/matricula>). Hasta la fecha, no se han registrado casos en el curso analizado que hagan necesaria la modificación del perfil de ingreso recomendado.

El 4 de junio de 2013 se aprobó en la Junta del Centro el plan de promoción y captación de alumnos, cuya implantación había comenzado ya en el mes de abril y que responde a una de las propuestas de mejora establecidas los informes de seguimiento elaborados por las titulaciones del centro en los últimos cursos. Dentro de este programa se han llevado a cabo diversas acciones que se recogen en el apartado de buenas prácticas.

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 2012/2013 han sido los siguientes: se han ofertado 35 plazas para las que

se han preinscrito un total de 63 alumnos. La matrícula se completó en su totalidad.

De la Encuesta Oficial de Satisfacción de Titulaciones de la Universidad de Vigo podemos extraer una serie de resultados positivos respecto a la percepción que tienen los estudiantes sobre los procesos de acceso y admisión, valorados con una nota media de 5,42:

- Conozco los criterios y los procedimientos de admisión de estudiantes: 5,71
- Estoy satisfecho con el procedimiento de admisión de estudiantes: 5,50
- Las acciones de orientación (programas de apoyo, atención a la diversidad, inserción en el mundo laboral, acogida, actividades culturales) son apropiadas: 5,25

APOYO Y ORIENTACIÓN DEL ESTUDIANADO UNA VEZ MATRICULADO:

La Memoria del Título de Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad (páginas 26 y 27) 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 2012/2013.

En cuanto a la información a los estudiantes del centro, cabe recordar que se difunde a través de varias vías:

- La página web de la titulación y del propio centro: donde los apartados más consultados se refieren a la asignación de profesorado por materia, calendario de exámenes y horarios del centro.
- Paneles informativos: existe en el centro un panel específico de información académica donde se exponen los horarios de docencia, de tutorías del profesorado, el calendario de exámenes y se hace referencia a los órganos de gobierno del centro indicando las competencias de los mismos.
- Lista de correo: los avisos de carácter académico, especialmente referidos a circunstancias extraordinarias de la docencia (bajas de profesorado, modificaciones puntuales de horarios...) se remiten al alumnado a través de la lista de correo del centro que se actualiza cada curso con los nuevos estudiantes.
- Pantallas de información: los avisos que se remiten a la lista de correo también son difundidos mediante los monitores que están ubicados en las entradas del centro.

En el pasado curso 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.

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

En cuanto las opciones de movilidad, el vicedecanato e alumnado ha mantenido vías de comunicación permanentes con aquellos alumnos potencialmente interesados en los programas de movilidad, aunque nadie ha participado, debido a la escasa duración del máster (1 año).

Buenas prácticas

SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA A MATRICULACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DE ACOGIDA Y ORIENTACIÓN AL ESTUDIANADO DE NUEVO INGRESO:

- Se han realizado mejoras en la información pública contenida en la página web.
- Desarrollo de contenidos en redes sociales (Facebook y Twitter) y una estrategia de posicionamiento SEO.

ACCESO Y ADMISIÓN

La sesión de acogida de estudiante que tuvo lugar a comienzos del curso 2012/2013 para los alumnos de nuevo ingreso en el título y se estructuró en tres partes:

- Recepción por el equipo directivo del centro y titulación.

- Sesión informativa de la coordinación de Máster.
- Sesión informativa de la Biblioteca del centro.

Propuestas de mejora

Se mantiene la propuesta del anterior informe de seguimiento de mejorar la información pública en la web del centro, dado que, aunque se han dado pasos positivos en este sentido, la arquitectura de la información es mejorable y es necesario incorporar nuevos contenidos.

Lo mismo sucede con la página web de la titulación, recientemente modificada.

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

No se realizan modificaciones

 PAT 2012_2013.pdf

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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 enseñanzas. 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

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS:

Los mecanismos de coordinación docente con los que cuenta el título se basan en la existencia de la figura de un coordinador de máster y una comisión académica de la titulación, cuyo nombres se recogen en la página web de la titulación (<http://www.direccionarte.es/master-direccion-de-arte/estructura-academica>). Continuando con la dinámica de trabajo de cursos anteriores, se han realizado varias reuniones de coordinación entre los miembros de la comisión (se adjuntan evidencias).

En cuanto a la definición de módulos y materias, así como sus objetivos y competencias, siguen siendo coherentes con la memoria aprobada por la ANECA, que no ha sufrido cambios. También con el Real Decreto 861/2010. Se trata de contenidos basados en el propio Libro Blanco de la Comunicación de la ANECA. La validación de esta estructura se recoge en el procedimiento PC06 del Plan de Calidad del centro.

