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
36 ECTS / año

Normas de permanencia

Se ha aprobado el proyecto de la nueva permanencia en el Consello de Goberno del 20 de julio de 2012. En cuanto esté informada por el Consejo de Universidades y por el Consello Gallego de Universidades y aprobada por el Consello Social de la Universidade de Vigo, estará disponible en el siguiente enlace: http://secxeral.uvigo.es/secxeral_gl/normativa/universidade/ordenacion/normas.htm. Mientras tanto, se pueden consultar los acuerdos tomados en dicho Consello de Goberno en el enlace: http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Consello/Acordos/20_07_12_acordoss.pdf

Información sobre la expedición de suplemento al título
Normativas disponibles en: http://secxeral.uvigo.es/secxeral_gl/normativa/universidade/ordenacion/xeral.html

Responsable del título
Juan Manuel Corbacho Valencia

Coordinador/a del título
Emma Torres Romay

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

Texto

Texto

Texto

Párrafo

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 cr

Texto

Texto

Párrafo
En el momento actual el título se rige por lo establecido en la memoria del Grado. En este sentido, se han seguido rigurosamente los plazos de publicación y aprobación del mismo así como los correspondientes periodos de revisión establecidos por las distintas agencias de calidad (ACSUG y ANECA).

Además del trabajo realizado en el centro, resulta de gran importancia el avance que supone la puesta en marcha del proceso de aprobación de la normativa de permanencia de la Universidad de Vigo.

Opción Múltiple
- Primera opción
- Segunda opción
- Tercera opción

Texto

Outros anexos

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
Siguiendo lo apuntado en la Memoria del Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Vigo, y tras 3 años de docencia en este nuevo título, debemos destacar que el interés académico, científico y profesional del título se mantiene. De esta forma, podemos justificar ese interés como sigue:

- Interés académico. Como se puede observar en el criterio 4 (Selección y admisión de estudiantes) la demanda del título sigue siendo amplia. De hecho, las 95 solicitudes del curso 2010-2011 para las 100 plazas se convirtieron en 130 solicitudes en 2011-2012.
- Interés científico. Bajo el paraguas de esta titulación se han puesto en marcha proyectos de investigación y desarrollo y se han defendido tesis doctorales que conjugan el interés académico y científico del título.
- Interés profesional. Aunque no se puede contar todavía con datos de empleabilidad e inserción laboral de este título, la vinculación del título con el sector ha permitido contar con cierta retroalimentación (no necesariamente reglada) sobre la evolución de estos estudios desde el punto de vista del sector.

El desarrollo del título responde al procedimiento PE03 del Sistema Interno de Garantía de Calidad del centro. Precisamente uno de los puntos fuertes de la propuesta realizada y, por tanto, de la correcta justificación del título está en el planteamiento de un plan de calidad adecuado.

Buenas prácticas
Las buenas prácticas en este apartado se subdividen en dos bloques:

A. ACTIVIDADES FORMATIVAS: A través del plan de calidad del centro, del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y de la propia iniciativa estudiantil, se ponen en marcha todos los cursos diversas acciones formativas que intentan garantizar el contacto directo con el sector y, por tanto, permitir que lo egresados del título conozcan la realidad del mercado laboral. Este hecho se constata en numerosas conferencias y cursos formativos que cumplimentan el plan de estudios. Durante el curso 2012-2013 se han organizado conferencias específicas (adjuntamos cartel) y el III Obradoiro de Emprego (adjuntamos cartel) consolidando esta programación.

B. ACCIONES DE SEGUIMIENTO: La aplicación de la propuesta de mejora del Informe de Seguimiento 2010-2011 relativa a la aplicación del Decreto 861/2010 de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007

begin_of_the_skype_highlighting 1393/2007 end_of_the_skype_highlighting de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias, suponía que en el apartado de Referentes externos, deberían ponerse en marcha cambios. Este hecho permitió realizar una revisión del apartado 2.3. comprobando que el mismo se ajustaba a la nueva normativa.

Propuestas de mejora
La implantación en 2012-2013 del Grado completo permitirá poner en marcha dos propuestas de mejora concretas y vinculadas:
1. ACTUALIZACIÓN DE REFERENTES EXTERNOS. Lo que supondrá una revisión real de la justificación del título.
2. EVALUACIÓN EMPRESARIAL DEL TÍTULO. A partir de este curso podrá elaborarse un sistema de valoración del título sustentando en la opinión de las empresas. Para ello se elaborará una encuesta de valoración del título que será suministrada a los tutores de prácticas en las empresas que acojan estudiantes de último año que formen parte del programa de prácticas.

Breve descripción de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Outros anexos

- Cursos e conferencias profesionais (I).pdf
- Cursos e conferencias profesionais (II).pdf
- Cursos e conferencias profesionais (III).pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Justificación. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
EVALUACIÓN EMPRESARIAL DEL TÍTULO

Punto débil detectado
Actualización de la justificación del título propuesto

Ámbito de aplicación
Empresas del sector profesional del título

Responsable de su aplicación
Coordinadores de prácticas externas

Objetivos específicos
- Valoración del nivel de adecuación del título a la realidad empresarial actual.
- Conocer la correcta implementación de las capacidades y habilidades del alumnado.
- Establecer nuevas demandas en la configuración del plan formativo del título.

Actuaciones a desarrollar
Encuesta entre los tutores profesionales de los estudiantes acogidos al programa de prácticas de la titulación.

Periodo de ejecución
2º semestre curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
Vicedecanato de calidad

Indicadores de ejecución
Informe de valoración de los datos finales (septiembre, 2013)

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Justificación. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
ACTUALIZACIÓN DE REFERENTES EXTERNOS

Punto débil detectado
Los cambios del mercado exigen actualización continua de este punto.

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Coordinador de Grado

Objetivos específicos
- Realizar un seguimiento de la realidad empresarial del contorno.
- Conocer la oferta formativa en Publicidad y Relaciones Públicas a nivel nacional e internacional.
- Actualizar los referentes recogidos en la memoria del Grado.

Actuaciones a desarrollar
Se solicitará la colaboración de los profesores del Grado para elaborar un informe técnico exhaustivo que recoja la información indicada. Dicho informe será presentado ante la Junta de Centro antes de la aprobación del próximo informe de seguimiento.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Informe final aprobado por la Junta de Centro.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

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
Se considera que las competencias, tanto generales como específicas, se corresponden con las descritas en los Reales Decretos 1393/2007 y 861/2010. Además, las competencias 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 Grado.

Buenas prácticas
Desde el año 2010-2011 se emplea la plataforma informática de la Universidad de Vigo para la elaboración de las Guías Docentes (Docnet: https://seix.uvigo.es/docnet-nuevo/guia_docent/index.php?centre=204&ensenyament=P04G190V01&consulta=assignatures). Esta aplicación cuenta con un sistema de control que permite identificar qué materias está trabajando qué competencias, pudiendo visualizar colisiones entre los contenidos de dichas materias y, por supuesto, detectar el problema de competencias no atendidas (se adjunta mapa de competencias).

