

# Informe de revisión do sistema pola dirección

Facultade de Comunicación  
Universidade de Vigo

Informe de resultados anuais das titulacións do centro  
**FACULTADE DE COMUNICACIÓN**  
Curso 2022\_23

Fdo. Decana Facultade de Comunicación

Fdo. Vicedecano de calidade e docencia

Data da reunión: 30/05/2024

Data de aprobación na Xunta de Centro: 30/05/2024

## Índice de contidos

### I. ASPECTOS INTRODUTORIOS

#### I.1. Presentación

### II. DATOS E INDICADORES

#### II.1 Resultados acadados

##### II.1.1 Rexistro de resultados do panel de Indicadores do SGIC

II.1.1.1. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Grao en Publicidade e Relacións Públicas

II.1.1.2. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Grao en Comunicación Audiovisual

II.1.1.3. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Mestrado Universitario en Dirección de Arte en Publicidad

II.1.1.4. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Mestrado Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales

##### II.1.2 Resultados das enquisas de satisfacción das titulacións oficiais

##### II.1.3 Indicadores (tasas y cualificacións) por títulos y materias.

II.1.3.1. Tasas de éxito, avaliación y rendimiento y cualificacións de PRP (global y por materias)

II.1.3.2. Tasas de éxito, avaliación y rendimiento y cualificacións de CAV (global y por materias)

II.1.3.3. Tasas de éxito, avaliación y rendimiento y cualificacións de MDART (global y por materias)

II.1.3.4. Tasas de éxito, avaliación y rendimiento y cualificacións de MCONT (global y por materias)

##### II.1.4. Datos relativos a Queixas, Suxestións e Parabéns (QSP) recibidas

##### II.1.5. Estado de situación dos rexistros de calidade do sistema

### III. ANÁLISE DE RESULTADOS DAS TITULACIÓNS DO CENTRO - SEGUIMIENTO DAS TITULACIÓN

Seguimento da titulación de Grao en Publicidade e RRPP

Seguimento da titulación de Grao en Comunicación Audiovisual

Seguimento da titulación de Mestrado en Dirección de arte en publicidad

Seguimento da titulación de Mestrado en Comunicación en medios sociáis

### IV. MODIFICACIÓN NON SUSTANCIAS DAS TITULACIÓN

### V. ESTADO DE SITUACIÓN DAS MELLORA PROPOSTAS NO(S) INFORME(S) ANTERIOR(ES)

### VI. LISTAXE DE NOVAS ACCIÓN DE MELLORA PROPOSTAS

### VII. CONCLUSIÓN E ACORDOS

### VIII. ANEXOS

- ANEXO I: Nota media de acceso
- ANEXO II: Profesorado doutor por categoría y por sexenios
- ANEXO III: Perfil de ingreso estudiantado que accede por primeira vez á titulación
- ANEXO IV: Distribución do alumnado por centro de prácticas
- ANEXO V: Catálogo de indicadores de centros e titulacións
- ANEXO VI: (novidade) Evolución do alumnado matriculado en Graos e Mestrados
- ANEXO VII: (novidade) Evolución do alumnado do programa PIUNE



## I. ASPECTOS INTRODUTORIOS

### I.1. Presentación

O Sistema de Garantía de Calidade (SGIC) da Facultade de Comunicación recolle entre os seus procedementos a necesidade de manter un seguimento e control dos títulos impartidos no centro. Deste xeito é función do Decanato do centro e especificamente do Vicedecanato de Calidade establecer os procedementos necesarios para cumprir os requisitos establecidos elaborando un informe anual e aplicando calquera cambio establecido pola normativa xeral ou específica da Universidade de Vigo. A este respecto, derivados dos acordos das sesións do Consello de Goberno durante o curso 2022\_23 (obxecto de análise neste informe) tivéronse en conta os seguintes cambios:

#### Consello de Goberno extraordinario do 07/09/22:

- Aprobación das modificacións correspondentes nas medidas preventivas ante a COVID-19 na Universidade de Vigo cara ao curso académico 2022-2023.

#### Consello de Goberno do 28/09/22:

- Aprobación das modificacións na normativa de actividades titoriais.
- Aprobación das modificacións no Estatuto do estudantado deportista na Universidade de Vigo

#### Consello de Goberno do 31/10/22:

- Aprobación do calendario e o procedemento para a aprobación de verificación e modificación de titulacións de grao, máster e doutoramento para o curso 2024/25.
- Aprobación da modificación dos títulos adscritos aos novos centros creados na Universidade de Vigo.
- Aprobación da modificación das normativas de TFG e TFM.
- Aprobación do cambio de nome da Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación.

#### Consello de Goberno do 29/11/22:

- Aprobación do Manual de Calidade dos Centros da Universidade de Vigo.

**Consello de Goberno do 21/12/22:**

- Aprobación do proxecto de orzamentos da Universidade de Vigo para 2023.
- Aprobación da proposta de aceptación de doazóns, para a súa elevación ao Consello Social.

**Consello de Goberno do 24/01/23:**

- Aprobación da declaración de interese de modificación/verificación de títulos de Grao, Máster e Doutoramento
- Aprobación da modificación da cláusula oitava do modelo de convenio específico de colaboración para a realización de traballos de fin de estudos (grao ou mestrado), en relación á propiedade intelectual e industrial dos traballos.

**Consello de Goberno do 02/03/23:**

- Aprobación do calendario académico para o curso 2023/24.
- Aprobación da modificación da normativa de grupos, agrupacións e centros de investigación da Universidade de Vigo.

**Consello de Goberno do 30/03/23:**

- Aprobación do límite de prazas en titulacións de grao para o curso 2023/24.
- Aprobación do límite de prazas en titulacións de máster para o curso 2023/24
- Aprobación do acordo das Universidades públicas do SUG sobre os procedementos de admisión aos estudos universitarios oficiais de grao para o curso 2023/24.
- Aprobación da ponderación das materias para o acceso á Universidade de Vigo

**Consello de Goberno do 28/04/23:**

- Aprobación da programación docente anual (PDA) de titulacións de grao para o curso 2023/24.
- Aprobación da programación docente anual (PDA) de titulacións de máster para o curso 2023/24
- Aprobación da modificación da Normativa de permanencia e progreso nas titulacións oficiais de grao e de máster da Universidade de Vigo.

**Consello de Goberno extraordinario do 11/05/23:**

- Aprobación da proposta de asignación de horas de docencia das distintas figuras de persoal investigador.

**Consello de Goberno do 20/06/23:**

- Aprobación das propostas de verificación/modificación de títulos de Grao, Mestrado e Doutoramento da Universidade de Vigo para o curso 2024/2025

Todo o anterior debuxa un panorama complexo onde a importancia do bo seguimento dos procedementos de calidade así como un adecuado análise dos resultados obtidos resulta, se cabe, inda máis importante. A continuación realízase un análise no que se asumen erros ou problemas ao tempo que se poñen en valor os bos resultados e as consecuencias da boa observancia do previsto no SGIC da Facultade de Comunicación.

## II. DATOS E INDICADORES

# Facultade de Comunicación

# Universidade de Vigo

### II.1 Resultados acadados

Os datos que se presentan a seguir recollen os resultados do centro e de todas as súas titulacións oficiais de grao e de mestrado adscritas.

#### Titulacións do Centro Facultade de Comunicación

- P04G190V01 - Grao en Publicidade e Relacións Públicas
- P04G071V01 - Grao en Comunicación Audiovisual
- P04M082V11 - Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade
- P04M176V01 - Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais y Creación de Contidos Dixitais

#### II.1.1 Rexistro de resultados do panel de Indicadores do SGIC

Táboa resumen coa evolución dos principais indicadores das 4 titulacións do centro Facultade de Comunicación. Cursos 2020\_2 a 2022\_23.

	PRP					CAV					MDART					MCONT				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥70%	ND	78,2%	73,2%	55,7%	≥70%	ND	80,9%	72,0%	53,5%	≥95%	ND	93,94%	96,80%	77,78%	≥95%	ND	69,57%	100%	90,48%
Tasa de abandono.	≤12%	6,8%	12%	8%	8%	≤10%	14,9%	7,7%	4,9%	10,6%	≤0%	0%	3,13%	7,41%	3,03%	≤0%	13%	0,00%	9,52%	x
Tasa de eficiencia.	≥95%	97,2%	95%	95%	95%	≥95%	98%	98,0%	98,0%	95,0%	≥99%	96%	95%	96%	100%	≥99%	100%	99%	100%	100%
Tasa de rendimento (IM03)	≥90%	91%	91%	92%	92%	≥90%	93%	95,0%	95,2%	95,0%	≥95%	89%	88%	95%	87%	≥95%	98%	95%	93%	99%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	97%	96%	97%	99%	≥95%	99%	98,0%	99,0%	99,0%	≥95%	100%	100%	99%	98%	≥95%	100%	100%	99%	100%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	95%	95%	94%	x	≥95%	94%	96,0%	95,9%	x	≥95%	89%	88%	96%	x	≥95%	98%	95%	94%	x
Tasa de ocupación	≥100%	101	106	109	108	≥100%	102	111,1	115,56	106,67	100%	ND	ND	94,29	91,43	100%	ND	100	x	x
Tasa de preferencia	≥150%	143	195	185	159	≥150%	133,3	191,1	204,4	175,56	≥100%	ND	ND	ND	ND	≥100%	ND	ND	ND	ND
Tasa de adecuación	≥85%	84,16	78,3	85,32	82,41	≥85%	67,4	54	63,46	81,25	100%	ND	ND	ND	ND	100%	ND	ND	ND	ND
Evolución número de alumnos matriculados	ND	420	435	444	450	ND	184	185	206	217	ND	47	36	38	40	NO	28	31	23	23
Duración media dos estudos	4	4,25	4,38	x	4,77	4,5	4,37	4,21	4,5	4,7	1	1,23	1,22	x	1	1	1,04	1,1	1	1

Táboa resumen coa evolución dos principais indicadores da titulación Grao en Publicidade e Relacións Públicas. Cursos 2020\_21 a 2022\_23.

	PRP				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥70%	ND	78,2%	73,2%	55,7%
Tasa de abandono.	≤12%	6,8%	12%	8%	8%
Tasa de eficiencia.	≥95%	97,2%	95%	95%	95%
Tasa de rendimento (IM03)	≥90%	91%	91%	92%	92%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	97%	96%	97%	99%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	95%	95%	94%	x
Tasa de ocupación	≥100%	101	106	109	108
Tasa de preferencia	≥150%	143	195	185	159
Tasa de adecuación	≥85%	84,16	78,3	85,32	82,41
Evolución número de alumnos matriculados	ND	420	435	444	450
Duración media dos estudos	4	4,25	4,38	x	4,77

Táboa resumen coa evolución dos principais indicadores da titulación Grao en Comunicación Audiovisual. Cursos 2020\_21 a 2022\_23.

	CAV				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥70%	ND	80,9%	72,0%	53,5%
Tasa de abandono.	≤10%	14,9%	7,7%	4,9%	10,6%
Tasa de eficiencia.	≥95%	98%	98,0%	98,0%	95,0%
Tasa de rendimento (IM03)	≥90%	93%	95,0%	95,2%	95,0%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	99%	98,0%	99,0%	99,0%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	94%	96,0%	95,9%	x
Tasa de ocupación	≥100%	102	111,1	115,56	106,67
Tasa de preferencia	≥150%	133,3	191,1	204,4	175,56
Tasa de adecuación	≥85%	67,4	54	63,46	81,25
Evolución número de alumnos matriculados	ND	184	185	206	217
Duración media dos estudos	4,5	4,37	4,21	4,5	4,7

Táboa resumen coa evolución dos principais indicadores da titulación Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade. Cursos 2020\_21 a 2022\_23.