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 de forma clara y detallada en la página web de la titulación (<http://www.direccionarte.es/master-direccion-de-arte/estructura-academica>).

DESCRIPCIÓN DE MÓDULOS Y MATERIAS:

En el curso analizado, las guías docentes de las materias impartidas en el título se encuentra disponibles en la página web del centro (<http://csc.uvigo.es/index.php/posgrado/master-en-direccion-de-arte-en-publicidade#>). 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 Máster para garantizar el cumplimiento de los requisitos mínimos que éstas deben presentar. Posteriormente son validadas por la Junta de Facultad.

En este curso se ha vigilado especialmente que las guías disponibles en la web se encuentren completas, sea en el idioma que sea, teniendo en cuenta que en cursos anteriores las guías aparecían por defecto en un idioma y esto motivaba, en ocasiones, ausencia de información, dado que los docentes, habitualmente, sólo cumplimentan la guía en uno de los idiomas disponibles.

EMPLEABILIDAD, OCUPACIÓN Y MOVILIDAD:

La totalidad de los estudiantes han realizado prácticas preprofesionales de acuerdo con la normativa específica. Ninguno ha participado en programas de movilidad con otras universidades.

PROYECTOS DE FIN DE MÁSTER:

En el pasado curso se han leído la totalidad de los proyectos de fin de máster. Esta lectura se ha desarrollado de acuerdo con la normativa de TFM.

CONTACTO CON EL ALUMNADO:

El coordinador de Titulación, ha incrementado las reuniones periódicas con el alumnado (de 3 reuniones a 5 a lo largo del curso) con el fin de disponer antes de las opiniones de los alumnos y poder atender aquellos aspectos que sean susceptibles de mejora.

Se pide al alumnado, además de las Encuestas de Satisfacción, que contesten a una encuesta interna del Máster, personalizada y que arroja información sobre la aportación de cada materia y de cada profesor. Esta encuesta, muy mejorada en este último año, ha permitido la toma de decisiones a la comisión, a la hora de resolver la continuidad o no de los distintos docentes.

SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO

Ya nos hemos referido a los resultados favorables obtenidos en la Encuesta Oficial de Satisfacción con las titulaciones de la Universidad de Vigo:

- Conozco y estoy satisfecho con los objetivos generales del plan de estudios: 5,57
- Las guías docentes de las materias son accesibles y coherentes con los objetivos del plan de estudios: 5,00
- Los créditos asignados a las materias guardan proporción con el volumen de trabajo necesario para superarlas: 5,14
- La proporción entre clases teóricas y prácticas es adecuada: 5,38
- La planificación de las prácticas es apropiada: 4,88
- La coordinación entre el profesorado es adecuada: 5,25
- Los conocimientos, habilidades y actitudes propuestos en las guías docentes se desarrollan adecuadamente: 5,43
- La metodología de evaluación se ajusta a los contenidos desarrollados en las guías docentes: 5,00
- Los problemas generados en el período docente se desarrollan con eficacia: 6,38

Buenas prácticas

MECANISMOS DE COORDINACIÓN CONTINUA:

- Reuniones con el alumnado: El coordinador de Titulación, ha incrementado las reuniones periódicas con el alumnado (de 3 reuniones a 5 a lo largo del curso) con el fin de disponer antes de las opiniones de los alumnos y poder atender aquellos aspectos que sean susceptibles de mejora.
- Facebook de la titulación, en el que los estudiantes pueden realizar sus comentarios, reclamaciones y propuestas.
- Este año se ha incorporado la figura del Community Manager, para la divulgación de las actividades de la titulación en los

diversos foros sociales. Ya está en funcionamiento el Facebook del Máster, para comentar puntualmente lo que ocurre en la titulación y las intervenciones de los profesores.

- Gestión de información pormenorizada a los alumnos sobre los trabajos de fin de grado a través de una reunión de presentación inicial de numerosos correos electrónicos informativos.

PROYECTOS DE FIN DE MÁSTER Y FOMENTO DEL EMPLEO:

- El curso pasado, la titulación financió una publicación en la que se exponen los trabajos de fin de máster de los alumnos de la titulación. Una publicación que se distribuyó entre las empresas del sector para fomentar el empleo de los estudiantes.