Propuestas de mejora
Siguiendo en lo marcado en el Informe de Seguimiento del pasado curso, el trabajo en la coordinación de los módulos de conocimiento deberá siendo la prioridad en lo relativo a este criterio. Una vez activadas las coordinaciones del módulo, el curso 2012-2013 debe marcar el momento de elaborar propuestas concretas que mejoren la atención a las competencias marcadas (Se adjuntan informes de las coordinaciones de módulo).

Breve descripción de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Outros anexos

- Competencias atendidas por materia (2012-2013).xlsx
- INFORME COORDINACIÓN DE MÓDULOS - RELACIONES PÚBLICAS.pdf

INFORME COORDINACIÓN MÓDULO - COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.pdf
INFORME COORDINACIÓN MÓDULO - FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Competencias / objetivos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
COORDINACIÓN DE MÓDULOS

Punto débil detectado
Falta de coordinación entre materias, solapamiento de contenidos

Ámbito de aplicación
Materias activadas en los distintos módulos

Responsable de su aplicación
Coordinadores de módulos

Objetivos específicos
- Mejorar la planificación del título.
- Solventar el problema de solapamiento de contenidos.
- Garantizar la formación en competencias.

Actuaciones a desarrollar
Reuniones de coordinación de módulo.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
- Informe final (julio, 2013) e informes intermedios

Observaciones
Este plan de mejora fue iniciado en el curso 2011-2012

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento
Bajo

Resultados obtenidos
- Detección de problemas concretos en la atención a las competencias.

Grado de satisfacción
Bajo

Acciones correctoras a desarrollar
A través de la coordinación del Grado es necesario conseguir un régimen de trabajo de las coordinaciones de módulo sólidos.

Outros anexos

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
Partiendo de la máxima de que la información administrativa sobre los PROCESOS DE ACCESO Y ADMISIÓN [1] es gestionada por la Comisión Interuniversitaria de Galicia (CIUG) y el proceso de admisión no depende del centro si no de la Universidad de Vigo, se han realizado grandes esfuerzos para que estos trámites resulten lo más sencillo posible. Las vías de acceso al título están lo suficientemente marcadas en la Memoria del Grado (página 20) pero es necesario realizar la adaptación a lo marcado por la Xunta de Galicia en cuanto al acceso desde Ciclos superiores. En cualquier caso, el grado de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación en lo referido al Grado de Publicidad y Relaciones públicas se sitúa en 4,77 puntos.

A partir de lo referido al acceso, la Memoria del Título (página 21) marca un PERFIL DE INGRESO [2] que sigue resultando adecuado y viable en el momento actual. Tal y como se recogía en el anterior informe de seguimiento (páginas 22 a 25) y como se puede comprobar en los resultados de investigaciones elaboradas por las principales consultoras del sector, que confirman la tendencia reconocida en el momento de elaboración del plan de estudios.

Posteriormente, el centro es responsable de los programas de CAPTACIÓN DE ALUMNADO [3]. En este sentido, las tasas que marcan el ratio entre plazas ofertadas y demandadas marcan un incremento continuo:

Curso 2010-2011: 70,42%
Curso 2011-2012: 71,43%
Curso 2012-2013: 72,46%*

De esta forma, las acciones puestas en marcha van, poco a poco, dando resultados. De hecho, la variación de matrícula de nuevo ingreso en 1º curso respecto al curso anterior ha mostrado una tendencia muy positiva:

Curso 2010-2011: 90,74%
Curso 2011-2012: 84,69%
Curso 2012-2013: 127,71%*

En lo referido a la ACOGIDA DE NUEVOS ESTUDIANTES [4] el curso 2011-2012 marcó el inicio de una tendencia que parece se consolidará en los próximos cursos y es la referida a la movilidad del alumnado entre titulaciones. De esta forma, se han

tenido que limitar las plazas de acceso por intercambio de estudios debido a la elevada demanda de este tipo de acceso. Estos estudiantes presentan otras problemáticas y necesidades informativas, como la ya referida de convalidación de estudios.

Por último, la INFORMACIÓN A LOS ESTUDIANTES DEL CENTRO [5] se ha centrado en el contacto directo con ellos, mediante sesiones informativas y contacto a través de FAITIC (plataforma de teledocencia de la Universidad de Vigo), siendo necesarias mejoras en lo referido al Plan de Acción Tutorial (PAT).

*Adjuntamos cuadro-resume "C.01 - Indicadores incluidos el el SGIC y relación con el seguimiento del título"

Buenas prácticas
Podemos indicar buenas prácticas en todas las áreas indicadas:

[1]. PROCESOS DE ACCESO Y ADMISIÓN. se han puesto en marcha las medidas necesarias para el reconocimiento de créditos a alumnos de acceso desde Ciclos Superiores (se adjunta documentación).

[2]. PERFILES DE INGRESO. El contacto directo con el sector permite constar la viabilidad actual de dichos perfiles.

[3]. CAPTACIÓN DEL ALUMNADO. La estrategia marcada para captación del alumnado se sustentó en tres niveles de actuación:

3.1. Información directa a los estudiantes. Además de la asistencia a Foros y Ferias donde se informa al futuro alumnado de las posibilidades de la titulación, se ha mantenido la actividad referida a charlas en Institutos y centros de formación profesional además de las visitas guiadas al propio centro. A todo esto se ha añadido una acción de mailing a los centros de secundarias presentando el centro (se adjunta documentación) o la elaboración de un díptico para distribuir durante las pruebas de selectividad y en los institutos (se adjunta)

3.2. Disponibilidad de información. Se han realizado notables esfuerzos para mantener la página web del centro actualizado (http://www.csc.uvigo.es).

3.3. Presencia social. El Gabinete de comunicación y protocolo de la Facultad ha registrado un notable descenso de la actividad aunque la presencia del centro en los medios de comunicación parece haberse mantenido gracias a la actividad de la delegada permanente del periódico digital de la Universidad de Vigo (DUVI) http://www.duvi.uvigo.es en el campus de Pontevedra.

[4]. ACOGIDA DE NUEVOS ESTUDIANTES. La Memoria del Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (página 21) recoge la existencia de sesiones de orientación (se recogen las evidencias). 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). Finalmente, la sesión de acogida se compone de 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
- Sesión informativa de la Biblioteca del centro.
- Sesión de presentación del programa tutorial.

[5]. INFORMACIÓN A LOS ESTUDIANTES DEL CENTRO. Según lo establecido en la Memoria del Título de Grado (página 22) los sistemas de información interna para el alumnado deben ser una preocupación para el centro. En este sentido, los paneles informativos han sido optimizados en su uso, al igual que la página web y las bases de contactos de los estudiantes. Pero sin duda el principal trabajo es el relativo al Plan de Acción Tutorial (PAT) que el el curso 2011-2012 sufrió una modificación sobre lo aprobado inicialmente permitiendo el nombramiento de un tutor por curso y no de tutores por grupos de alumnos. Dicha modificación ha sido aprobada en la Junta de Facultad del centro (se adjunta acta) y deberá incorporarse a la Memoria del Título.