	MDART				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥95%	ND	93,94%	96,80%	77,78%
Tasa de abandono.	≤0%	0%	3,13%	7,41%	3,03%
Tasa de eficiencia.	≥99%	96%	95%	96%	100%
Tasa de rendimento (IM03)	≥95%	89%	88%	95%	87%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	100%	100%	99%	98%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	89%	88%	96%	x
Tasa de ocupación	100%	ND	ND	94,29	91,43
Tasa de preferencia	≥100%	ND	ND	ND	ND
Tasa de adecuación	100%	ND	ND	ND	ND
Evolución número de alumnos matriculados	ND	47	36	38	40
Duración media dos estudos	1	1,23	1,22	x	1

Táboa resumen coa evolución dos principais indicadores da titulación Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais y Creación de Contidos Dixitais. Cursos 2020\_21 a 2022\_23.

	MCONT				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥95%	ND	69,57%	100%	90,48%
Tasa de abandono.	≤0%	13%	0,00%	9,52%	x
Tasa de eficiencia.	≥99%	100%	99%	100%	100%
Tasa de rendimento (IM03)	≥95%	98%	95%	93%	99%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	100%	100%	99%	100%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	98%	95%	94%	x
Tasa de ocupación	100%	ND	100	x	x
Tasa de preferencia	≥100%	ND	ND	ND	ND
Tasa de adecuación	100%	ND	ND	ND	ND
Evolución número de alumnos matriculados	NO	28	31	23	23
Duración media dos estudos	1	1,04	1,1	1	1

## Comentarios aos principais indicadores

- Taxas de éxito mantéñense ou se incrementan
- Taxas de avaliación: mantéñense ou descenden lixeiramente (CAV & MCONT)
- Taxas de rendemento: mantéñense ou descenden lixeiramente (CAV & MCONT)

As taxas de abandono do Grao en Comunicación Audiovisual e o Máster en Comunicación en medios sociais son elevadas. As taxas de avaliación e rendemento descenden lixeiramente. Na medida en que é primeiro curso que sucede e as outras titulacións teñen unha tendencia descendente, suxírese esperar á análise dos datos do curso 2023\_24 para confirmar se é un feito puntual ou é unha tendencia que se consolida.

O Grado en Publicidade mellorou na maioría de indicadores respecto a cursos anteriores. Redución drástica da taxa de abandono e mellora da taxa de éxito. Descenden lixeiramente a taxa de ocupación e preferencia.

O Máster en Dirección de Arte aumenta lixeiramente en todos os seus indicadores, o que demostra o seu bo estado de saúde previo ao proceso de acreditación que realizará o curso 2024\_25.

---

Centro: Facultade de Comunicación			Facultade de Comunicación Universidade de Vigo			
Panel de Indicadores			Existe Meta de calidade asociada (obxectivo de calidade)?	Resultado Curso 2022-2023	Resultado Curso 2021-2022	Resultado Curso 2020-2021
Codg SGC	Codg ACSU G	Descrición				
I01-MC	E14	Certificación da implantación dos sistemas de calidade	Non dispón de sistema de garantía de calidade certificado	Non dispón de sistema de garantía de calidade certificado	Non dispón de sistema de garantía de calidade certificado	Non dispón de sistema de garantía de calidade certificado
I05-MC	I4	Grao satisfacción PAS	Si	2,96	ND	3,63
I01-DO	E2	Seguimento das titulacións	Si	Favorable	Favorable	Favorable
I02-DO	E2	Acreditación das titulacións		Favorable	Favorable	Favorable

### II.1.1.1. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Grao en Publicidade e Relacións Públicas

Grao en Publicidade e RRPP						
Panel de indicadores			¿Existe Meta de calidade asociada aos obxectivo de calidade do centro? Indicar valor establecido	Resultado Curso 2022-2023	Resultado Curso 2021-2022	Resultado Curso 2020-2021
Codg SGC	Codg ACSU G	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: $\geq 3,3$ sobre 5	2,33	3,29	2,83
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: $\geq 3,8$ sobre 5	3,78		3,87
I04-MC	I4	Grao satisfacción persoas tituladas	Si: $\geq 3,5$ sobre 5	2,84	3,15	3,51
I06-MC	I4	Grao satisfacción empregadores	Si: X			Sen datos
I01-AC		Nota media de acceso	>8	ANEXO I	ANEXO 1	ANEXO 1

<b>I01(2)-AC</b>		Nota mínima de acceso		7,41	9,200	8,840
<b>I02-AC</b>		Ocupación	Si: $\geq 100\%$	101%	106%	109,00%
<b>I03-AC</b>		Preferencia	Si: $\geq 190\%$	143%	195%	185,00%
<b>I03(2)-AC</b>		Adecuación	Si: $\geq 85\%$	84,16%	78,30%	85,32%
<b>I04-AC</b>	I1	Matrícula de novo ingreso por preinscripción (Evolución do estudiantado matriculado en cada curso a académico)	100	101	106	109
<b>I03-DO</b>	I8	Participación do alumnado nas enquisas de avaliación do profesorado (Enquisas de avaliación docente)		20,20%	18,66%	non hai datos
<b>I04-DO</b>	I8	Grao de satisfacción do estudiantado coa actividade docente do profesorado (Enquisas de avaliación docente)	$\geq 3,3$ sobre 5	4,06	4,02	non hai datos
<b>I05-DO</b>		Grao de satisfacción do estudiantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3$	2,89		2,87
<b>I06-DO</b>		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3,8$	3,83		4,01
<b>I07-DO</b>		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino		2,42		3,21
<b>I08-DO</b>		Grao de satisfacción coas	*Utilidade das prácticas	4,00	3,25	3,92

		prácticas académicas externas				
I09-DO	I3	Estudiantes que participan en programas de mobilidade internacionais		58	71	27
I09(2)-DO		Estudiantes estranxeiros		20	18	3
I010-DO		Duración media dos estudos	4	4,23	4,38	4,49
I011-DO		Taxa de rendemento	Si: >90%	91%	91%	92%
I012-DO		Taxa de abandono	Si: <12%	6,80%	12%	8,42%
I013-DO		Taxa de eficiencia	>95%	97,18%	95%	95%
I014-DO		Taxa de graduación	Si: >70%	85,11%	78,22%	73,20%
I015-DO		Taxa de éxito	Si: >95%	96%	96%	97%
I016-DO		Tempo medio para atopar emprego		Sen datos		Sen datos
I017-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación		56,58%	30,56%	35,83%
I017(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		11	16	21
I02-PE		Cualificación do PDI. Doutores	≥0,6	0,755	0,787	0,755
I03-PE		Resultados de investigación de carácter académico (Sexenios)	≥10	55,56%	50,70%	40%
I03(2)-PE		Profesorado por categoría	Catedrático/a Catedrático/a escola universitaria Titular Contratado/a Dr/a Axudante Doutor/a Asociado/a Contratado/a predoutoral Contratado/a interino/a	ANEXO 2	ANEXO 2	ANEXO 2

			Non aplicable			
Indicadores de Seguimento				Resultados Curso 2022-2023	Resultados Curso 2021-2022	Resultados Curso 2020-2021
E3	I2	Perfil de ingreso do alumnado (grao)-Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).	Bacharelato	ANEXO 3	ANEXO 3 PERFIL	ANEXO 3 PERFIL
			FP			
			Maiores 25 Anos			
			Titulados universitarios			
			Equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros			
		Resultado				
I9		% de profesorado do título avaliado polo programa DOCENTIA (quinquenal)		Coordinador		Coordinador
I10		Nº e % de profesorado que participa en programas de mobilidade	Nº	4	3	2
			%	8,16%	6,38%	3,70%
I11		Distribución do alumnado por centro de prácticas	Nome da empresa Entidade			
			<b>ANEXO 4</b>			
I14		Resultados de inserción laboral	<a href="https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21">https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21</a>			
I15		Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A	48,33	48,77	50,03
			Tamaño grupos B	24,84	24,06	24,69
			Tamaño grupos C	24,67	24,83	25,47

### II.1.3 Resultados (desagregados) das enquisas de satisfacción das titulacións oficiais

Titulacións de Grao

Resultados de Participación		Satisfacción xeral curso 2022-2023	Ítems/ epígrafes mellor valorados	Ítems /epígrafes peor valorados
<b>PAS</b>	29,4%	2,96	As instalacións e o equipamento onde se desenvolven as titulacións do centro: 4,00 As instalacións e o equipamento onde realiza o seu traballo: 3,75	A formación para facilitar o desempeño das súas funcións: 2,00 A dotación do PAS adscrito: 2,20

Titulación <u>Grao en Publicidade e Relacións Públicas</u>				
Resultados de Participación		Satisfacción xeral curso 2022-2023	Ítems/ epígrafes mellor valorados	Ítems epígrafes peor valorados
<b>Alumnado</b>	20%	2,33	Os horarios da titulación: 4,33 A utilidade das prácticas da titulación: 4,00	A atención ás queixas, suxestións ou incidencias: 1,00 A implicación da facultade na resolución de problemas e na mellora da titulación: 1,00
<b>Profesorado</b>	53%	3,78	As prácticas realizadas nas materias da titulación: 4,16 O calendario das probas de avaliación: 4,04 A accesibilidade da información sobre a titulación publicada na web: 4,04	Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu equipamento: 3,22 A coordinación entre as materias do plan de estudos: 3,29

<b>Persoas tituladas</b>	16%	2,84	Duración das Prácticas Externas: 3,73 A axuda recibida do PAS do centro: 3,63		A orientación profesional e laboral recibida: 1,87 A implicación do centro na resolución de problemas e na mellora da titulación: 1,93	
<b>Empregadores</b>						
<b>Enquisa</b>	<b>Organización e desenvolvemento</b>	<b>Información e transparencia</b>	<b>Sistema de garantía de calidade</b>	<b>Recursos humanos</b>	<b>Recursos materiais e servizos</b>	<b>Resultados de aprendizaxe</b>
Alumnado	2,89	1,89	1	2,67	2,25	2,67
Persoas tituladas	2,42	3,34	2,07	3,41	3,08	2,71
Profesorado	3,83	3,80	4,00	3,69	3,61	3,87

### II.1.1.2. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Grao en Comunicación Audiovisual

Titulación						
Panel de indicadores			<u>¿Existe Meta de calidade asociada aos obxectivo de calidade do centro?</u> Indicar valor establecido	<u>Resultado Curso 2022-2023</u>	<u>Resultado Curso 2021-2022</u>	<u>Resultado Curso 2020-2021</u>
Codg SGC	Cod g AC SUG	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: ≥ 3 sobre 5	3,00		2,64
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: ≥ 3,8 sobre 5	3,74		<b>P04G070V01: 3,60 P04G071V01: 3,51</b>