Propuestas de mejora

No se realizan propuestas de mejora

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

No se realizan modificaciones

-  Materias Master.pdf
-  PROPOSTA DE REGULAMENTO TRABAJO FIN DE MASTER.pdf
-  REGULAMENTO PRACTICAS.docx
-  anuario.pdf
-  cubierta.pdf

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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

PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS Y DISPONIBLES:

En la nueva web de la titulación (<http://www.direccionarte.es/index.php/docentes/>) se encuentra disponible el personal académico, y se incorpora su perfil profesional y académico, toda vez que en un máster este extremo forma parte de la decisión de matriculación. Se mantiene el equilibrio entre docentes doctores (58%) y no doctores (42%).

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.

ADECUACIÓN DEL PROFESORADO Y PERSONAL DE APOYO DISPONIBLE AL PLAN DE ESTUDIOS

El perfil y la formación del profesorado que imparte docencia en el título son suficientes, si bien sería deseable la evaluación del profesorado a través del programa DOCENTIA. Bien es cierto que las particulares características de esta titulación, se hace difícil la instauración de un procedimiento de verificación sobre si el profesorado tiene cualificación profesional suficiente.

En este momento la plantilla es de 27 docentes de los cuales, 14 son doctores (51,85%) y 13 no (49,15%). Dentro de los doctores, hay 1 catedrático de universidad, 6 titulares de universidad, 4 contratados doctores, 1 ayudante doctor y 2 profesores asociados.

Junto a ellos, se puede citar al personal de administración y servicios y personal auxiliar de la facultad (técnicos de

laboratorio), compartido con las demás titulaciones del centro. Dentro de este colectivo, 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.

SATISFACCIÓN DEL PDI CON EL TÍTULO

En la Encuesta Oficial de Satisfacción con las titulaciones de la Universidad de Vigo, también se obtiene una valoración positiva por parte del PDI, alcanzando un promedio del 6,61:

- Estoy satisfecho con los objetivos del plan de estudios: 6,58
- Los mecanismos disponibles para la elaboración y el diseño de las guías de las materias son apropiadas: 6,42
- Se llevan a cabo mecanismos de revisión anual de los objetivos: 6,83
- En la planificación de la enseñanza se consideran los intereses y los conocimientos previos de los estudiantes: 6,50
- Los créditos asignados a las materias guardan proporción con el volumen de trabajo que supone para el estudiante la superación de las mismas: 6,25
- La planificación de las prácticas, en el caso de que formen parte de los objetivos docentes, en relación a empresas e instituciones, es apropiada: 6,33
- El proceso de coordinación y reuniones entre el profesorado y/o departamentos, para discusiones docentes, es apropiado: 6,83
- Los conocimientos, las habilidades y las actitudes propuestas en las guías se desarrolla adecuadamente: 6,75
- Los procedimientos de evaluación valoran adecuadamente el nivel de competencias adquiridas por los estudiantes: 6,83
- Estoy satisfecho con el programa de desarrollo de la enseñanza: 6,67
- Los programas de movilidad, destinados al PDI, son apropiados: 6,17

Buenas prácticas

En algunas materias, impartidas por un solo profesor, este año se ha optado por dividir la docencia, por su especialidad, entre dos o tres docentes, de manera que pudiésemos contar con auténticos especialistas. Ha ocurrido con la materia que se encargaba de las aplicaciones informáticas para diseño gráfico que impartía una sola persona. Este año se han buscado tres especialistas en Illustrator, Photoshop e InDesign, con objeto de mejorar las prestaciones. Esta práctica se extenderá a otras materias.

Propuestas de mejora

- Mejorar la plantilla y su cualificación, tal y como aconseja el último informe provisional de seguimiento.

Breve descripción de las modificaciones

Justificación de las modificaciones

-  Pod_2012_2013.xls
-  Resultados enquisa satisfaccion MDireccionarte 12-13_profesores.xls

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Recursos humanos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

MEJORAR LA PLANTILLA

Punto débil detectado

POSIBILIDAD DE MEJORA

Ámbito de aplicación

MÁSTER

Responsable de su aplicación

COMISIÓN DEL TÍTULO

Objetivos específicos

- Búsqueda de los docentes más capacitados para mejorar el plantel de la titulación.

Actuaciones a desarrollar

- Revisión de la satisfacción por parte del alumando.

- Mejorar la docencia en aquellas materias susceptibles de mejora.