Propuestas de mejora
En lo referido a las propuestas de mejora, se mantienen algunas de las necesidades planteadas en el anterior informe de seguimiento. Dichas necesidades se concentran en dos propuestas concretas que concentran sus esfuerzos en la información pública a nivel interno y externo. Así establecemos un PLAN DE MEJORA DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA PARA FUTUROS ESTUDIANTES y un PLAN DE PROMOCIÓN DEL TÍTULO. Ambos planes atienden a una serie de objetivos comunes, entre otros:

- Ampliar la información recogida en el apartado de "futuros alumnos" de la página web del centro que si bien ha sido actualizada para el curso 2011-2012, no ha vuelto a contemplar ninguna modificación.
- Publicar datos actualizados sobre el sistema de reconocimiento de créditos ya que, aunque este reconocimiento ha sido aprobado y validado, no se encuentra a disposición pública.
- Hacer públicos los dossieres y referencias de prensa que recopila el Gabinete de Comunicación y Protocolo, por ahora sólo disponibles en formato analógico.
- Implicar a los estudiantes en el Plan de Acción Tutorial que se encuentra en funcionamiento pero con gestión exclusiva por parte del profesorado.

Breve descripción de las modificaciones
Las modificaciones planteadas son las siguientes:

A. Incorporación de los cambios relativos al Sistema de Reconocimiento de créditos.
B. Modificación del Plan de Acción Tutorial.

Justificación de las modificaciones
Las modificaciones planteadas responden a lo siguiente:

A. Se trata de una actualización de los requisitos que atiende a una modificación normativa superior.
B. Se buscan soluciones para conseguir un Plan de Acción Tutorial más efectivo.

Outros anexos

- Plan de acción tutorial - revisión - ACTA.pdf
- Plan de acogida - acto de bienvenida decanato - HOJAS DE FIRMAS.pdf
- Plan de promoción - general - DÍPTICO INFORMATIVO.pdf
- Plan de promoción - general - RESUMEN PLAN DE PROMOCIÓN.pdf
- Plan de promoción - institutos - EMAIL DE PRESENTACIÓN.pdf
- Plan de promoción - institutos - PROGRAMA FORO.pdf
- Procesos de acceso y admisión - convalidacions CS - ACTA.pdf
- Procesos de acceso y admisión - convalidacions CS - TABLA DEFINITIVA.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Acceso y admisión de estudiantes. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
MEJORA DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA PARA FUTUROS ESTUDIANTES

Punto débil detectado
Escasa información en lo relativo a acceso, admisión, reconocimiento de créditos y plan de acción tutorial

Ámbito de aplicación
Página web del centro

Responsable de su aplicación
Vicedecanato de Calidad

Objetivos específicos
- Ampliar la información en el apartado de "futuros alumnos" de la página web del centro para conseguir una mejor captación de los mismos hacia estos estudios.
- Facilitar el acceso a la información relativa al sistema de reconocimiento de créditos.
- Implicar a los estudiantes en el Plan de Acción Tutorial.

Actuaciones a desarrollar
Mejoras en la página web del centro.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Completar la información relativa a los ítems apuntados

Objetivos

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Acceso y admisión de estudiantes. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
PLAN DE PROMOCIÓN DEL TÍTULO

Punto débil detectado
Poca presencia social de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas

Ámbito de aplicación
Comunidad Autónoma de Galicia

Responsable de su aplicación
Gabinete de Protocolo de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Objetivos específicos
- Mejorar los niveles de presencia de la titulación en el contexto social.
- Ampliar el conocimiento de la existencia de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en Pontevedra.

Actuaciones a desarrollar
- Digitalización y publicación de los dossieres y referencias de prensa sobre el título.
- Revitalización del Gabinete de Protocolo para que ejerza labores de Gabinete de prensa y consiga promocionar el centro.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
- Mayor presencia social.
- Mayor presencia mediática.

Objetivos

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

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
La correcta valoración de la planificación de las enseñanza supone analizar una serie de parámetros básicos:

1. El proceso de ADMISIÓN y la adecuación de los perfiles de ingreso.
2. La correcta estructura del título en cuanto a MÓDULOS Y MATERIAS
3. La adecuada PLANIFICACIÓN del título en lo relativo a los horarios, guías docentes, sistema de evaluación, normativas académicas...
4. La valoración del programa de MOVILIDAD del centro.

---

1. El proceso de ADMISIÓN y la adecuación de los perfiles de ingreso.
Como hemos indicado en el criterio 4, el proceso de admisión, selección y matriculación de alumnos es gestionado desde la propia Universidad. En cualquier caso, el plan de calidad del centro (PC04) contempla una serie de cuestiones básicas en lo referido a la accesibilidad de la información sobre este aspecto.
En lo referido a los perfiles de ingreso recogidos en la Memoria del Título (página 16) y publicados en la página web del centro, los tres cursos implantados hasta el momento demuestran su validez actual y adecuación a la finalidad del título.

2. La correcta estructura del título en cuanto a MÓDULOS Y MATERIAS
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 estrutura se recoge en el procedimiento PC06 del Plan de Calidad del centro.

3. La adecuada PLANIFICACIÓN del título en lo relativo a los horarios, guías docentes, sistema de evaluación, normativas académicas...
La planificación de los módulos y materias recogida en la propia memoria (página 28) y plasmadas posteriormente en el BOE han sido puestas en marcha con total rigor. En este sentido, los niveles de satisfacción del alumnado para el curso 2011-2012 se sitúan en 3,83 puntos algo por debajo de los 4,07 puntos del pasado curso por lo que será necesario analizar las razones de este descenso. En lo referido al profesorado los niveles de satisfacción alcanzan los 4,37 puntos.
La elaboración de los horarios del curso sigue resultando un punto complejo en la planificación anual del título si bien se ha

conseguido llegar a una estructura estable que, a día de hoy, permite una organización racional de las clases y espacios. En cualquier caso se plantea que el curso 2012-2013 con la puesta en marcha de las materias optativas supondrá un gran reto en la gestión de esos horarios, reto que habrá que afrontar con algún plan de mejora respecto al proceso de gestión y de información sobre ellos.
Además de lo anterior, la elaboración de las Guías Docentes ha conseguido una alto grado de sistematización mediante el empleo de la plataforma DocNet, lo que permite contar con la documentación en un plazo anterior a la matrícula del alumnado. Dichas guías recogen, entre otros ítems, los sistemas de evaluación contemplados en cada materia.
Desde otro punto de vista, la planificación del título ha requerido la puesta en marcha de normativas específicas para el desarrollo del Proyecto de Fin de Grado, de las Prácticas en Empresa y de los Seminarios de Experiencias Profesionales, normativas que han sido elaboradas por la coordinación del Grado, validadas por la comisión del título y aprobadas por la Junta de Facultad.

4. La valoración del programa de MOVILIDAD del centro.
En lo referido a la movilidad de estudiantes se continúa con la tendencia positiva, confirmada con la implantación del tercer año del Grado. Los alumnados siguen demostrando un gran interés por esta cuestión si bien la incertidumbre generada en lo referido a las becas y ayudas de movilidad parece estar condicionando la aceptación final de las plazas. Los programas de movilidad del centro han obtenido una puntuación de 4,80. Será necesario realizar una revisión profunda de este punto a partir del curso próximo debido al notable recorte anunciado (http://www.elmundo.es/elmundo/2012/09/29/espana/1348917473.html)

Buenas prácticas
Para el buen funcionamiento de la planificación, y siguiendo las directrices marcadas en el anterior informe de seguimiento, se ha trabajado en lo referido a la COORDINACIÓN e INFORMACIÓN.