<b>I04-MC</b>	I4	Grao satisfacción persoas tituladas	Si: $\geq 3,7$ sobre 5	2,35	3,20	3,50
<b>I06-MC</b>	I4	Grao satisfacción empregadores	X	4,00		3,51
<b>I01-AC</b>		Nota media de acceso	$\geq 8,8$	<b>ANEXO 1</b>	<b>ANEXO 1</b>	<b>ANEXO 1</b>
<b>I01(2)-AC</b>		Nota mínima de acceso	Si: $\geq 8,4$	9,02	10,170	9,360
<b>I02-AC</b>		Ocupación	Si: $\geq 100\%$	102,22%	111,11%	115,56
<b>I03-AC</b>		Preferencia	Si: $\geq 200\%$	133,33%	191,11%	204,44%
<b>I03(2)-AC</b>		Adecuación	Si: $\geq 80\%$	67,39%	54,00%	63,46%
<b>I04-AC</b>	I1	Matrícula de novo ingreso por preinscrición (Evolución do estudantado matriculado en cada curso a académico)	C45	46	50	52
<b>I03-DO</b>	I8	Participación do alumnado nas enquisas de avaliación do profesorado (Enquisas de avaliación docente)		10,33%	P04G070V01 34,09% P04G071V01 43,91%	non hai datos
<b>I04-DO</b>	I8	Grao de satisfacción do estudantado coa actividade docente do profesorado (Enquisas de avaliación docente)	$\geq 3,5$ sobre 5	3,40	P04G070V01: 3,77 P04G071V01: 4,04	non hai datos
<b>I05-DO</b>		Grao de satisfacción do estudantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3$	2,97		2,52
<b>I06-DO</b>		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3,8$	3,83		P04G070:3,80 P04G071:3,48
<b>I07-DO</b>		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino		2,42	2,88	3,00
<b>I08-DO</b>		Grao de satisfacción coas				4,22

		prácticas académicas externas		3,54		
I09-DO	I3	Estudiantes que participan en programas de mobilidade internacionais		11	6	7
I09(2)-DO		Estudiantes estranxeiros		8	4	2
I010-DO		Duración media dos estudos	4,5	4,37	4,21	4,28
I011-DO		Taxa de rendemento	Si: $\geq 90\%$	93%	95%	92%
I012-DO		Taxa de abandono	Si: $\leq 10\%$	14,89	7,69%	4,88%
I013-DO		Taxa de eficiencia	$\geq 95\%$	98,03%	98%	98%
I014-DO		Taxa de graduación	Si: $\geq 70\%$	82,93%	80,85%	72%
I015-DO		Taxa de éxito	Si: $\geq 95\%$	99%	98%	99%
I016-DO		Tempo medio para atopar emprego		Sen datos		non hai datos
I017-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación		56,58%	>50%	30,56%
I017(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		5	11	14
I02-PE		Cualificación do PDI. Doutores	$\geq 0,6$	61%		59%
I03-PE		Resultados de investigación de carácter académico (Sexenios)	$\geq 10$	35,56%	31,81%	30,23%
I03(2)-PE		Profesorado por categoría	Catedrático/a Titular	ANEXO 2	ANEXO 2	ANEXO 2 I03(2)-PE- Profesorado por categoría
			Contratado/a Doutor/a			
			Axudante Doutor/a			
			Asociado/a			
			Contratado/a interino/a			
			Predoutoral			
			Non aplicable			
<b>Indicadores de Seguimento</b>				<u>Resultado</u> Curso 2022-2023	<u>Resultado</u> Curso 2021-2022	<u>Resultado</u> Curso 2020-2021
E3	I2		Bacharelato			
			FP			

		Perfil de ingreso do alumnado (grao)- Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).	Maiores 25 Anos	VER ANEXO 3 PERFIL INGRESO	VER ANEXO 3 PERFIL INGRESO	VER ANEXO 3 PERFIL INGRESO
			Titulados universitarios			
			Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros			
			Resultado			
I9	% de profesorado do título avaliado polo programa DOCENTIA (quinquenal)			Coordinador		Coordinador
I10	Nº e % de profesorado que participa en programas de mobilidade	Nº	1	1	1	
		%	2,78%	2,43%	2,5%	
I11	Distribución do alumnado por centro de prácticas	Nome da empresa				
		<b>ANEXO 4</b>				
I14	Resultados de inserción laboral	<a href="https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21">https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21</a>				
I15	Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A	39,70	48,8	PO4G071:50 PO4G070:30	
		Tamaño grupos B	15,38	17,75	PO4G071:17, 86 PO4G070:12, 73	
		Tamaño grupos C	13,23		PO4G071:16, 67	

**II.1.3 Resultados (desagregados) das enquisas de satisfacción das titulacións oficiais**

Titulacións de Grao				
	Resultados de Participación	Satisfacción xeral Curso 2022-2023	Ítems/ epígrafes mellor valorados	Ítems /epígrafes peor valorados
PAS	29%	2,98	As instalacións e o equipamento onde se desenvolven as titulacións do centro (4,00) As instalacións e o equipamento onde realiza o seu traballo (3,75)	A formación para facilitar o desempeño das súas funcións (2,00) A dotación do PAS adscrito (2,20)

Titulación <u>Grao en Comunicación audiovisual</u>						
	Resultados de Participación	Satisfacción xeral curso 2022-2023	Ítems/ epígrafes mellor valorados		Ítems epígrafes peor valorados	
Alumnado	25%	3,00	O calendario das probas de avaliación (3,77)		A implicación da Facultade/Escola na resolución de problemas e na mellora da titulación (2,15)	
Profesorado	47%	3,74	As plataformas de teledocencia e ferramentas multimedia (4,38) O calendario das probas de avaliación (4,36)		A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado (3,14) Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu equipamento (3,27)	
Empregadores	40%	4,00	Todos valorados cunha puntuación de 4,00		Todos valorados cunha puntuación de 4,00	
Persoas Tituladas	10%	2,35	A utilidade da páxina Web da titulación (3,00)		Os programas de mobilidade, de ser o caso (1,33) A orientación profesional e laboral recibida (1,75)	
Enquisa	Organización e desenvolvemento	Información e transparencia	Sistema de garantía de calidade	Recursos humanos	Recursos materiais e servizos	Resultados de aprendizaxe
Alumnado	2,97	3,05	2,38	3,00	3,27	3,08
Persoas tituladas	2,13	2,88	2,00	2,63	2,58	2,38
Profesorado	3,83	3,76	3,42	3,54	3,79	3,67

### II.1.1.3. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Mestrado Universitario en Dirección de Arte en Publicidad

## master.en dirección.de.arte publicitaria

Titulación						
Panel de indicadores			¿Existe Meta de calidade asociada aos obxectivos de calidade do centro? Indicar valor establecido	Resultado Curso 2022-2023	Resultado Curso 2021-2022	Resultado Curso 2020-2021
Codg SGC	Cod g ACS UG	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: $\geq 3$ sobre 5	SEN DATOS	3,57	3,63
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: $\geq 4$ sobre 5	4,46		
I04-MC	I4	Grao satisfacción persoas tituladas		SEN DATOS	2,88	3,78
I06-MC	I4	Grao satisfacción empregadores	NO			
I01-AC		Nota media de acceso	ANEXO I			
I01(2)-AC		Nota mínima de acceso	6			SEN DATOS
I02-AC		Ocupación	Si: 100%	103,33%		94,29%
I03-AC		Preferencia	Si: $\geq 100\%$	Sen datos		SEN DATOS
I03(2)-AC		Adecuación	Si: 100%	Sen datos		SEN DATOS
I04-AC	I1	Matrícula de novo ingreso por preinscripción (Evolución do estudiantado matriculado en cada curso a académico)	$\geq 30$	31		33
I03-DO	I8	Participación do alumnado nas enquisas de avaliación do profesorado		48,16%	36,61%	

		(Enquisas de avaliación docente)				
I04-DO	I8	Grao de satisfacción do estudantado coa actividade docente do profesorado (Enquisas de avaliación docente)	$\geq 3,3$ sobre 5	4,07	4,10	
I05-DO		Grao de satisfacción do estudantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3$	SEN DATOS		3,63
I06-DO		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 4$	4,46		4,20
I07-DO		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino		SEN DATOS		3,78
I08-DO		Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas	*Utilidade das prácticas	4,90	4,00	
I09-DO	I3	Estudantes que participan en programas de mobilidade internacionais		SEN DATOS	SEN DATOS	
I09(2)-DO		Estudantes estranxeiros		Sen datos	SEN DATOS	
I010-DO		Duración media dos estudos	1	1,23	1,22	1,20
I011-DO		Taxa de rendemento	Si: $\geq 95\%$	89%	88%	95%
I012-DO		Taxa de abandono	Si: $\leq 0\%$	0%	3,13%	7,41%
I013-DO		Taxa de eficiencia	$\geq 99\%$	SEN DATOS	95%	96%
I014-DO		Taxa de gradación	Si: $\geq 95\%$	70%	90,91%	96,88%
I015-DO		Taxa de éxito	Si: $\geq 95\%$	100%	100%	99%
I016-DO		Tempo medio para atopar emprego	NO	Sen datos		SEN DATOS
I017-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación		56,58%	30,56%	35,83%
I017(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		3	6	1
I02-PE		Cualificación do PDI. Doutores	$\geq 0,5$	30%		45,45%
I03-PE		Resultados de investigación de	$\geq 10$	66,67%	35,71%	28,57%

		carácter académico (Sexenios)				
<b>I03(2)-PE</b>		Profesorado por categoría	Catedrático/a	ANEXO 2	ANEXO 2	ANEXO 2
			Titular U.			
			Contratado/a Dr/a			
			Axudante Doutor/a			
			Asociado/a			
Non aplicable						
<b>Indicadores de Seguimento</b>				Resultados Curso 2022-2023	Resultados Curso 2021-2022	Resultado/s Curso 2020-2021
<b>E3</b>	<b>I2</b>	Perfil de ingreso do alumnado (grao)- Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).		<b>ANEXO 3</b>		
<b>I9</b>		% de profesorado do título avaliado polo programa DOCENTIA (quinquenal)		Coordinador		Coordinador
<b>I10</b>		Nº e % de profesorado que participa en programas de mobilidade	Nº	3	2	0
			%	9,09%	6,25%	
<b>I11</b>		Distribución do alumnado por centro de prácticas		<b>ANEXO 4</b>	<b>ANEXO 4</b>	<b>ANEXO 4</b>
<b>I14</b>		Resultados de inserción laboral				
<b>I15</b>		Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A	26,25		26,53

**II.1.2 Resultados das enquisas de satisfacción das titulacións oficiais**

	Resultados de Participación	Satisfacción xeral x titulación	Ítems/ epígrafes mellor valorados	Ítems/ epígrafes peor valorados
Alumnado	SEN DATOS			
Profesorado	29%	100%	O calendario das probas avaliación (4,90) As prácticas realizadas nas materias (4,90) Utilidade información publicada en web (4,90)	Oferta de formación permanente da UVigo para profesorado (3,60)
Persoas tituladas	SEN DATOS			
PAS	11,8 (grupos titulación)	3,03 (valor do centro)	A comunicación co alumnado. (4,00)  As instalacións e o equipamento onde se desenvolven as titulacións do centro (4,00)	A dotación do PAS adscrito. (2,00) As instalacións e o equipamento onde realiza o seu traballo (2,50) As vías de participación para a mellora da calidade (2,50)

Enquisa	Organización e desenvolvemento	Información e transparencia	Sistema de garantía de calidade	Recursos humanos	Recursos materiais e servizos	Resultados de aprendizaxe
Alumnado	SEN DATOS					
Persoas tituladas	SEN DATOS					
Profesorado	4,69	4,74	4,70	3,65	4,08	4,70

## II.1.1.4. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Mestrado Universitario en Comunicación en Medios Sociais y Creación de Contenidos Digitales



### II.1.1 Rexistro de resultados do panel de Indicadores do SGIC:

Titulación						
Panel de indicadores			¿Existe Meta de calidade asociada aos obxectivo de calidade do centro? Indicar valor establecido	Resultado Curso 2022-2023	Resultado Curso 2021-2022	Resultado Curso 2020-2021
Codg SGC	Codg ACS UG	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: $\geq 3$ sobre 5	Non dispoñible	3,03	2,65
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: $\geq 4$ sobre 5	4,44	(Datos bianuais)	4,09
I04-MC	I4	Grao satisfacción persoas tituladas		Non dispoñible	Non hai datos	3,33
I06-MC	I4	Grao satisfacción empregadores	NO	3,67	Coordinación centro	
I01-AC		Nota media de acceso		ANEXO 1		
I01(2)-AC		Nota mínima de acceso		SEN DATOS	SEN DATOS	SEN DATOS
I02-AC		Ocupación		92%	100%	92%
I03-AC		Preferencia		SEN DATOS	SEN DATOS	SEN DATOS
I03(2)-AC		Adecuación		SEN DATOS	SEN DATOS	SEN DATOS
I04-AC	I1	Matrícula de novo ingreso por preinscripción (Evolución do estudiantado matriculado en cada curso a académico)	$\geq 30$	23	25	23
I03-DO	I8	Participación do alumnado nas enquisas de		52,54 %	47,20%	-

		avaliación do profesorado (Enquisas de avaliación docente)				
I04-DO	I8	Grao de satisfacción do estudantado coa actividade docente do profesorado (Enquisas de avaliación docente)	$\geq 3,3$ sobre 5	4,34	3,70	3,95
I05-DO		Grao de satisfacción do estudantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3$	2,00	Non hai datos	2,62
I06-DO		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 4$	4,62	(Datos bianuais)	4,43
I07-DO		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino		2,80	Non hai datos	3,04
I08-DO		Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas	*Utilidade das prácticas	2,50	3,33	3,50
I09-DO	I3	Estudantes que participan en programas de mobilidade internacionais		Sen datos	Sen datos	Sen datos
I09(2)-DO		Estudantes estranxeiros		Sen datos	Sen datos	Sen datos
I010-DO		Duración media dos estudos	1	1,04	1,10	1,0
I011-DO		Taxa de rendemento	Si: $\geq 95\%$	98%	95%	93%
I012-DO		Taxa de abandono		13,04%	0%	9,52%
I013-DO		Taxa de eficiencia		99,59	99%	100%
I014-DO		Taxa de graduación	Si $\geq 95\%$	76%	69,57%	100%
I015-DO		Taxa de éxito	Si $\geq 95\%$	100%	100%	99%
I016-DO		Tempo medio para atopar emprego	NO	Non hai datos		
I017-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación		56,58 (valor do centro)	30,56%	35,83%