Periodo de ejecución

CURSO 2013-2014

Recursos / financiamiento

USO DE RECURSOS PROPIOS (FINANCIACIÓN DEL MÁSTER)

Indicadores de ejecución

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

PARCIAL

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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 2011/2012 (detalle en el documento anexo). Sí cabe destacar que, con la finalidad de actualizar el material disponible para los alumnos, han sido adquiridas 3 cámaras AVCHD, un soporte Steadycam para las cámaras de vídeo y 1 ordenador Mac. Así, actualmente el centro dispone de 7 ordenadores Mac que permiten que 14 alumnos trabajen simultáneamente.

En cuanto a las necesidades de material surgidas a lo largo del curso 2012/2013, cabe decir que se han cubierto de forma satisfactoria en la mayoría de los casos. Sí persiste la necesidad, ya apuntada en el informe anterior, de un mayor número de puestos en las aulas informáticas, dado que los alumnos del máster (35) no caben en unas aulas ideadas para 20-25 personas. Afortunadamente (esto ya se recomienda en el momento de la matrícula), muchos alumnos acuden con su propio equipo informático.

De todos modos, el grado de satisfacción del PDI en relación con los recursos de apoyo a la enseñanza, según la encuesta de satisfacción del curso 2011/2012, cubierta por un 20% de los docentes de la titulación, aparece valorado favorablemente.

Por otra parte cabe destacar la preocupación del decanato del centro con respecto al mantenimiento, plasmadas en la comunicación puntual al vicerrectorado de campus y a la Unidad Técnica de las reparaciones y trabajos de mantenimiento necesarios en el edificio. Esto se ha materializado, por ejemplo, en mejoras relacionadas con la eficiencia energética,

plasmadas en el apartado de buenas prácticas.

ACTITUD PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

También conviene destacar el alto grado de participación y calidad de servicio que aporta el Personal de Administración y Servicios del centro, que facilita las demandas administrativas del alumnado y la óptima gestión del presupuesto de la titulación. Se podría, no obstante, mejorar la relación con el Administrador de Campus, que en los últimos cursos le ha trasladado al Consejo de Gobierno de la Universidad un reparto presupuestario diferente al solicitado por la comisión académica de la titulación, perjudicando los intereses del máster.

VALORACIÓN DE LOS RECURSOS DISPONIBLES POR PARTE DEL ALUMNADO Y EL PDI

En la Encuesta Oficial de Satisfacción con las titulaciones de la Universidad de Vigo, los estudiantes promedio (5,34) y docentes (5,78) valoran favorablemente los recursos docentes:

(Resultados alumnado)

- Estoy satisfecho, en general, con el personal de administración y servicios del centro: 5,88
- Los espacios destinados al trabajo (instalaciones, aulas de teoría, aulas informáticas y laboratorios) se adecúan a las necesidades del alumnado: 5,00
- Los servicios externos (cafetería, reprografía, comedores, etc) son apropiados: 5,38
- Las distintas fuentes de información, bases de datos, fondos bibliográficos, plataformas e-learning y multimedia, facilitan el desarrollo de la docencia: 5,13

(Resultados PDI)

- Las acciones de orientación sobre distintas alternativas de contenido curricular, movilidad, prácticas externas, programas de apoyo, atención a la diversidad, acción tutorial, son apropiadas: 5,67
- Los criterios de asignación de la docencia son coherentes con la capacitación del personal: 6,67
- Los espacios destinados al trabajo (instalaciones, aulas de teoría, aulas informáticas y laboratorios) se adecúan a las necesidades del alumnado: 6,33
- Los servicios externos (cafetería, reprografía, comedores, etc) son apropiados: 4,67
- Las distintas fuentes de información, bases de datos, fondos bibliográficos, plataformas e-learning y multimedia, facilitan el desarrollo de la docencia: 5,67

Buenas prácticas

En el curso 2012/2013 el centro ha gestionado el procedimiento de adquisición de material o contratación de obras (petición de tres presupuestos)

Además, se ha continuado trabajando con el sistema de reservas informáticas de laboratorios y equipamientos, puesto en marcha el curso anterior, y se ha verificado, de acuerdo con la propuesta de mejora del anterior informe de seguimiento, un correcto funcionamiento de este mecanismo, que ha simplificado notablemente los procesos y ha permitido un mejor control del uso del material

En relación con la ejecución del plan de eficiencia energética, se han realizado obras en el sistema de calefacción, colocando válvulas automáticas en numerosos radiadores para ahorrar consumo de gas-oil. Así mismo, se ha acometido el acristalamiento de las puertas de emergencia en los pisos 2º y 3º, para conseguir una mayor entrada de luz natural en los corredores. Además, se han colocado interruptores con sensor de movimiento para el encendido de iluminación en los aseos.