Los cuatro bloques de trabajo anteriores (admisión, módulos y materias, planificación y movilidad) han sido abordados con medidas concretas puestas en marcha para conseguir mejoras en este punto:

1. ADMISIÓN Y PERFILES BÁSICOS. Sin contar con posibilidades de gestión del proceso de admisión, nos centramos en la valoración de los perfiles de acceso. La preocupación por la actualización y seguimiento de este aspecto, queda plasmada en las actas de las reuniones de coordinación donde, desde el principio de curso, se mostró na necesidad de establecer un sistema de gestión de la revisión de los perfiles atendiendo al procedimiento recogido en el Sistema de Garantía Interna de Calidad (PC03). De esta forma se nombró a un profesor responsable de poner en marcha una recogida de documentación al respecto, elaborando un blog
(http://pymescomunicacion.lacoctelera.net/post/2012/03/13/integracion-de-especialidades-profesionales-en-grupos) donde se mantendrá un trabajo extenso durante el curso 2012-2013 que permitirá una revisión en junio de 2013. Bien es cierto que el trabajo se concentra en los perfiles de egreso ya que se considera que los de ingreso deben mantenerse.

2. MÓDULOS Y MATERIAS. Para este asunto se han puesto en marcha las reuniones de coordinación de módulo, ya indicadas en el Criterio 4, en las que se trabajaba la correcta atención a las competencias de cada uno de los módulos. Las funciones de la coordinación de módulo se recogen en la Memoria del Grado (página 35) y su nombramiento ha sido aprobado en la Junta de Facultad (3 coordinadores, 1 por módulo). Los informes finales de la coordinación de módulo se recogen en el Criterio 3.

3. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS. En este punto resulta fundamental la acción de la Coordinación de Grado. Continuando con la dinámica puesta en marcha en el curso 2010-2011 con la aprobación de las normativas relativas a la Coordinación de Grado, se han organizado reuniones de coordinación con el profesorado y sesiones informativas para el alumnado:

3.1. Reuniones de coordinación
Las reuniones de coordinación son gestionadas por la coordinadora del Grado y convocan a la totalidad de docentes de la titulación. A pesar de no ser un órgano colegiado, se estructuran con convocatorias y las correspondientes actas (se adjuntan). Las decisiones aprobadas en estas reuniones han sido posteriormente normativizadas por la Comisión de Docencia y la Junta de Facultad.

3.2. Sesiones informativas.
Las sesiones informativas son gestionadas por la coordinadora del Grado y convocan a los alumnos de la titulación. En lo referido al curso 2011-2012 dichas sesiones se centraron en las siguientes cuestiones:
- Sesión informativa de acogida a alumnos de 1º curso del Grado. Información básica sobre el título, el centro y la docencia. Durante la misma fue elaborada una encuesta que permite tener datos sobre los procesos de elección de este título y sobre el origen y formación inicial del nuevo alumnado.

- Sesión informativa sobre prácticas, movilidad y PFG para todos los alumnos del Grado (1º, 2º y 3º). Teniendo en cuenta la puesta en marcha en 2012-2013 del último curso del Grado y la consecuente aprobación de normativas respecto a los temas indicados, se convocó una sesión informativa para que los alumnos pudieran estar informados adecuadamente de estos asuntos (se adjunta documentación de la reunión)
- Sesión informativa sobre materias optativas. Teniendo en cuenta la puesta en marcha en 2012-2013 del último curso de Grado, donde se concentran las materias optativas del título, y conociendo la preocupación del alumnado a la hora de realizar la selección, se organizó unha sesión informativa en la que los docentes responsables de cada una de las materias explicaron los contenidos, metodología y sistema de valoración de la misma. Se trataba de que los estudiantes pudieran realizar la matrícula con mayor información sobre estas materias. Durante la sesión fue elaborada una encuesta en la que se recogieron datos sobre las preferencias en lo referido a optativas, datos que sirven para una mejor previsión organizativa de espacios y recursos (se adjunta resumen de resultados)

3.3. Aprobación de normativas (se adjunta documentos completos y actas de aprobación en Junta de Facultad)
Durante el curso 2011-2012 se han aprobado las siguientes normativas, protocolos o reglamentos:
- Normativa del proyecto de Fin de Grado. Dicha normativa incluye la creación de una comisión del proyecto de fin de grado que ha sido nombrada en la misma Junta de Facultad en la que se aprobó el documento. La previsión es que la comisión comience sus trabajos coincidiendo con el inicio del curso para poner en marcha todos los elementos contemplados en la normativa para el segundo semestre, cuando comenzará la elaboración de esos proyectos.
- Normativa de prácticas en empresa. La normativa contempla el nombramiento de coordinadores de prácticas, designados en la misma sesión de la Junta de Facultad en las que se aprobó el reglamento. En el caso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, debido a la existencia de 100 alumnos matriculados, se designaron a dos coordinadores. Debemos tener en cuenta que las prácticas son optativas para los alumnos de cuarto año, pero la encuesta realizada entre los alumnos de tercer año (ver criterio 4) demostró que los alumnos iban a tener más preferencia por estas frente a la otra opción (seminario de experiencias profesionales). Debemos tener en cuenta que, fuera del programa de prácticas profesionales, las plazas son gestionadas por la Fundación Universidad de Vigo (FUVI) y no por el centro que tan sólo se encarga de vehicular la información.
- Seminario de experiencias profesionales. Paralelamente a la normativa de prácticas en empresa, se ha desarrollado un protocolo de la otra materia optativa de cuarto año, segundo semestre. En la normativa se designa a un coordinador del seminario y se desarrolla un proyecto para que sea un equipo de alumnos el que colabore en la organización de estos seminarios.
- Procedimiento de quejas y reclamaciones. Conforme a lo recogido en el procedimiento de ayuda PA04, la Junta de Facultad aprobó durante el curso 2011-2012 el Sistema de gestión de Quejas y reclamaciones destinado, no sólo al alumnado, si no a toda la comunidad del centro.

4. MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES. Durante el curso 2012-2013 se cumplió la propuesta de mejora referida al "Establecimiento del plan de mobilidad del centro" recogida en la página 37 del anterior Informe de Seguimiento. De esta forma, ha sido implementado un plan de desarrollo que intenta optimizar las plazas disponibles y establecer un procedimiento claro y específico que permita que el alumnado que se acoga a estos programas tenga información suficiente y clara (se adjunta el documento del Plan de movilidad).