I017(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		5	11	11
I02-PE		Cualificación do PDI	$\geq 0,5$	42,11	47,37	51,35%
I03-PE		Resultados de investigación de carácter académico (Sexenios)	$\geq 10$	56,52	55,17%	53,33%
I03(2)-PE		Profesorado por categoría	Catedrático/a	ANEXO 2	ANEXO 2	ANEXO 2
			Titular			
			Contratado/a			
			Doutor/a			
			Asociado/a			
Non aplicable						
<b>Indicadores de Seguimento</b>						
				<u>Resultado</u> <u>Curso</u> <u>2022-23</u>	<u>Resultado</u> <u>Curso 2021-</u> <u>22</u>	<u>Resultado</u> <u>Curso 2020-</u> <u>21</u>
E3	I2	Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).		ANEXO 3	ANEXO 3	ANEXO 3
I9		% de profesorado do título avaliado polo programa DOCENTIA (quinquenal)		Coordinación calidade centro		Coordinador
I10		Nº e % de profesorado que participa en programas de mobilidade	Nº	1/38	2/38	0
			%	2,63	5,26	
I11		Distribución do alumnado por centro de prácticas		ANEXO 4	ANEXO 4	ANEXO 4
I14		Resultados de inserción laboral		Ver datos no seguinte link: <a href="https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21">https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21</a>		
I15		Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A	25	23	23

**II.1.2 Resultados das enquisas de satisfacción das titulacións oficiais**

	Resultados de Participación	Satisfacción xeral por titulación	Ítems/ epígrafes mellor valorados	Ítems/ epígrafes peor valorados
Alumnado	9%	2,08	Non significativo	Non significativo
Profesorado	36%	4,44	A estruturación ou organización temporal das materias do plan de estudos. (4,92) As prácticas realizadas nas materias da titulación. (4,92)	A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado. (3,69) As aulas e o seu equipamento (3,86)
Persoas tituladas	5%	3,11	Adecuación das tarefas ao perfil profesional e formación (5,00)	Non significativo
PAS	11,8 (valor das titulacións de máster do centro)	3,03 (valor das titulacións de máster do centro)	A comunicación co alumnado. (4,00) As instalacións e o equipamento onde se desenvolven as titulacións do centro (4,00)	A dotación do PAS adscrito. (2,00) As instalacións e o equipamento onde realiza o seu traballo (2,50) As vías de participación para a mellora da calidade (2,50)

Enquisa	Organización e desenvolvemento	Información e transparencia	Sistema de garantía de calidade	Recursos humanos	Recursos materiais e servizos	Resultados de aprendizaxe
Alumnado	2,00	1,83	2,00	2,00	2,25	2,50
Persoas tituladas	2,80	3,50	2,00	2,50	3,67	3,00
Profesorado	4,62	4,61	4,36	4,00	4,18	4,58

## II.1.2 Resultados das enquisas de satisfacción das titulacións oficiais

### Informes por Titulacións Oficiais curso 2022-2023

#### Resultado da avaliación docente da titulación P04G071V01 - Grado en Comunicación Audiovisual

Titulación:	[P04G070V01] Grao en Comunicación Audiovisual				
Centro:	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
Curso:	2022/2023				
Encuestas realizadas	57	Encuestas potenciales	552	Porcentaje	10.33

Informe de Titulación									
ITEM	Titulación Cursos				Global	Centro Global	Universidade Titulación		Global
	1	2	3	4			Grao	Mestrado	
M01. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).					3.77	4.23	4.17	4.30	4.19
M02. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por máis de un/ha profesor/a).					3.21	4.20	4.05	4.26	4.09
M03. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.					3.85	4.11	3.99	4.13	4.02
P04. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.					3.08	4.06	3.97	4.11	4.00
P05. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.					3.23	4.11	3.99	4.14	4.02
P06. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.					3.59	4.24	4.17	4.23	4.18
P07. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, titorías, plataformas de docencia virtual...)					3.19	4.17	4.09	4.25	4.12
P08. As probas e as actividades para a avaliación favorecen a miña aprendizaxe.					3.06	4.04	3.98	4.08	4.00
P09. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.					3.92	4.33	4.30	4.34	4.30
P10. En xeral, estou satisfeito/a co seu labor docente					3.10	4.10	4.02	4.14	4.04
<b>GLOBAL</b>					<b>3.40</b>	<b>3.40</b>	<b>4.16</b>	<b>4.07</b>	<b>4.20</b>

Titulación:	[P04G071V01] Grao en Comunicación Audiovisual				
Centro:	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
Curso:	2022/2023				
Encuestas realizadas	408	Encuestas potenciales	1195	Porcentaje	34.14

Informe de Titulación									
ITEM	Titulación Cursos				Global	Centro Global	Universidade Titulación		Global
	1	2	3	4			Grao	Mestrado	
M01. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	4.30	4.30	4.10		4.24	4.23	4.17	4.30	4.19
M02. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por máis de un/ha profesor/a).	4.38	4.13	3.45		4.06	4.20	4.05	4.26	4.09
M03. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	4.13	4.18	3.63		3.99	4.11	3.99	4.13	4.02
P04. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	4.09	3.92	3.82		3.96	4.06	3.97	4.11	4.00
P05. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	4.15	4.00	3.96		4.05	4.11	3.99	4.14	4.02
P06. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	4.37	4.24	4.02		4.23	4.24	4.17	4.23	4.18
P07. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, titorías, plataformas de docencia virtual...)	4.23	4.26	4.01		4.16	4.17	4.09	4.25	4.12
P08. As probas e as actividades para a avaliación favorecen a miña aprendizaxe.	4.11	3.98	3.93		4.02	4.04	3.98	4.08	4.00
P09. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	4.50	4.35	4.28		4.39	4.33	4.30	4.34	4.30
P10. En xeral, estou satisfeito/a co seu labor docente	4.17	4.13	3.83		4.04	4.10	4.02	4.14	4.04
<b>GLOBAL</b>	<b>4.24</b>	<b>4.15</b>	<b>3.93</b>		<b>4.12</b>	<b>4.16</b>	<b>4.07</b>	<b>4.20</b>	<b>4.09</b>

## Resultado da avaliación docente da titulación P04G190V01 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

<b>Titulación:</b>	[P04G190V01] Grao en Publicidade e Relacións Públicas				
<b>Centro:</b>	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
<b>Curso:</b>	2022/2023				
<b>Encuestas realizadas</b>	664	<b>Encuestas potenciales</b>	3287	<b>Porcentaje</b>	20.20

Informe de Titulación										
ITEM	Titulación Cursos				Global	Centro Global	Universidade		Global	
	1	2	3	4			Titulación	Global		
							Grao	Mestrado		
M01. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	4.11	3.88	4.51	4.18	4.18	4.23	4.17	4.30	4.19	
M02. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por máis de un/ha profesor/a).	4.43	3.88	4.32	4.13	4.24	4.20	4.05	4.26	4.09	
M03. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	3.95	3.08	4.54	4.19	4.10	4.11	3.99	4.13	4.02	
P04. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	3.78		4.30	4.00	3.96	4.06	3.97	4.11	4.00	
P05. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	3.76		4.31	4.25	4.04	4.11	3.99	4.14	4.02	
P06. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	4.15		4.40	4.27	4.24	4.24	4.17	4.23	4.18	
P07. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, titorías, plataformas de docencia virtual...)	3.95		4.26	4.19	4.09	4.17	4.09	4.25	4.12	
P08. As probas e as actividades para a avaliación favorecen a miña aprendizaxe.	3.71		4.24	4.01	3.92	4.04	3.98	4.08	4.00	
P09. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	4.26		4.44	4.25	4.30	4.33	4.30	4.34	4.30	
P10. En xeral, estou satisfeito/a co seu labor docente	3.85		4.66	4.10	4.06	4.10	4.02	4.14	4.04	
<b>GLOBAL</b>	<b>3.96</b>	<b>3.71</b>	<b>4.38</b>	<b>4.16</b>	<b>4.11</b>	<b>4.16</b>	<b>4.07</b>	<b>4.20</b>	<b>4.09</b>	

## Resultado da avaliación docente da titulación P04M082V11 - Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad

<b>Titulación:</b>	[P04M082V11] Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade				
<b>Centro:</b>	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
<b>Curso:</b>	2022/2023				
<b>Encuestas realizadas</b>	209	<b>Encuestas potenciales</b>	434	<b>Porcentaje</b>	48.16

Informe de Titulación										
ITEM	Titulación Cursos				Global	Centro Global	Universidade		Global	
	1	2					Titulación	Global		
							Grao	Mestrado		
M01. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	4.04				4.04	4.23	4.17	4.30	4.19	
M02. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por máis de un/ha profesor/a).	4.05				4.05	4.20	4.05	4.26	4.09	
M03. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	4.08				4.08	4.11	3.99	4.13	4.02	
P04. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	4.04				4.04	4.06	3.97	4.11	4.00	
P05. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	4.02				4.02	4.11	3.99	4.14	4.02	
P06. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	4.11				4.11	4.24	4.17	4.23	4.18	
P07. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, titorías, plataformas de docencia virtual...)	4.15				4.15	4.17	4.09	4.25	4.12	
P08. As probas e as actividades para a avaliación favorecen a miña aprendizaxe.	4.00				4.00	4.04	3.98	4.08	4.00	
P09. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	4.12				4.12	4.33	4.30	4.34	4.30	
P10. En xeral, estou satisfeito/a co seu labor docente	4.05				4.05	4.10	4.02	4.14	4.04	
<b>GLOBAL</b>	<b>4.07</b>				<b>4.07</b>	<b>4.16</b>	<b>4.07</b>	<b>4.20</b>	<b>4.09</b>	

## Resultado da avaliación docente da titulación P04M176V01 - Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais y Creación de Contenidos Digitales

<b>Titulación:</b>	[P04M176V01] Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais				
<b>Centro:</b>	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
<b>Curso:</b>	2022/2023				
<b>Encuestas realizadas</b>	207	<b>Encuestas potenciales</b>	394	<b>Porcentaje</b>	52.54

Informe de Titulación						
ITEM	Titulación		Centro Global	Universidade		Global
	Cursos 1	2		Titulación Grao	Mestrado	
M01. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	4.41	4.41	4.23	4.17	4.30	4.19
M02. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por máis de un/ha profesor/a).	4.41	4.41	4.20	4.05	4.26	4.09
M03. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	4.47	4.47	4.11	3.99	4.13	4.02
P04. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	4.33	4.33	4.06	3.97	4.11	4.00
P05. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	4.29	4.29	4.11	3.99	4.14	4.02
P06. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	4.36	4.36	4.24	4.17	4.23	4.18
P07. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, titorías, plataformas de docencia virtual...)	4.36	4.36	4.17	4.09	4.25	4.12
P08. As probas e as actividades para a avaliación favorecen a miña aprendizaxe.	4.20	4.20	4.04	3.98	4.08	4.00
P09. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	4.41	4.41	4.33	4.30	4.34	4.30
P10. En xeral, estou satisfeito/a co seu labor docente	4.27	4.27	4.10	4.02	4.14	4.04
<b>GLOBAL</b>	<b>4.34</b>	<b>4.34</b>	<b>4.16</b>	<b>4.07</b>	<b>4.20</b>	<b>4.09</b>

### II.1.3 Indicadores (tasas y cualificacións) por títulos y materias.

#### Taxa de éxito

Relación porcentual entre o número de créditos superados polas persoas matriculadas nun curso e o número total de créditos presentados a exame en dito curso académico (os créditos recoñecidos e transferidos non están incluídos dentro dos créditos superados nin nos créditos matriculados).