Por último, se ha recuperado el uso de los Seminario 4 y seminario 6 tras mantener contactos con el CEMIT (Xunta de Galicia).

Actualmente, se trabaja en la mejora del plan de alarma y evacuación del centro.

Propuestas de mejora

Mejorar la web de la titulación e indicar explícitamente cuáles son exactamente las instalaciones docentes, aportando

aquella información necesaria para facilitar la actividad académica de los estudiantes.

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

No se realizan modificaciones

 Recursos Materiales 11-12.docx

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Recursos materiales y servicios. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

Hacer más accesible la información sobre instalaciones

Punto débil detectado

Falta de información sobre instalaciones

Ámbito de aplicación

Web de la titulación

Responsable de su aplicación

COMISIÓN DEL TÍTULO

Objetivos específicos

- Mejorar la información sobre recursos materiales y servicios.

Actuaciones a desarrollar

- Incorporar un apartado sobre esta materia en la página web de la titulación.

Periodo de ejecución

CURSO 2013-2014

Recursos / financiamiento

RECURSOS PROPIOS

Indicadores de ejecución

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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

Tras tres años de impartición del título, las tasas de rendimiento y eficiencia, próximas al 100%, superan los resultados previstos en la memoria de la titulación (próximos al 60%).

Los indicadores relevantes establecidos en la Memoria del Máster (página 62 y siguientes) son analizados periódicamente, y 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):

1. TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO.

La memoria del título de Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad, 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 2012/2013 en resultados positivos, con una tasa de rendimiento verificada del 100%, igual que el curso pasado.

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 Máster. En este caso, la memoria del título establecía que el índice debería ser inferior al 20% de los matriculados. Los datos recogidos en el curso 2012/2013 reflejan un abandono verificado del 2,86%, 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 máster en el periodo de tiempo marcado. En la memoria del título se establecía este parámetro en más del 85% y el dato conseguido en el curso 2012/2013 es notablemente superior, con un 100% de tasa de eficiencia verificada.

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. Si tenemos en cuenta el citado porcentaje de abandono, obtenemos una tasa de graduación del 97,14% en el pasado curso.

Por otro lado, destacan los resultados favorables obtenidos en la encuesta de titulaciones de la Universidad de Vigo durante los cursos 2010-2011, 2011-2012 y 2012-2013.

Al margen de las propias estimaciones realizadas por la Universidad de Vigo, a lo largo del curso 2011-2012 la comisión académica ha desarrollado una encuesta a los alumnos para que ellos mismos valorasen la calidad de enseñanza de la titulación y las aptitudes docentes de sus profesores.

Entre sus resultados destaca el grado de satisfacción del máster, puntuado con un promedio de 8,35 sobre 10.

Buenas prácticas

Encuesta a los alumnos para que ellos mismos valorasen la calidad de enseñanza de la titulación y las aptitudes docentes de sus profesores.

Propuestas de mejora

No se recogen propuesta de mejora ya que se mantienen los parámetros establecidos en la Memoria de la titulación.

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificaciones de las modificaciones

No se realizan modificaciones

-  2011_12_Taxas_verificadas_para_web_CAMPUS_PONTEVEDRA(1).pdf
-  DOCU VALORACION PROFES_2012.docx

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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 líneas generales podemos destacar que desde el Vicedecanato de Calidad del centro se ha tratado de seguir el calendario de trabajo propuesto desde el área de Calidad de la Universidad y la mayor parte de los procedimientos correspondientes al SGIC recogidos en la "Tabla de relación SGIC-Seguimientos de títulos, evidencias e indicadores principales asociados a cada criterio" están desarrollados y muchos de ellos actualizados.

De hecho, en la Junta de Facultad del 4 de junio se han aprobado, por ejemplo, los procedimientos mejorados de calidad DO-01 Gestión de los programas formativos, DO-02 Planificación y desarrollo de las enseñanzas, DO-03 Información pública y rendición de cuentas, XD-01 Control de los documentos y XD-02 Control de los registros (se adjunta acta de la Junta de Facultad).

En este sentido, se puede considerar que la propuesta de mejora recogida en el anterior informe de seguimiento, relativa al desarrollo de procedimientos, se ha cumplido satisfactoriamente.