Propuestas de mejora
Se contemplan la siguientes propuestas:

- Puesta en marcha de la COMISIÓN ACADÉMICA DEL TÍTULO.
- REVISIÓN DE LOS PERFILES básicos del título.
- Consolidación de la COORDINACIÓN DE MÓDULOS.
- Establecimiento de un SISTEMA DE GESTIÓN DE HORARIOS.
- ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB DEL CENTRO. Incluir información sobre normativas y comisiones y sobre cuestiones "externas" al centro.
- Revisión del PLAN DE MOVILIDAD del centro.
- Creación de un sistema de gestión de los PROYECTOS DE FIN DE GRADO.
- Estructuración de un correcto SISTEMA DE PRÁCTICAS y de ORIENTACIÓN PROFESIONAL.

Breve descripción de las modificaciones
Se debe estudiar la posibilidad de modificar la Memoria, conjuntamente con los órganos correspondientes , y de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos de la Universidad de Vigo con objeto de realizar cambios en la materia optativa "prácticas externas" para permitir su convalidación por otras prácticas del programa del centro así como la incorporación del reconocimiento de la experiencia profesional tal y como establece la nueva normativa estatal. Del mismo modo se valorará la posibilidad de eliminar la alternativa a esta materia "Seminario de experiencias profesionales" de tal forma que la alternativa a la materia

"Prácticas Externas" sean las materias optativas del título. Estos cambios se derivan del Plan de Mejora denominado "SISTEMA DE PRÁCTICAS Y ORIENTACIÓN PROFESIONAL".

Justificación de las modificaciones
Dada la realidad del contexto económico actual, el plan establecido en lo relativo a la materia optativa de "prácticas externas" requiere cierta flexibilización en su desarrollo. De esta forma, deberán realizarse los cambios necesarios para permitir que esta materia pueda ser convalidad por prácticas profesionales desarrolladas bajo el auspicio de la universidad pero no necesariamente en el periodo o en el programa establecido.

Outros anexos

- Movilidad - Plan de movilidad del centro - TEXTO COMPLETO.pdf
- Normativa-Protocolo Seminario de Experiencias Profesionais-TEXTO COMPLETO.pdf
- Normativa-Proyecto de Fin de Grado- TEXTO COMPLETO.pdf
- Normativa-Prácticas en empresas-TEXTO COMPLETO.pdf
- Normativa-Quejas y reclamaciones-TEXTO COMPLETO.pdf
- Normativas-Procedimiento de aprobación-ACTA 06-07-12.pdf
- Reunión de coordinación - grado - ACTA 11-04-12.pdf
- Reunión de coordinación - grado - ACTA 21-06-12.pdf
- Reunión de coordinación - grado - ACTA 28-02-12.pdf
- Reunión de coordinación - grado - ACTA 31-05-12.pdf
- Sesión informativa - cuarto curso - DOCUMENTACIÓN.pdf
- Sesión informativa - materias optativas - MODELO DE ENQUISA.pdf
- Sesión informativa - materias optativas - RESULTADOS DA ENQUISA.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 2012-2013

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

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
REVISIÓN DE LOS PERFILES BÁSICOS

Punto débil detectado
Los cambios del mercado exigen actualización continua de este punto.

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Decanato del centro

Objetivos específicos
- Revisar los perfiles de ingreso conforme a las necesidades del propio título.
- Revisar los perfiles de egreso adaptándolos a la realidad del mercado laboral.

Actuaciones a desarrollar
Reuniones y sesiones de trabajo para elaborar una revisión de ambas cuestiones que sea validada por la Junta de Facultad del centro.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Aprobación de un documento final revisable anualmente.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
COORDINACIÓN DE MÓDULOS

Punto débil detectado
La coordinación de módulos no ha funcionado adecuadamente durante el curso 2011-2012

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Coordinadores de módulos

Objetivos específicos
- Garantizar el funcionamiento de la coordinación de módulos.
- Revisar los contenidos docentes para garantizar su ajuste a lo establecido en la memoria del Grado.
- Garantizar la atención a todas competencias establecidas.

Actuaciones a desarrollar
- Reuniones periódicas da la coordinación de Grado.
- Desarrollo de acciones concretas de seguimiento.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Informe final presentado ante la Junta de Facultad.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
SISTEMA DE GESTIÓN DE HORARIOS

Punto débil detectado
La información sobre horarios no resulta suficiente debido a que no recoge toda la complejidad organizativa del cuarto año ni lo referido a los espacios

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Responsable de su aplicación
Decanato del centro

Objetivos específicos
- Implementar un sistema de gestión de los horarios de docencia más efectivo.
- Garantizar la información pública sobre los horarios del grado.

Actuaciones a desarrollar
- Diseño de un sistema informático de gestión de los horarios

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Puesta en marcha del sistema.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB DEL CENTRO

Punto débil detectado
A pesar de la actualización llevada a cabo en la página web, sigue faltando datos de importancia.

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Responsable de su aplicación
Decanato del centro

Objetivos específicos
Cumplir con lo relativo a la información pública, establecido en el Sistema de Garantía de Calidad del centro.

Actuaciones a desarrollar
- Incluir información relativa a normativas aprobadas tanto del centro como de la universidad.
- Incluir los datos relativos a los miembros de las distintas comisiones.
- Incluir (de forma directa) los datos que en el informe de seguimiento actual figuran en enlaces externos.
- Incluir información relativa a movilidad.
- Incluir información relativa al PFG
- Incluir información relativa a las prácticas en empresa.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Actualización de la página web.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento
Parcial

Resultados obtenidos
Los avances conseguidos durante el curso 2011-2012 son notables, si bien siguen siendo necesarios cambios y mejoras.

Grado de satisfacción
Muy satisfechos

Acciones correctoras a desarrollar
Continuar con la actualización

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
REVISIÓN DEL PLAN DE MOVILIDAD DEL CENTRO

Punto débil detectado
Los cambios relativos a las becas de movilidad suponen un nuevo escenario para el desarrollo del plan de movilidad del centro

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Responsable de su aplicación
Decanato del centro

Objetivos específicos
Adaptar el plan de movilidad a la realidad actual de los programas de intercambio

Actuaciones a desarrollar
- Revisión del plan de movilidad.
- Acciones informativas sobre movilidad dirigidas a los estudiantes.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Aprobación de la revisión del plan de movilidad por parte de la Junta de Centro.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
SISTEMA DE GESTIÓN DEL PROYECTO DE FIN DE GRADO

Punto débil detectado
La puesta en marcha por primera vez de la convocatoria de los proyectos de fin de grado exigirá la gestión de una gran cantidad de documentación y datos

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Comisión del Proyecto de Fin de Grado

Objetivos específicos
- Simplicar los procesos de matricula, inscrición, elaboración y defensa de los proyectos de fin de grado.

Actuaciones a desarrollar
- Aplicación de la normativa específica.
- Desarrollo de un procedimiento concreto.
- Puesta en marcha de aplicaciones informáticas de gestión de la información

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Sistema de gestión válido para los cursos siguientes.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Planificación de las enseñanzas. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
SISTEMA DE PRÁCTICAS Y ORIENTACIÓN PROFESIONAL

Punto débil detectado
La prácticas empresariales no han sido implantadas hasta el curso académico 2012-2013 por lo que es necesario establecer un correcto sistema de gestión de las mismas

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Coordinadores de prácticas externas

Objetivos específicos
- Atender las necesidades derivadas de la materia optativa de "Prácticas empresariales".