#### Taxa de avaliación.

Relación porcentual entre o número de créditos presentados a exame polos/as estudantes nun curso académico e o número total de créditos matriculados en dito curso académico (os créditos recoñecidos e transferidos non están incluídos dentro dos créditos matriculados).

#### Taxa de rendemento.

Relación porcentual entre o número de créditos superados polas persoas matriculadas nun curso académico e o número total de créditos matriculados en dito curso académico (os créditos recoñecidos e transferidos non están incluídos dentro dos créditos superados nin nos créditos matriculados).

#### II.1.3.1. Tasas de éxito, avaliación y rendimientto y cualificacións de PRP (global y por materias)

Titulación: Grao en Publicidade e Relacións Públicas		
Panel de indicadores por materia		Resultado Curso 2022-23
IM01	Taxa de éxito	97%
IM02	Taxa de avaliación	95%
IM03	Taxa de rendemento	91%

#### Tasas de éxito, avaliación y rendimientto por materias

Asignatura	Tasas	2022-2023	2021-2022	2020-2021
Economía: Economía	Taxa Rendemento	90,11%	95,79%	97,17%
	Taxa Éxito	93,18%	100,00%	99,04%
	Taxa Avaliación	96,70%	95,79%	98,11%
Lingua: Linguaxe publicitaria en galego	Taxa Rendemento	94,44%	96,77%	97,67%
	Taxa Éxito	100%	100,00%	100%
	Taxa Avaliación	94,44%	96,77%	97,67%
Lingua: Linguaxe publicitaria en español	Taxa Rendemento	94,44%	94,29%	93,55%
	Taxa Éxito	100%	100,00%	96,67%
	Taxa Avaliación	94,44%	94,29%	96,77%

Comunicación: Teoría e historia da comunicación	Taxa Rendemento	71,43%	76,15%	84,96%
	Taxa Éxito	82,42%	80,58%	88,89%
	Taxa Avaliación	86,67%	94,50%	95,58%
Teoría e práctica da comunicación publicitaria	Taxa Rendemento	85,57%	87,37%	96,12%
	Taxa Éxito	87,37%	88,30%	99%
	Taxa Avaliación	97,94%	98,95%	97,09%
Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	Taxa Rendemento	93,55%	95,79%	96,26%
	Taxa Éxito	98,86%	100%	99,04%
	Taxa Avaliación	94,62%	95,79%	97,20%
Comunicación: Comunicación escrita	Taxa Rendemento	75,49%	81,25%	82,05%
	Taxa Éxito	82,82%	89,22%	82,76%
	Taxa Avaliación	91,18%	91,07%	99,15%
Empresa: Fundamentos de organización e xestión empresarial	Taxa Rendemento	93,10%	93,62%	93,88%
	Taxa Éxito	100%	100%	97,87%
	Taxa Avaliación	93,10%	93,62%	95,92%
Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida	Taxa Rendemento	76,70%	72,38%	81,13%
	Taxa Éxito	84,95%	77,55%	85,15%
	Taxa Avaliación	90,29%	93,33%	95,28%
Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade	Taxa Rendemento	93,62%	95,96%	98,13%
	Taxa Éxito	98,88%	100,00%	99,06%
	Taxa Avaliación	94,68%	95,96%	99,07%
Teoría e práctica das relacións públicas	Taxa Rendemento	91,67%	94,00%	96,36%
	Taxa Éxito	95,65%	98,95%	98,15%
	Taxa Avaliación	95,83%	95,00%	98,18%
Administración pública e análise estatística	Taxa Rendemento	98,97%	96,04%	98,95%
	Taxa Éxito	100%	100,00%	98,95%
	Taxa Avaliación	98,97%	96,04%	100%
Empresa: Fundamentos de mercadotecnia	Taxa Rendemento	98,80%	97,83%	97,89%
	Taxa Éxito	98,80%	98,90%	97,89%
	Taxa Avaliación	100%	98,90%	100%
Comunicación: Imaxe corporativa	Taxa Rendemento	96,74%	94,79%	95%

	Taxa Éxito	97,80%	95,79%	97,94%
	Taxa Avaliación	98,91%	98,96%	97%
Creatividade publicitaria	Taxa Rendemento	95%	88,07%	85,44%
	Taxa Éxito	95,96%	89,72%	89,80%
	Taxa Avaliación	99%	98,17%	95,15%
Redacción e locución publicitaria	Taxa Rendemento	100%	98,98%	98,99%
	Taxa Éxito	100%	100,00%	100%
	Taxa Avaliación	100%	98,98%	98,99%
Teoría e práctica da fotografía publicitaria	Taxa Rendemento	98,85%	99,00%	98,88%
	Taxa Éxito	100%	99,00%	100%
	Taxa Avaliación	98,85%	100%	98,88%
Elaboración da mensaxe publicitaria	Taxa Rendemento	93,41%	89,72%	95,83%
	Taxa Éxito	94,44%	92,31%	97,87%
	Taxa Avaliación	98,90%	97,20%	97,92%
Estratexias da comunicación publicitaria	Taxa Rendemento	93,88%	80,85%	98,25%
	Taxa Éxito	97,87%	84,44%	100%
	Taxa Avaliación	95,92%	95,74%	98,25%
Estruturas e actividade da axencia publicitaria	Taxa Rendemento	96,74%	94,95%	100%
	Taxa Éxito	98,89%	95,92%	100%
	Taxa Avaliación	97,83%	98,99%	100%
Teoría e práctica da comunicación televisiva	Taxa Rendemento	96,74%	90,38%	100%
	Taxa Éxito	100%	91,26%	100%
	Taxa Avaliación	96,74%	99,04%	100%
Deontoloxía da comunicación	Taxa Rendemento	91,09%	87,76%	93,26%
	Taxa Éxito	96,84%	93,48%	96,51%
	Taxa Avaliación	94,06%	93,88%	96,63%
Métodos e técnicas de investigación de medios e audiencias	Taxa Rendemento	89,62%	85,86%	90,10%
	Taxa Éxito	95,96%	93,41%	93,81%
	Taxa Avaliación	93,40%	91,92%	96,04%
Planificación estratéxica das relacións públicas	Taxa Rendemento	95,10%	94,51%	92,16%
	Taxa Éxito	97%	98,85%	97,92%

	Taxa Avaliación	98,04%	95,60%	94,12%
Produción publicitaria impresa	Taxa Rendemento	87,25%	86,60%	90,48%
	Taxa Éxito	91,75%	91,30%	96,94%
	Taxa Avaliación	95,10%	94,85%	93,33%
Técnicas de propaganda política	Taxa Rendemento	97%	92,93%	94,74%
	Taxa Éxito	97,98%	100,00%	98,90%
	Taxa Avaliación	99%	92,93%	95,79%
Produción publicitaria en medios audiovisuais	Taxa Rendemento	93,27%	91,21%	88,42%
	Taxa Éxito	97%	97,65%	100%
	Taxa Avaliación	96,15%	93,41%	88,42%
Avaliación da eficacia publicitaria	Taxa Rendemento	97,12%	91,21%	91,18%
	Taxa Éxito	99,02%	100,00%	100%
	Taxa Avaliación	98,08%	91,21%	91,18%
Planificación e xestión de medios publicitarios	Taxa Rendemento	95,15%	89,00%	89,69%
	Taxa Éxito	98,99%	98,89%	100%
	Taxa Avaliación	96,12%	90,00%	89,69%
Técnicas de comunicación electoral e institucional	Taxa Rendemento	92,45%	91,30%	90,32%
	Taxa Éxito	94,23%	98,82%	100%
	Taxa Avaliación	98,11%	92,39%	90,32%
Técnicas de relacións públicas	Taxa Rendemento	96,12%	91,21%	90,32%
	Taxa Éxito	99%	97,65%	100%
	Taxa Avaliación	97,09%	93,41%	90,32%
Dirección de comunicación	Taxa Rendemento	93,41%	97,87%	95,15%
	Taxa Éxito	96,59%	97,87%	98%
	Taxa Avaliación	96,70%	100,00%	97,09%
Campañas de imaxe e de relacións públicas	Taxa Rendemento	97,87%	100%	97,62%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	97,87%	100%	97,62%
Cine e publicidade	Taxa Rendemento	89,66%	92,11%	95,24%
	Taxa Éxito	96,30%	94,59%	97,56%
	Taxa Avaliación	93,10%	94,59%	97,62%

Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios	Taxa Rendemento	97,83%	100%	97,67%
	Taxa Éxito	100%	100%	97,67%
	Taxa Avaliación	97,83%	100%	100%
Comunicación de crise	Taxa Rendemento	100%	97,44%	95,24%
	Taxa Éxito	100%	100,00%	95,24%
	Taxa Avaliación	100%	97,44%	100%
Opinión pública	Taxa Rendemento	92,86%	100%	90,32%
	Taxa Éxito	100%	100%	93,33%
	Taxa Avaliación	92,86%	100%	96,77%
Publicidade, artes gráficas e tipografía	Taxa Rendemento	100%	100%	100%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	100%
Publicidade internacional	Taxa Rendemento	93,88%	94,29%	95,12%
	Taxa Éxito	100%	97,06%	97,50%
	Taxa Avaliación	93,88%	97,14%	97,56%
Relacions públicas e comunicación solidaria	Taxa Rendemento	100%	100%	100%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	100%
Relacións públicas e protocolo	Taxa Rendemento	100%	100%	95,24%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,24%
Teoría e técnica da comunicación radiofónica	Taxa Rendemento	100%	100%	88,46%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	88,46%
Produción publicitaria na web e multimedia	Taxa Rendemento	98,91%	97,89%	98,99%
	Taxa Éxito	100%	98,94%	100%
	Taxa Avaliación	98,91%	98,95%	98,99%
Prácticas externas: Proxecto práctico profesional	Taxa Rendemento	100%	96,94%	97,03%
	Taxa Éxito	100%	100,00%	100%
	Taxa Avaliación	100%	96,94%	97,03%
	Taxa Rendemento	100%	100%	100%

Obradoiro de prácticas profesionais (seminario de experiencias profesionais)	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	100%
Traballo de Fin de Grao	Taxa Rendemento	65,12%	71,22%	66,90%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	65,12%	71,22%	66,99%

### Informe de cualificacións PRP por materias

Asignatura		Sexo	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH
G190301	Administración pública e análise estatística	Home			2	11	2	
		Muller	1		10	34	35	2
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>12</b>	<b>45</b>	<b>37</b>	<b>2</b>
G190203	Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida	Home	6	4	14			
		Muller	4	10	48	15		2
		<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>62</b>	<b>15</b>		<b>2</b>
G190302	Empresa: Fundamentos de mercadotecnia	Home		1	5	9		
		Muller			15	46	6	1
		<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>20</b>	<b>55</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
G190202	Empresa: Fundamentos de organización e xestión empresarial	Home	3		4	11	1	
		Muller	3		5	45	11	4
		<b>Total</b>	<b>6</b>		<b>9</b>	<b>56</b>	<b>12</b>	<b>4</b>
G190101	Economía: Economía	Home	1	2	11	6		
		Muller	2	4	35	21	8	1
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>46</b>	<b>27</b>	<b>8</b>	<b>1</b>
G190102	Lingua: Linguaxe publicitaria en galego	Home			7	3		
		Muller	2		6	14	3	1
		<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>13</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
G190201	Comunicación: Comunicación escrita	Home	6	3	10	5		
		Muller	3	13	37	23		2
		<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>47</b>	<b>28</b>		<b>2</b>
G190104	Comunicación: Teoría e historia da comunicación	Home	7	5	10	3		
		Muller	7	11	32	26		4
		<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>42</b>	<b>29</b>		<b>4</b>
G190910	Teoría e técnica da comunicación radiofónica	Home			2	2		
		Muller			4	5	1	
		<b>Total</b>			<b>6</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	
G190501	Deontoloxía da comunicación	Home	1	2	6	16	1	3
		Muller	5	1	25	28	1	12
		<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>31</b>	<b>44</b>	<b>2</b>	<b>15</b>
G190905	Opinión pública	Home			2	3		
		Muller	1		2	5	1	
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	