Por otra parte, la composición de la Comisión de Garantía de Calidad del Centro se adecuaba a la normativa vigente y el título está correctamente representado, entrando a formar parte de ésta el nuevo coordinador del máster desde el momento de

su nombramiento (se adjunta acta de la Comisión de Calidad).

Buenas prácticas

Propuestas de mejora

- Se tratará de mejorar los niveles de participación en las encuestas de los distintos colectivos implicados en el centro, pues, tal y como se recogen en los resultados, la participación de todos los colectivos implicados es muy baja. A este respecto ya se manifestaron los miembros de la Comisión de Garantía de Calidad, indicando que " Las encuestas para los alumnos resultan demasiado largas y complicadas, y a pesar de intentar que éstos participen en su realización no es posible conseguir una mayor implicación ni respuesta por parte de los alumnos, por lo que los miembros se sienten absolutamente impotentes para lograr una mayor participación del alumnado, a pesar de ser conscientes de la importancia que supone contestar a estas encuestas".

- Acceso a las encuestas, habida cuenta de la dificultad que tienen los profesores externos (sobre todo en el caso de los masters) para acceder ellas, por lo que se solicita se facilite el acceso a las mismas (quizás utilizando simplemente el número de DNI o similar).

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

Estimular participación en encuestas

Punto débil detectado

Escasa participación en las encuestas de satisfacción

Ámbito de aplicación

MÁSTER

Responsable de su aplicación

COMISIÓN DEL TÍTULO

Objetivos específicos

- Estimular a los alumnos y profesores a que participen en las encuestas de satisfacción.

Actuaciones a desarrollar

- Buscar nuevos cauces y formas para estimular la participación.

Periodo de ejecución

CURSO 2013-2014

Recursos / financiamiento

PROPIOS

Indicadores de ejecución

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

Favorecer participación profesorado externo

Punto débil detectado

Dificultad de acceso a los mecanismos de participación por parte del profesorado externo

Ámbito de aplicación

Universidad

Responsable de su aplicación

Área de Posgrado

Objetivos específicos

- Ayudar a que el profesorado externo pueda participar en las encuestas de evaluación docente (cabe recordar que este profesorado no tiene acceso a cuentas de correo ni NIU de la Universidad de Vigo).

Actuaciones a desarrollar

- Instar al servicio de posgrado a que facilite la participación de este colectivo.

Periodo de ejecución

CURSO 2013-2014

Recursos / financiamiento

PROPIOS

Indicadores de ejecución

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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

No hay previstas modificaciones en el cronograma de implantación, que continúa siendo el aprobado en la memoria del título (anexo). Las actualizaciones de fechas producidas cada curso se informan en la web del máster: <http://www.direccionarte.es/matricula>, donde se puede acceder a los plazos de preinscripción, matrícula y docencia.

Al no existir un plan de estudios previos, no procede referirnos al procedimiento de incorporación de un plan preexistente. Tratándose de un máster, tampoco se contemplan adaptaciones por materias.

Los alumnos que no han superado alguna de las materias en del título mantienen los derechos de tutoría y examen una vez extinguida la docencia.

Buenas prácticas

-

Propuestas de mejora

Incorporar, en la página web, el procedimiento a seguir por aquellos alumnos que no superen todas las materias de la titulación.

Breve descripción de las modificaciones

No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

No se realizan modificaciones

 Calendario implantacio?n memoria.pdf

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Calendario de Implantación. Plan de mejora

Denominación de la propuesta

MEJORA INFORMACIÓN PARA ESTUDIANTES CON CRÉDITOS PENDIENTES

Punto débil detectado

Ausencia de esta información en la web del título

Ámbito de aplicación

Página web

Responsable de su aplicación

COMISIÓN DEL TÍTULO

Objetivos específicos

- Incorporar sobre el procedimiento a seguir por aquellos alumnos que no superen todas las materias de la titulación.

Actuaciones a desarrollar

- Incorporar, en la página web, el procedimiento a seguir por aquellos alumnos que no superen todas las materias de la titulación.

Periodo de ejecución

CURSO 2013-2014

Recursos / financiamiento

PROPIOS

Indicadores de ejecución

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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



Formulario_acciones_ante_recomendaciones_informe_11_12_MDireccionarte.docx

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

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



Tabla_relacio?n_SGIC_Sgto_Titulos_Separada_Evidencias_Indicadores_MDireccionarte_11_12.doc

Evidencia de:

Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Adjuntar tabla síntesis de acciones de mejora



Plan_de_mejoras_global_MDireccionarte_12_13.doc