Actuaciones a desarrollar
- Coordinar adecuadamente los convenios necesarios con las empresas que acogerán estudiantes en prácticas.
- Establecer un sistema de asignación das plazas adecuado.
- Poner en marcha o sistema de reconocimiento de créditos por prácticas empresariales.
- Plantear un plan de gestión de prácticas para los próximos años. Contemplando la posibilidad de modificar esta materia en el plan de estudios para garantizar su viabilidad futura.
- Realizar un seguimiento continuo de las plazas asignadas.
- Realizar encuestas de seguimiento de las empresas colaboradoras.
- Poner en marcha los procedimientos necesarios para estudiar la posibilidad de modificar la memoria, conjuntamente con los órganos correspondientes y de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos por la Universidad de Vigo según lo recogido en el informe de valoración de este criterio (Apartado 5.1.)

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
- Atención a la demanda de plazas de prácticas en empresa.
- Aprobación de sistema de reconocimiento de créditos por prácticas empresariales.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

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

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

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

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

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

(Los cuadros 3 y 4 referidos se encuentran en un documento anexo "PDI - Listado de personal")

Buenas prácticas

En lo referido al PDI y al PAS, podemos aportar:
- Organización de cursos de formación y actualización y seminarios de innovación.
- Constitución de un departamento en el centro.

Propuestas de mejora
- Establecimiento de un plan de consolidación del PDI.
- Ampliación del cuerpo de PAS del centro.

Breve descripción de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Outros anexos

PAS - Listado de personal.pdf
PDI - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.xlsx
PDI - Listado de personal.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Recursos humanos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
PLAN DE CONSOLIDACIÓN DEL PDI

Punto débil detectado
El personal docente e investigador del título no es estable en cuanto a su situación laboral

Ámbito de aplicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Responsable de su aplicación
Rectorado de la Universidad de Vigo

Objetivos específicos
- Consolidación del profesorado del título

Actuaciones a desarrollar
- Plan de consolidación de los docentes del título

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
Universidad de Vigo

Indicadores de ejecución
Alcanzar la consolidación del 75% del personal docente e investigador del título.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Recursos humanos. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
AMPLIACIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Punto débil detectado
El personal de administración y servicios resulta insuficiente para cubrir las necesidades del título

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Responsable de su aplicación
Rectorado de la Universidad de Vigo

Objetivos específicos
- Adecuar el PAS a las necesidades reales del título.

Actuaciones a desarrollar
- Ampliación del PAS disponible en el centro.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
- Atención a las necesidades reales del título.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

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

Desde la implantación de los Grados y Másters, las necesidades de equipamiento se han incrementado, especialmente, debido a la introducción de los llamados grupos reducidos compuestos por alumnos (12-25 alumnos), lo cual ha multiplicado la necesidad de aulas de docencia. Sin embargo, después de acometer determinadas reformas y reorganizar ciertos espacios desde 2009, en el momento actual no hay que reseñar inconvenientes graves en esta materia, con la excepción de las aulas de informática cuya demanda se ha incrementado de manera notable.

La Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación dispone de:

- 10 aulas con capacidad entre 150-50 (total 1100 plazas) equipadas con ordenador, pizarra, proyector y pantalla, y sistema de audio. Las aulas están dotadas de bancos de sillas fijos.
- 13 seminarios con capacidad entre 16-60 plazas (360 plazas en total) equipados con ordenador, pizarra, proyector y pantalla y sistema de audio. Para atender las demandas y necesidades derivadas de los grupos intermedios y reducidos estos espacios cuentan con mesas móviles o sillas con pala lo cual permite flexibilizar su disposición, al tiempo que favorece la proximidad y la interacción alumno-profesor y alumno-alumno.
- 3 aulas de informática con capacidad para 28 plazas, equipadas con ordenador, pizarra, proyector y pantalla (en este punto, debe indicarse que en el curso 2009-10 se construyó la tercera aula de informática en previsión de las nuevas necesidades derivadas de la implantación del EEES).
- 6 laboratorios: Radio 1 (17 plazas) y Radio 2 (16 plazas), Estudio de Grabación, Plató de TV (dispone de un aula incorporada de 25 plazas y está equipada con ordenador, proyector y pantalla), Plató de Cine, Producción audiovisual.
- espacios comunes: sala de juntas (60 plazas), salón de grados (64 plazas), salón de actos (450 plazas), sala de reuniones 1 (12 plazas) y sala de reuniones 2 (12 plazas).

En las aulas y seminarios (todo el Centro), los alumnos disponen de conexión vía Wifi a la red de la Universidad de Vigo lo que permite, si el profesor lo considera oportuno, la conexión durante el desarrollo de trabajos y labores de aula. En esta línea, para favorecer el uso del ordenador portátil, la dirección del Centro acometió el cableado y colocación de conexiones eléctricas en las aulas (diciembre 2009), atendiéndose así una demanda del colectivo de estudiantes.

Los estudiantes también cuentan puestos de trabajo en la planta baja y en la 1ª planta con conexiones eléctricas. No se trata de puestos de estudio, sino de espacios en los que reunirse, debatir y redactar; en suma, las tareas propias del trabajo en equipo.

Además de los espacios anteriormente referidos, la Facultad cuenta con un local destinado a acoger la Delegación de Alumnos equipado con mobiliario, ordenador y teléfono. También acoge una sala de videoconferencia con capacidad para 25 usuarios y de un aula de internet de uso abierto para alumnos de la UVigo.

Por otra parte, debemos reseñar que la Facultad cumple la normativa de accesibilidad para personas con movilidad reducida (accesos, plazas de parking, aseos, etc.). También dispone de material informático adaptado para personas con deficiencias visuales o motrices.

Desde el año 2011, y con el fin de mejorar la eficiencia energética, el Centro dispone de varios paneles solares que permiten

aprovechar la parte superior del edificio. En esta misma línea, también se ha emprendido la colocación de válvulas termoreguladoras para mejorarla eficiencia del sistema de calefacción.
La Facultad, a través del Vicedecanato encargado de la gestión de Espacios e Infraestructuras, revisa semestralmente, en función de las necesidades docentes, la adecuación de espacios. A partir de la información recogida y antes de la finalización de cada curso, la Dirección del Centro hace una previsión de espacios para el siguiente curso, con el fin de solicitar la realización de las obras necesarias de adecuación que, en el caso de superar el presupuesto del Centro, se solicitan al correspondiente servicio central. Para ello, la correspondiente vicerrectoría convoca una reunión con los directores de los centros del Campus (aproximadamente junio) a fin de conocer las necesidades de cada uno de ellos.
El Centro cuenta con un plan de mantenimiento específico elaborado en 2011 por la Unidad Técnica de la Uvigo a petición de la Dirección.