G190105	Teoría e práctica da comunicación publicitaria	Home		6	10	4		
		Muller	2	6	32	36	1	
		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>42</b>	<b>40</b>	<b>1</b>	
G190405	Teoría e práctica da comunicación televisiva	Home	1		5	10		
		Muller	2		17	53	4	
		<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>22</b>	<b>63</b>	<b>4</b>	
G190305	Teoría e práctica da fotografía publicitaria	Home			2	8	1	1
		Muller	1		6	52	13	3
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>8</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>4</b>
G190106	Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	Home	3		5	12		1
		Muller	2	1	10	53	5	1
		<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>65</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
G190204	Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade	Home	2	1	9	6	3	
		Muller	3		25	21	21	3
		<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>34</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>3</b>
G190304	Creatividade publicitaria	Home		1	14	3	1	
		Muller	1	3	43	34		
		<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>57</b>	<b>37</b>	<b>1</b>	
G190401	Elaboración da mensaxe publicitaria	Home		2	4	10		
		Muller	1	3	25	46		
		<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>29</b>	<b>56</b>		
G190906	Publicidade, artes gráficas e tipografía	Home			1	4		1
		Muller			13	20	1	
		<b>Total</b>			<b>14</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
G190402	Estratexias da comunicación publicitaria	Home	1	1	5	8		
		Muller	3	1	13	65		1
		<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>73</b>		<b>1</b>
G190403	Estruturas e actividade da axencia publicitaria	Home			5	9	1	1
		Muller	2	1	6	63	1	3
		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>72</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
G190601	Avaliación da eficacia publicitaria	Home	1		4	15	2	5
		Muller	1	1	10	42	14	9
		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>57</b>	<b>16</b>	<b>14</b>
G190907	Publicidade internacional	Home	2			4	3	1
		Muller	1		3	21	13	1
		<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>2</b>
G190502	Métodos e técnicas de investigación de medios e audiencias	Home	2	3	14	6	2	3
		Muller	5	1	36	27		7
		<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>50</b>	<b>33</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
G190602	Planificación e xestión de medios publicitarios	Home	2	1	9	13	4	2
		Muller	2		16	38	11	5
		<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>51</b>	<b>15</b>	<b>7</b>
G190903	Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios	Home	1		2	3		2
		Muller			9	24	3	2
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>11</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
G190902	Cine e publicidade	Home			4	2	2	
		Muller	2	1	6	12		

		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	
G190504	Producción publicitaria en medios audiovisuais	Home	2	1	9	15	1	3
		Muller	2	2	10	49		10
		<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>13</b>
G190505	Producción publicitaria impresa	Home	3	5	16	3	1	2
		Muller	2	3	38	21		8
		<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>54</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
G190801	Producción publicitaria na web e multimedia	Home			11	5	1	2
		Muller	1		21	43	4	4
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>32</b>	<b>48</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
G190404	Redacción e locución publicitaria	Home			5	8		2
		Muller			20	57		
		<b>Total</b>			<b>25</b>	<b>65</b>		<b>2</b>
G190901	Campañas de imaxe e de relacións públicas	Home	1		2	4	2	
		Muller			4	26	5	3
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>6</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>3</b>
G190904	Comunicación de crise	Home			2	2	2	
		Muller			6	17	9	3
		<b>Total</b>			<b>8</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>3</b>
G190701	Dirección de comunicación	Home	2	2	10	6		
		Muller	1	1	27	41	1	
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>37</b>	<b>47</b>	<b>1</b>	
G190303	Comunicación: Imaxe corporativa	Home	1		6	8	1	
		Muller		2	24	43	3	4
		<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>51</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
G190503	Planificación estratéxica das relacións públicas	Home	1	2	14	11		1
		Muller	1	1	17	45		9
		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>31</b>	<b>56</b>		<b>10</b>
G190908	Relacións públicas e comunicación solidaria	Home			4	1		
		Muller			18	13	2	4
		<b>Total</b>			<b>22</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
G190909	Relacións públicas e protocolo	Home			1	7		
		Muller			6	24	5	
		<b>Total</b>			<b>7</b>	<b>31</b>	<b>5</b>	
G190603	Técnicas de comunicación electoral e institucional	Home		1	13	14		
		Muller	2	5	19	45	1	6
		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>32</b>	<b>59</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
G190506	Técnicas de propaganda política	Home		1	12	13	3	1
		Muller	1	1	22	33	4	9
		<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>46</b>	<b>7</b>	<b>10</b>
G190604	Técnicas de relacións públicas	Home	2		7	11	9	
		Muller	1	1	10	33	21	8
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>44</b>	<b>30</b>	<b>8</b>
G190205	Teoría e práctica das relacións públicas	Home	2	2	14	3		
		Muller	2	2	36	26	6	3
		<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>50</b>	<b>29</b>	<b>6</b>	<b>3</b>
G190103	Língua: Linguaxe publicitaria en español	Home	1		4	4		

		Muller	2	13	23	6	1
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>27</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
G190991	Traballo de Fin de Grao	Home	15	2	8	3	
		Muller	30	16	38	16	1
		<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>18</b>	<b>46</b>	<b>19</b>	<b>1</b>
G190981	Prácticas externas: Proxecto práctico profesional	Home			2	15	
		Muller		2	4	62	
		<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>6</b>	<b>77</b>	
G190982	Obradoiro de prácticas profesionais (seminario de experiencias profesionais)	Muller		1			
		<b>Total</b>		<b>1</b>			

### II.1.3.2. Tasas de éxito, avaliación y rendimento y cualificacións de CAV (global y por materias)

Titulación: Grao en Comunicación Audiovisual		
Panel de indicadores por materia		Resultado Curso 2022-23
IM01	Taxa de éxito	99%
IM02	Taxa de avaliación	94%
IM03	Taxa de rendimento	93%

### Tasas de éxito, avaliación y rendimento por materias

MATERIA	Tasas	2022-2023	2021-2022	2020-2021
<b>PO4G070</b>				
Teoría e historia da comunicación	Taxa Rendemento	Sen datos	100,00%	Sen datos
	Taxa Éxito	Sen datos	100,00%	Sen datos
	Taxa Avaliación	Sen datos	100,00%	Sen datos
Técnicas de edición dixital	Taxa Rendemento	100,00%	33,33%	93,62%
	Taxa Éxito	100,00%	33,33%	93,62%
	Taxa Avaliación	100,00%	100,00%	100,00%
Guión, produción e realización para televisión	Taxa Rendemento	100,00%	97,30%	97,62%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	97,62%
	Taxa Avaliación	100,00%	97,30%	100,00%
Narrativa audiovisual	Taxa Rendemento	100,00%	97,37%	100,00%
	Taxa Éxito	100,00%	97,37%	100,00%
	Taxa Avaliación	100,00%	100,00%	100,00%
Estratexias publicitarias e de relacións públicas para produtos audiovisuais	Taxa Rendemento	97,56%	100,00%	100,00%
	Taxa Éxito	97,56%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	100,00%	100,00%	100,00%
Técnicas de programación para televisión	Taxa Rendemento	Sen datos	90,48%	96,97%

	Taxa Éxito	Sen datos	90,48%	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	100,00%	96,97%
Guión e deseño multimedia	Taxa Rendemento	Sen datos	92,31%	78,26%
	Taxa Éxito	Sen datos	100,00%	85,71%
	Taxa Avaliación	Sen datos	92,31%	91,30%
Guión, produción e realización de ficción	Taxa Rendemento	Sen datos	100,00%	100,00%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	100,00%	100,00%	100,00%
Estrutura do sistema audiovisual	Taxa Rendemento	100,00%	100,00%	95,83%
	Taxa Éxito	Sen datos	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	100,00%	95,83%
Teoría e técnica do documental	Taxa Rendemento	Sen datos	97,56%	94,87%
	Taxa Éxito	Sen datos	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	97,56%	94,87%
Proxectos interactivos en novos medios: web	Taxa Rendemento	Sen datos	100,00%	91,67%
	Taxa Éxito	Sen datos	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	100,00%	91,67%
Propaganda en medios audiovisuais	Taxa Rendemento	97,30%	97,67%	95,92%
	Taxa Éxito	97,30%	97,67%	100,00%
	Taxa Avaliación	100,00%	100,00%	95,92%
Dirección artística e escénica	Taxa Rendemento	97,30%	98,00%	95,00%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	97,30%	98,00%	95,00%
Posproducción audiovisual	Taxa Rendemento	94,87%	93,88%	97,56%
	Taxa Éxito	100,00%	95,83%	100,00%
	Taxa Avaliación	94,87%	97,96%	97,56%
Guión, produción e realización para programas de entretemento	Taxa Rendemento	90,00%	93,10%	95,45%
	Taxa Éxito	100,00%	96,43%	100,00%
	Taxa Avaliación	90,00%	96,55%	95,45%
Crítica audiovisual	Taxa Rendemento	96,55%	90,48%	96,00%
	Taxa Éxito	100,00%	95,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	96,55%	95,24%	96,00%
Videoxogos: deseño e desenvolvemento	Taxa Rendemento	83,33%	100,00%	100,00%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	83,33%	100,00%	100,00%
Proxectos interactivos en novos medios: telefonía móbil e TDT	Taxa Rendemento	Sen datos	100,00%	92,00%
	Taxa Éxito	Sen datos	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	100,00%	92,00%
Produción e realización en novos formatos	Taxa Rendemento	97,06%	100,00%	93,33%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%

	Taxa Avaliación	97,06%	100,00%	93,33%
Redes audiovisuais en internet	Taxa Rendemento	91,43%	85,71%	88,89%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	91,43%	85,71%	88,89%
Traballo de fin de Grao	Taxa Rendemento	61,40%	73,68%	77,61%
	Taxa Éxito	97,22%	100,00%	100%
	Taxa Avaliación	63,16%	73,68%	77,61%
Prácticas externas	Taxa Rendemento	94,74%	93,33%	100,00%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	94,74%	93,33%	100,00%
Lingua: lingua española	Taxa Rendemento	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	100,00%	Sen datos	Sen datos
Socioloxía: socioloxía do cambio social e cultural	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	Sen datos
Comunicación: teorías da imaxe	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	Sen datos
Ciencia política: política, cidadanía e democracia	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	Sen datos
Dereito: dereito da comunicación	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	100,00%
Ciencia política: políticas públicas do audiovisual	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	100,00%
Teoría e historia dos xéneros audiovisuais	Taxa Rendemento	100,00%	Sen datos	97,50%
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	97,50%
	Taxa Avaliación	100,00%	Sen datos	100,00%
Animación en contornas dixitais e multimedia	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	100,00%
Documentación audiovisual	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	100,00%
Expresión sonora e estilos musicais	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	97,83%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	97,83%