Servicios que acoge la Facultad (algunos son servicios de campus):
- Conserjería
- Servicio técnicos audiovisuales
- Secretaría de alumnado
- Reprografía (campus)
- Sucursal bancaria y cajeros automáticos (campus)
- Cafetería y comedor universitario (campus)
- Biblioteca central (campus)
- Servicios informáticos (campus)
- Responsable de prensa (campus)

Buenas prácticas
- Ficha de reserva de espacios y sistema telemático de gestión de las reservas.
- Ficha de incidencias.
- Publicación en las pantallas informativas del Centro de la fecha, hora y el lugar de realización de los exámenes del Grado.
- Apertura de aulas para el estudio durante los períodos de exámenes para incrementar el número de puestos disponibles.
- Elaboración de un Plan de Mantenimiento del Centro (se adjunta documento).

Propuestas de mejora
- PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA. Mejora de la eficiencia energética del edificio.
- SISTEMA DE RESERVAS INFORMÁTICAS. Evaluar la eficacia, funcionamiento y satisfacción en la implantación del sistema de reservas informáticas de laboratorios y equipamiento ya implantado.

Breve descripción de las modificaciones

Justificación de las modificaciones

Outros anexos

Plan de mantemento Fac. CC. SS.pdf

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Recursos materiales y servicios. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
SISTEMA DE RESERVAS INFORMÁTICAS

Punto débil detectado
Tras la implantación de una aplicación para que los alumnos, vía Internet, puedan solicitar el uso de material y los espacios de laboratorios; es preciso verificar su fincionamiento y corregir errores.

Ámbito de aplicación
CENTRO

Responsable de su aplicación
COORDINADOR DE LABORATORIOS-TÉCNICOS AUDIOVISUALES

Objetivos específicos
Detectar fallos en el funcionamiento del servicio de reservas telemáticas.

Actuaciones a desarrollar
Seguimiento de las posibles deficiencias, aciertos y estadística de uso del sistema.

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Informe final

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento
Parcial

Resultados obtenidos
El sistema ya es de uso generalizado en el centro, por ello es necesario la evaluación de su eficacia para poder detectar errores y aplicar correcciones.

Grado de satisfacción
Pendiente de evaluación

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

sistema telem petic equipos laboratorio.zip

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Recursos materiales y servicios. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA (según disponibilidades presupuestarias del Centro).

Punto débil detectado
Elevado consumo eléctrico y calefacción

Ámbito de aplicación
Centro

Responsable de su aplicación
Dirección

Objetivos específicos
Reducción de los consumos de electricidad y calefacción

Actuaciones a desarrollar
- Elaboración de un decálogo de eficiencia energética destinado a los usuarios y personal del Centro
- Colocación de mecanismos de ahorro (válvulas) en los radiadores

Periodo de ejecución
2012-2014

Recursos / financiamiento
Centro

Indicadores de ejecución
- Evidencia documental
- Informe unidad técnica

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

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. De esta forma algunas de las tasas aportadas (graduación y eficiencia) no pueden ser valoradas hasta la primera promoción de egresados del título. 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. En la Memoria del título se establecen una serie de tasas de referencia:

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. Este hecho se debe a que dicho parámetro tampoco se incluía en el Sistema de Garantía Interno de Calidad pero, según lo establecido en el procedimiento de medición PM 01 (referido a medición, análisis y mejora), sí se permitía establecer una secuencia de actuación y evaluación constante del centro y la titulación. De esta forma, a través de las bases de datos de la Universidad de Vigo contamos con este indicador que se emplea para identificar las dificultad que encuentran los alumnos para superar las materias del plan de estudio. Los valores conseguidos en los dos primeros cursos evaluados superan la media de este indicador en la rama de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo (aproximadamente al 75%) situándose en el 89,5%.

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 los tres primeros cursos del Grado sitúan el abandono en un 2% de media. A falta de realizar un seguimiento más prolongado de esta tasa, los datos apuntan a una tendencia positiva.

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 periodo de tiempo marcado. En la memoria del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se establecía este parámetro en más del 85%. Sin contar todavía con los datos oficiales de esta tasa (que no estarán disponibles hasta la primera promoción de egresados), los primeros curso del Grado se han caracterizado por un alto índice de eficiencia. La cifra máxima de alumnos que deben realizar la segunda matrícula nunca es superior a un 10% de los matriculados,

por lo que la tasa de eficiencia – si continua esa tendencia – no superaría el 85% marcado en la memoria.

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%. Aunque esta tasa no puede aplicarse hasta que no se cuente con la primera promoción de graduados, el índice de éxito, que recogemos a continuación marca una tendencia positiva.

5. OTROS ÍNDICES.
Además de los índices recogidos en la Memoria del Título de Grado, el sistema de base de datos de la Universidad de Vigo contempla otros índices que pueden servir como referencia:
- Tasa de éxito. Referida al nivel de superación de las materias por parte del alumnado. En este caso la tasa de éxito del Grado se sitúa en más de 94% en el curso 2011-2012.
- Tasa de rendimiento. Referida al nivel de superación de las materias por parte del alumnado en función de las matrículas de cada estudiante. En este caso la tasa se sitúa en el 88,6%.

Además de lo anterior, es necesario hacer referencia a las tasas de inserción laboral. Sin que haya finalizado la implantación del Grado, tomamos como referencia el estudio recién elaborado por la ACSUG sobre la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas (se adjunta el resumen) en el que los datos recogidos resultan muy positivos. Será necesario valorar cómo va a evolucionar esta cuestión en el futuro ya que el contexto económico difiere mucho del recogido en este estudio.

Por último, debemos hacer referencia a los resultados de las encuestas de satisfacción del curso 2011-2012 (documento anexo). De las mismas extraemos varias ideas básicas:
1. El nivel de satisfacción del alumnado es inferior al nivel de satisfacción del profesorado.
2. Los aspectos con peor valoración tienen que ver con:
a) Los colectivos implicados en el proceso de enseñanza (2,67 puntos): en este punto, y tal y como se recoge en el Criterio 3, será necesario realizar esfuerzos para mejorar los sistemas de gestión y implementar nuevas formas de relación con el alumnado.
b) Los recursos de apoyo a la enseñanza (3,54 puntos): tal y como se refiere en los criterios 6 y 7, los recursos humanos y materiales resultan insuficientes para atender las necesidades del Grado.
c) La planificación y el desarrollo de la enseñanza (3,83 puntos): este aspecto está vinculado con la complejidad que supone para el alumnado familiarizarse con el nuevo planteamiento de la enseñanza superior y debe realizarse un seguimiento adecuado en lo recogido en el criterio 4.

Buenas prácticas
Todos los índices recogidos, tanto los establecidos en la Memoria como los de la Universidad, muestran resultados y tendencia positiva.

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

Breve descripción de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Justificaciones de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Outros anexos

- ESTUDIO DE INSERCIÓN LABORAL - LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.xls
- RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CURSO 2011-2012.pdf

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 líneas generales podemos destacar que 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 cabe destacar que durante
el último año se han desarrollado diversos procedimientos que estaban pendientes de realizar y también se han modificado y/o actualizado otros.
Durante el curso 2011/2012 se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:
• Modificación de la composición de la Comisión de Garantía Interna de Calidad para adecuarla a las nuevas titulaciones de posgrado que se incorporaron, así como para dar entrada a nuevos miembros y salida a otros.
• Se ha desarrollado y aprobado totalmente el Plan de Promoción y Captación de estudiantes que se corresponde con los ítems IT03-PC03 , IT04-PC03.
• Se ha desarrollado y aprobado el Programa de Movilidad para estudiantes enviados y recibidos que se corresponden respectivamente con los ítems: PC08, IT01-PC08, IT02-PC08, IT04-PC08, IT05-PC08, PC09, IT05-PC09.
• Se ha desarrollado y aprobado el Plan del Sistema de Atención de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias que se corresponde con el ítem, PA04, IT01-PA04, IT02-PA04, IT03-PA04, IT04-PA04, IT05-PA04.
• Se ha modificado el capítulo 4 del Manual de Calidad del centro que se corresponde con el ítem MSGIC-04.
• Se ha modificado la Propuesta de Política y Objetivos de Calidad (IT01-PE01).
• Modificación y desarrollo del Plan de acción tutorial PAT para el curso 2012-2013 (IT01-PC05).
• Modificación de los Criterios de Selección de Recursos Materiales y Proveedores (IT01-PA07).

Buenas prácticas
Cabe destacar que en los resultados provisionales correspondientes al curso 2010- 2011 del Programa de Valoración da Actividad Docente del centro se obtienen las máximas calificaciones (5) en los ítems relacionados con los indicadores de gestión y control de la actividad docente y que se corresponden con los siguientes criterios:
• Planificase con tempo suficiente as datas de execución de examenes e probas de avaliación. (1.2.1)
• Existencia dun procedimento normalizado para o seguimento e control da execución das datas de exames e probas de avaliación. (1.2.3)
• Existencia dun procedimento normalizado para o control dos docentes ás clases teóricas (1.2.4).
• Existencia dun procedimento normalizado para o control dos docentes ás clases prácticas (1.2.5)
• Existencia dun procedimento normalizado para o control da entrega de calificaciónns e horarios de revisión de exames (1.2.7).

Obteniendo en este Indicador I2C una puntuación absoluta del 4,00 y relativa de 4,09 sobre 5.
En consecuencia debemos entender que la gestión y el control de la actividad docente funcionan bastante bien, a falta de

desarrollar algún ítem que todavía se encuentra pendiente.

Propuestas de mejora
• Desarrollo de los procedimientos pendientes del SGIC y revisión y actualización del resto.
• Seguimiento de las prácticas externas
• Mejora de participación en las encuestas de satisfacción

Breve descripción de las modificaciones
No se contemplan

Justificación de las modificaciones
No se contemplan

Outros anexos

Powered by EpsilonPro.com

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
Desarrollo de procedimientos

Punto débil detectado
Procedimientos pendientes de desarrollo

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Responsable de su aplicación
Responsables de calidad del centro

Objetivos específicos
Respecto al SGIC, se pretende desarrollar los procedimiento que estén pendientes del SGIC , así como la revisión y actualización del resto.

Actuaciones a desarrollar
Desarrollo de procedimientos pendientes

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Registro de procedimientos.

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
Seguimiento de las prácticas externas

Punto débil detectado
Inicio de las prácticas externas

Ámbito de aplicación
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Responsable de su aplicación
Responsable de Calidade do centro

Objetivos específicos
Las prácticas externas se encuentran en el cuarto año del título, por lo tanto serán los alumnos que se encuentran durante este curso escolar 2012-2013 en el último curso los primeros que realizarán prácticas externas en consecuencia todavía no es posible evaluar los procedimientos propuestos. Para conocer la evolución de aquellos alumnos que realicen prácticas externas se propone realizar un seguimiento mediante una encuesta o informe emitido por la empresa de la evolución del alumno, que será analizada por los responsables de las practicas externas.

Actuaciones a desarrollar
Seguimiento de las prácticas

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento
--

Indicadores de ejecución
Datos de seguimiento

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

Evidencia de:
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Sistema de Garantía de Calidad. Plan de mejora

Denominación de la propuesta
MEJORA PARTICIPACIÓN EN ENCUESTAS DE SEGUIMIENTO

Punto débil detectado
Baja participación en las encuestas de seguimiento

Ámbito de aplicación
Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación

Responsable de su aplicación
Responsable de Calidade do centro

Objetivos específicos
• 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, tal y como se recoge en el Informe de Resultados anuales del Centro (IT01-PM01) que se realizó con fecha del 4 de mayo de 2012, en el que por unanimidad los miembros de dicha comisión manifestaron su desacuerdo con los resultados obtenidos dada su baja participación y por lo tanto su escasa representatividad.
En dicha reunión entre otras cuestiones se destacó que:
o " 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.
o La dificultad que tienen los profesores externos (sobre todo en el caso de los masters) para acceder a las encuestas, por lo que se solicita se facilite el acceso a las mismas (quizás utilizando simplemente el número de dni o similar)
o Pero la cuestión que suscitó un mayor acuerdo entre los presentes fue el hecho de la poca representatividad de los resultados, es decir, se considera que la extrapolación de los resultados con un número de encuestas tan pequeño es muy peligrosa, ya que científicamente la representatividad de los datos son muy discutibles dado que con una muestra tan pequeña el nivel de confianza de las encuestas es muy bajo, y el nivel de error muy elevado. En este contexto, los miembros de la Comisión consideran que los resultados de las entrevistas de satisfacción son muy poco representativos y fiables y que sería necesario buscar otro cauce, ya que no se puede obligar a los distintos colectivos implicados a su realización y cuando se les presiona la presión afecta negativamente a los resultados.

Actuaciones a desarrollar
Pendientes de definición

Periodo de ejecución
Curso 2012-2013

Recursos / financiamiento

Indicadores de ejecución
Pendientes de definición

Observaciones

A cumplimentar solo si fue ejecutada (total o parcialmente)

Nivel de cumplimiento

Resultados obtenidos

Grado de satisfacción

Acciones correctoras a desarrollar

Outros anexos

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
No hay previstas modificaciones en el cronograma de implantación y el procedimiento par el reconocimiento y adaptación previsto en la memoria sigue funcionando correctamente.

Buenas prácticas
Se han puesto en marcha los procedimiento necesarios para la aprobación de tablas de adaptación que permita la adecuada gestión de los traslados de expedientes de títulos similares en otros centros, otros títulos del centro y otros títulos de otros centros.

Propuestas de mejora
No se contemplan.

Breve descripción de las modificaciones
No se realizan modificacions

Justificación de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Outros anexos

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
No hay previstas modificaciones en el CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN y el procedimiento para el reconocimiento y adaptación previsto en la memoria sigue funcionando. Se adjunta la explicación del cronograma recogida en la memoria y del sistema de adaptación previsto dada la extinción de los estudios de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.

Buenas prácticas
Tal y como se recoge en los apartados anteriores del Informe de Seguimiento (Criterio 5) se ha avanzado en la aprobación de tablas de adaptación de estudiantes procedentes de otros títulos.

Propuestas de mejora
No se contemplan

Breve descripción de las modificaciones
No se realizan modificaciones

Justificación de las modificaciones

Outros anexos

- 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

TABLAS - EXPOSICIÓN DE ACCIÓN ANTES DE RECOMENDACIONES - GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.pdf

Outros anexos

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.pdf

Outros anexos