Xestión de proxectos audiovisuais e interactivos	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	97,83%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	97,83%
Comunicación radiofónica	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	100,00%
Teoría e técnica cinematográfica	Taxa Rendemento	Sen datos	Sen datos	94,00%
	Taxa Éxito	Sen datos	Sen datos	100,00%
	Taxa Avaliación	Sen datos	Sen datos	94,00%
<b>PO4 G071</b>				
Lingua española: expresión textual e visual	Taxa Rendemento	93,02%	97,78%	95,92%
	Taxa Éxito	100,00%	97,78%	100,00%
	Taxa Avaliación	93,02%	100,00%	95,92%
Socioloxía: socioloxía da comunicación	Taxa Rendemento	77,55%	84,44%	91,49%
	Taxa Éxito	84,44%	84,44%	95,56%
	Taxa Avaliación	91,84%	100,00%	95,74%
Comunicación: teoría e técnica da imaxe	Taxa Rendemento	93,33%	97,44%	97,78%
	Taxa Éxito	97,67%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	95,56%	97,44%	97,78%
Comunicación: comunicación escrita	Taxa Rendemento	91,84%	86,36%	97,92%
	Taxa Éxito	100,00%	88,37%	100,00%
	Taxa Avaliación	91,84%	97,73%	97,92%
Teoría e técnica da fotografía	Taxa Rendemento	91,67%	97,67%	94,00%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	91,67%	97,67%	94,00%
Comunicación: teoría e historia da comunicación	Taxa Rendemento	90,70%	95,45%	95,74%
	Taxa Éxito	97,50%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	93,02%	95,45%	95,74%
Comunicación: documentación audiovisual	Taxa Rendemento	90,91%	95,45%	95,74%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	90,91%	95,45%	95,74%
Comunicación: tecnoloxía dos medios audiovisuais	Taxa Rendemento	93,02%	97,44%	88,89%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	97,56%
	Taxa Avaliación	93,02%	97,44%	91,11%
Teoría e técnica cinematográfica	Taxa Rendemento	87,23%	97,83%	100,00%
	Taxa Éxito	93,18%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	93,62%	97,83%	100,00%
Comunicación radiofónica	Taxa Rendemento	93,62%	95,45%	95,92%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	93,62%	95,45%	95,92%

Lingua: lingua galega	Taxa Rendemento	100,00%	100,00%	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	Sen datos
	Taxa Avaliación	100,00%	100,00%	Sen datos
Empresa: dirección e xestión de empresas audiovisuais	Taxa Rendemento	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	100,00%	100,00%	100,00%
Xéneros cinematográficos	Taxa Rendemento	95,00%	97,73%	Sen datos
	Taxa Éxito	97,44%	97,73%	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,50%	100,00%	Sen datos
Teoría e técnica da montaxe	Taxa Rendemento	90,24%	95,45%	Sen datos
	Taxa Éxito	97,37%	97,67%	Sen datos
	Taxa Avaliación	92,68%	97,73%	Sen datos
Dirección de fotografía	Taxa Rendemento	97,30%	97,87%	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,30%	97,87%	Sen datos
Empresa: marketing de produtos audiovisuais e multimedia	Taxa Rendemento	92,11%	94,87%	97,50%
	Taxa Éxito	97,22%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	94,74%	94,87%	97,50%
Narrativa audiovisual	Taxa Rendemento	90,24%	97,73%	100,00%
	Taxa Éxito	92,50%	100,00%	100,00%
	Taxa Avaliación	97,56%	97,73%	100,00%
Expresión sonora	Taxa Rendemento	93,94%	96,00%	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	97,76%	Sen datos
	Taxa Avaliación	93,94%	98,00%	Sen datos
Guión audiovisual	Taxa Rendemento	95,24%	95,45%	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	97,67%	Sen datos
	Taxa Avaliación	95,24%	97,73%	Sen datos
Deseño e desenvolvemento de produtos interactivos	Taxa Rendemento	95,12%	95,45%	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	100,00%	Sen datos
	Taxa Avaliación	95,12%	95,45%	Sen datos
Cine de non ficción	Taxa Rendemento	97,62%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,62%	Sen datos	Sen datos
Posproducción I	Taxa Rendemento	97,87%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,87%	Sen datos	Sen datos
Realización audiovisual	Taxa Rendemento	97,62%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,62%	Sen datos	Sen datos
Dirección artística	Taxa Rendemento	97,06%	Sen datos	Sen datos

	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,06%	Sen datos	Sen datos
Deseño dixital: Expresión gráfica e motion graphics	Taxa Rendemento	96,15%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	96,15%	Sen datos	Sen datos
Creatividade publicitaria audiovisual	Taxa Rendemento	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	100,00%	Sen datos	Sen datos
Guión e deseño transmedia	Taxa Rendemento	97,56%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,56%	Sen datos	Sen datos
Programación para produtos audiovisuais	Taxa Rendemento	95,12%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	97,50%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	97,56%	Sen datos	Sen datos
Dirección escénica	Taxa Rendemento	96,55%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	96,55%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	100,00%	Sen datos	Sen datos
Contornas visuais en comunicación	Taxa Rendemento	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Éxito	100,00%	Sen datos	Sen datos
	Taxa Avaliación	100,00%	Sen datos	Sen datos

### Informe de cualificacións CAV por materias

Asignatura		Sexo	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH
G070305	Teoría e historia dos xéneros audiovisuais	Muller			1			
		<b>Total</b>			<b>1</b>			
G070304	Técnicas de edición dixital	Muller			2			
		<b>Total</b>			<b>2</b>			
G070502	Guión, produción e realización para televisión	Muller			1			
		<b>Total</b>			<b>1</b>			
G070503	Narrativa audiovisual	Muller			1			
		<b>Total</b>			<b>1</b>			
G070703	Propaganda en medios audiovisuais	Home		1	7	2	1	
		Muller			6	14	5	1
		<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
G070701	Dirección artística e escénica	Home	1		2	4	4	
		Muller			1	8	15	2
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3</b>	<b>12</b>	<b>19</b>	<b>2</b>
G070702	Posproducción audiovisual	Home	1		8	3		
		Muller	1		16	9		1
		<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>24</b>	<b>12</b>		<b>1</b>
G070906	Guión, produción e realización para programas de entretemento	Home	1		1	1		
		Muller				5	1	1

		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
G070905	Crítica audiovisual	Home	1		5	2		1
		Muller			11	7	2	
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>16</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
G070908	Videoxogos: Deseño e desenvolvemento	Home	1		1			
		Muller			2	1	1	
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	
G070909	Produción e realización en novos formatos	Home	1			5	4	
		Muller			1	13	8	2
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>2</b>
G070910	Redes audiovisuais en internet	Home	1		3	5	1	
		Muller	2		5	15	2	1
		<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>8</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
G070991	Traballo de Fin de Grao	Home	9	1	4	3	4	1
		Muller	12		5	9	9	
		<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>1</b>
G070982	Prácticas externas	Home	1			2	9	
		Muller	1			7	18	
		<b>Total</b>	<b>2</b>			<b>9</b>	<b>27</b>	
G071101	Lingua Española: Expresión textual e visual	Home	1		6	13	2	
		Muller	2		3	13	1	2
		<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>9</b>	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
G071102	Socioloxía: Socioloxía da comunicación	Home	2	6	10	7		
		Muller	2	1	11	10		
		<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>21</b>	<b>17</b>		
G071103	Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	Home	1		6	16		1
		Muller	1	1		14	4	1
		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
G071104	Comunicación: Comunicación escrita	Home	2		5	16		
		Muller	2		4	18		2
		<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>9</b>	<b>34</b>		<b>2</b>
G071105	Teoría e técnica da fotografía	Home	3		8	11	4	
		Muller	1		3	11	5	2
		<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>11</b>	<b>22</b>	<b>9</b>	<b>2</b>
G071106	Comunicación: Teoría e historia da comunicación	Home	2	1	4	13	4	
		Muller	1		2	9	6	1
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>1</b>
G071107	Comunicación: Documentación audiovisual	Home	3		7	13	1	1
		Muller	1		1	16		1
		<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>29</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
G071108	Comunicación: Tecnoloxía dos medios audiovisuais	Home	2		8	11	4	
		Muller	1		3	8	5	1
		<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>11</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>1</b>
G071109	Teoría e técnica cinematográfica	Home	2	3	9	10	1	1
		Muller	1		3	16		1
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
G071110	Comunicación radiofónica	Home	2		16	8		

		Muller	1		6	14		
		<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>22</b>	<b>22</b>		
G071201	Lingua: Lingua galega	Home			3	9	4	
		Muller			2	8	9	1
		<b>Total</b>			<b>5</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>1</b>
G071202	Empresa: Dirección e xestión de empresas audiovisuais	Home			2	11	4	
		Muller			1	13	4	1
		<b>Total</b>			<b>3</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>1</b>
G071203	Xéneros cinematográficos	Home	1	1	7	10	1	
		Muller			7	10	2	1
		<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
G071204	Teoría e técnica da montaxe	Home	3	1	4	7	4	2
		Muller			3	16	1	
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
G071205	Dirección de fotografía	Home	1		5	8	3	1
		Muller			3	13	3	
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>8</b>	<b>21</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
G071206	Empresa: Marketing de produtos audiovisuais e multimedia	Home	2	1	4	9	3	
		Muller			5	12	1	1
		<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
G071207	Narrativa audiovisual	Home	1	2	1	12	4	
		Muller		1	3	12	4	1
		<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>1</b>
G071208	Expresión sonora	Home	2		1	8	2	
		Muller			4	10	5	1
		<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>5</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>1</b>
G071209	Guión audiovisual	Home	2		1	15	2	
		Muller				17	4	1
		<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>1</b>	<b>32</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
G071210	Deseño e desenvolvemento de produtos interactivos	Home	2		1	13	3	
		Muller			3	12	5	2
		<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>4</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
G071301	Cine de non ficción	Home	1		6	9	2	1
		Muller			5	13	4	1
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>11</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
G071302	Posproducción I	Home			10	11		
		Muller	1		18	7		
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>28</b>	<b>18</b>		
G071303	Realización audiovisual	Home			7	11		1
		Muller	1		8	9	3	2
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>15</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
G071304	Estratexias publicitarias para produtos audiovisuais	Home			3	14	1	
		Muller		1	6	15		1
		<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
G071305	Dirección artística	Home			4	6	3	
		Muller	1		1	10	7	2
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>5</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>2</b>

G071306	Deseño dixital: Expresión gráfica e motion graphics	Home			5	6	2	1
		Muller	1			5	5	1
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>5</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
G071307	Creatividade publicitaria audiovisual	Home			4	3		
		Muller			1	3		
		<b>Total</b>			<b>5</b>	<b>6</b>		
G071308	Guión, produción e realización de ficción	Home			5	12		
		Muller			6	16		1
		<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>28</b>		<b>1</b>
G071309	Guión e deseño transmedia	Home			4	14		
		Muller	1		8	13		1
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>12</b>	<b>27</b>		<b>1</b>
G071310	Programación para produtos audiovisuais	Home		1	11	6		
		Muller	1		12	9		1
		<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>23</b>	<b>15</b>		<b>1</b>
G071312	Dirección escénica	Home			2	3	6	
		Muller		1	1	6	10	
		<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	
G071313	Contornas virtuais en comunicación	Home			1			
		<b>Total</b>			<b>1</b>			

### II.1.3.3. Tasas de éxito, avaliación y rendimiento y cualificacións de MDART (global y por materias)

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad		
Panel de indicadores por materia		Resultado Curso 2022-23
<b>IM01</b>	Taxa de éxito	100%
<b>IM02</b>	Taxa de avaliación	89%
<b>IM03</b>	Taxa de rendemento	89%

### Tasas de éxito, avaliación y rendimiento por materias

Materia	Taxas	2022/2023	2021/22	2020-2021
Teorías do deseño e a creatividade	Taxa Rendemento	100%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	100%	ND	100%
Dirección e xestión publicitaria	Taxa Rendemento	100%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	100%	ND	100%
Tendencias do sector	Taxa Rendemento	100%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%

	Taxa Avaliación	100%	ND	100%
Planificación estratéxica	Taxa Rendemento	93,55%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	93,55%	ND	100%
Creatividade e mensaxe publicitaria	Taxa Rendemento	100%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	100%	ND	100%
Deseño gráfico	Taxa Rendemento	96,67%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	96,67%	ND	100%
Deseño para medios dixitais	Taxa Rendemento	96,67%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	96,67%	ND	100%
Fotografía publicitaria	Taxa Rendemento	96,67%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	96,67%	ND	100%
Creación publicitaria para medios audiovisuais	Taxa Rendemento	96,67%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	96,67%	ND	100%
Deseño e produción para novas tendencias en comunicación	Taxa Rendemento	96,77%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	96,77%	ND	100%
Proxectos: creación e presentación	Taxa Rendemento	100%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	100%	ND	100%
Produción para medios gráficos	Taxa Rendemento	100%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	100%	ND	100%
Produción para medios audiovisuais	Taxa Rendemento	100%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	100%	ND	100%
Produción para medios dixitais	Taxa Rendemento	94,12%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	94,12%	ND	100%
Prácticas académicas externas	Taxa Rendemento	96%	ND	100%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	96%	ND	100%
Traballo de Fin de Máster	Taxa Rendemento	65,96%	ND	96,67%
	Taxa Éxito	100%	ND	100%
	Taxa Avaliación	65,96%	ND	96,67%

## Informe de cualificacións MDART por materias

Asignatura		Sexo	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH
M082111	Teorías do deseño e a creatividade	Home				1	4	
		Muller				5	20	
		<b>Total</b>				<b>6</b>	<b>24</b>	
M082112	Dirección e xestión publicitaria	Home				3	2	
		Muller				9	16	
		<b>Total</b>				<b>12</b>	<b>18</b>	
M082113	Tendencias do sector	Home				3	2	
		Muller			2	14	9	
		<b>Total</b>			<b>2</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	
M082114	Planificación estratéxica	Home			2	3		
		Muller	2		11	13		
		<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>13</b>	<b>16</b>		
M082115	Creatividade e mensaxe publicitaria	Home			1	3	1	
		Muller			10	7	8	
		<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	
M082116	Deseño gráfico	Home				5		
		Muller	1			20	4	
		<b>Total</b>	<b>1</b>			<b>25</b>	<b>4</b>	
M082117	Deseño para medios dixitais	Home				4	1	
		Muller	1			12	12	
		<b>Total</b>	<b>1</b>			<b>16</b>	<b>13</b>	
M082118	Fotografía publicitaria	Home					5	
		Muller	1			6	18	
		<b>Total</b>	<b>1</b>			<b>6</b>	<b>23</b>	
M082119	Creación publicitaria para medios audiovisuais	Home				5		
		Muller	1			18	6	
		<b>Total</b>	<b>1</b>			<b>23</b>	<b>6</b>	
M082211	Deseño e produción para novas tendencias en comunicación	Home			4	2		
		Muller	1		7	17		
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>11</b>	<b>19</b>		
M082212	Proxectos: creación e presentación	Home					2	
		Muller				2	16	
		<b>Total</b>				<b>2</b>	<b>18</b>	
M082213	Produción para medios gráficos	Home			1	1		
		Muller				11	2	
		<b>Total</b>			<b>1</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	
M082214	Produción para medios audiovisuais	Home					2	
		Muller					6	
		<b>Total</b>					<b>8</b>	
M082215	Produción para medios dixitais	Home			1	3		
		Muller	1		2	6	4	
		<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	
M082217	Prácticas académicas externas	Home				1	4	
		Muller	1				19	

		<b>Total</b>	<b>1</b>			<b>1</b>	<b>23</b>	
M082218	Traballo de Fin de Máster	Home	6		1	4	1	
		Muller	10		3	16	5	1
		<b>Total</b>	<b>16</b>		<b>4</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>1</b>

#### II.1.3.4. Tasas de éxito, avaliación y rendimientoy calificacións de MCONT (global y por materias)

Titulación: Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales		
Panel de indicadores por materia		Resultado Curso 2022-23
<b>IM01</b>	Taxa de éxito	100%
<b>IM02</b>	Taxa de avaliación	98%
<b>IM03</b>	Taxa de rendimientoy	98%

#### Tasas de éxito, avaliación y rendimientoy por materias

Materia	Taxas	2022-2023	2021-2022	2020-2021
Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Dirección estratéxica de comunicación dixital	Taxa Rendemento	100%	100%	100%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	100%
Estratexia de contidos	Taxa Rendemento	100%	96%	100%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	96%	100%
Comunicación de crise e reputación dixital	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais	Taxa Rendemento	100%	96%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	95,65%
	Taxa Avaliación	100%	96%	100%
Dixital Media Planning	Taxa Rendemento	100%	100%	100%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	100%
Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	95,65%

	Taxa Avaliación	100%	100%	100%
Redación para medios dixitais e redes sociais	Taxa Rendemento	100%	100%	100%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	100%
Fotografía para web e redes sociais	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Emprendemento en social media	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Deseño para medios dixitais	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Infografía e visualización de datos	Taxa Rendemento	100%	96%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	96%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes	Taxa Rendemento	100%	96%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	96%	95,65%
Prácticas profesionais 1	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Prácticas profesionais 2	Taxa Rendemento	100%	100%	95,65%
	Taxa Éxito	100%	100%	100%
	Taxa Avaliación	100%	100%	95,65%
Traballo Fin de Máster	Taxa Rendemento	85,71%	64,52%	60,87%
	Taxa Éxito	100%	100%	93,33%
	Taxa Avaliación	85,71%	64,52%	65,22%

### Informe de cualificacións MCONT por materias

Asignatura		Sexo	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH
M176101	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais	Home			3	1	2	
		Muller			1	11	4	1
		<b>Total</b>			<b>4</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
M176102	Dirección estratéxica de comunicación dixital	Home				4	2	
		Muller				8	9	
		<b>Total</b>				<b>12</b>	<b>11</b>	
M176103	Estratexia de contidos	Home			2	3	1	
		Muller			1	6	9	1

		<b>Total</b>			<b>3</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>1</b>
M176104	Comunicación de crise e reputación dixital	Home			2	2	2	
		Muller			2	8	7	
		<b>Total</b>			<b>4</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	
M176105	Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais	Home			1	4		1
		Muller			3	8	6	
		<b>Total</b>			<b>4</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
M176106	Dixital Media Planning	Home				3	3	
		Muller				9	8	
		<b>Total</b>				<b>12</b>	<b>11</b>	
M176107	Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS	Home			2	1	3	
		Muller			2	3	12	
		<b>Total</b>			<b>4</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	
M176108	Redación para medios dixitais e redes sociais	Home			3	2	1	
		Muller			3	11	3	
		<b>Total</b>			<b>6</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	
M176109	Fotografía para web e redes sociais	Home			2	2	2	
		Muller				5	12	
		<b>Total</b>			<b>2</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	
M176110	Emprendemento en social media	Home			2	2	2	
		Muller			4	7	6	
		<b>Total</b>			<b>6</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	
M176201	Deseño para medios dixitais	Home			1	5		
		Muller				16	1	
		<b>Total</b>			<b>1</b>	<b>21</b>	<b>1</b>	
M176202	Infografía e visualización de datos	Home			3	3		
		Muller			10	7		
		<b>Total</b>			<b>13</b>	<b>10</b>		
M176203	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais	Home			2	3		1
		Muller			1	15	1	
		<b>Total</b>			<b>3</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
M176204	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes	Home			3	2		1
		Muller			4	10	3	
		<b>Total</b>			<b>7</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
M176206	Traballo Fin de Máster	Home	1		3	3		1
		Muller	3		2	12	3	
		<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>5</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
M176207	Prácticas profesionais 1	Home				2	4	
		Muller			4	5	8	
		<b>Total</b>			<b>4</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	
M176208	Prácticas profesionais 2	Home					5	
		Muller					16	
		<b>Total</b>					<b>21</b>	

#### II.1.4. Datos relativos a Queixas, Suxestións e Parabéns (QSP) recibidas

Tipoloxía QSP	Resultado Curso 2022-23	Resultado Curso 2021-22	Resultado Curso 2020-21
Queixas	2	20	11
Suxestións	0	3	8
Parabéns	1	1	2

A UAP non está a diferenciar o perfil das QSP en liña cos tres criterios propostos (docencia, infraestruturas e servizos) e asigna todas as QSP ao ámbito de docencia.

##### **Comentarios as QSPs recibidas:**

Durante o curso produciuse un descenso abrupto do número de queixas en relación aos cursos previos. As suxestións tamén descenden de forma moderada e os parabéns manteñen cifras similares.

## II.1.5. Estado de situación dos rexistros de calidade do sistema

Rexistros de calidade de centro					
Rexistro	Procedemento	Estado do rexistro	Data límite de entrega	Observacións	A
R1-DE01 P1 - Plan estratéxico do centro	DE-01 P1 - Planificación estratéxica	Completado	15/09/2022	Una vez validado el Plan estratégico nivel institucional, el Plan estratégico del centro (Facultad de Comunicación) está actualmente en fase borrador y listo para aprobar. Está prevista su aprobación a principios de 2023. En Febrero de 2022 se actualizó el procedimiento Programación e desenvolvemento estratéxico que supuso el inicio del proceso de desarrollo del Plan estratégico del centro con una comisión constituida ad hoc para ese fin.	0
R1-DE02 P1 - Panel de indicadores	DE-02 P1 - Seguimento e Medición	Completado	15/09/2022	El panel de indicadores DE02 lo tenemos en el marco de este procedimiento que lo incluye como anexo. No obstante, se adjunta el panel con los resultados de los últimos años.	1
R1-DE03 P1 - Informe de revisión do sistema pola dirección	DE-03 P1 - Revisión do sistema pola dirección	Completado	15/03/2022	Se adjunta el Informe de resultados anuales de las titulaciones del Centro Facultad de Comunicación para el curso 2021_22. Este informe se publica en la web del centro y es accesible a través del enlace: <a href="https://csc.uvigo.es/calidade/titulacions/informes-da-direccion/">https://csc.uvigo.es/calidade/titulacions/informes-da-direccion/</a>	1
R1-MC05 P1 - Informe de Resultados de satisfacción propios do centro/titulación	MC-05 P1 - Medición da satisfacción dos grupos de interese	Completado	15/09/2022	No procede, ya que no se ha realizado durante el curso 2021_22 ningún procedimiento o actuaciones propias diferentes a los establecidos por el Área de calidade.	0
Doc. Complementaria - Documentación complementaria	MC-05 P1 - Medición da satisfacción dos grupos de interese	Completado	15/09/2022	No procede, ya que no se ha realizado durante el curso 2021_22 ningún procedimiento o actuaciones propias diferentes a los establecidos por el Área de calidade.	0

R1-DO0201 P1 - PDA	DO-0201 P1 - Planificación e desenvolvemento da ensinanza	Completado	15/07/2022	Se adjunta el Plan Docente Anual para el curso 2021_22.	1
R2-DO0201 P1 - POD	DO-0201 P1 - Planificación e desenvolvemento da ensinanza	Completado	15/07/2022	Se adjunta el Plan de Ordenación Docente (POD) para el curso 2021_22.	1
R4-DO0201 P1 - Procedemento para o seguimento e control da docencia	DO-0201 P1 - Planificación e desenvolvemento da ensinanza	Completado	30/06/2022	Se mantiene en vigor el procedimiento interno para el seguimiento y el control de la docencia aprobado el 29/06/2017. Anexo 2 del procedimiento DO-02 Planificación e desenvolvemento da ensinanza.	1
R1- DO0202 P1 - Plan de Promoción do Centro	DO-0202 P1 - Promoción das titulacións	Completado	30/09/2022	Se adjunta el Plan de Promoción y Comunicación de las titulaciones del Centro para el curso 2021_22	1
R2- D00203 P1 - Informe final de avaliación do PAT	DO-0203 P1 - Orientación ao alumnado e atención ás necesidades específicas de apoio educativo	Completado	31/05/2022	Se adjunta el Plan de acción tutorial y de atención a las necesidades específicas de apoyo educativo PAT-ANEAE	2
R1- DO0203 P1 - Plan de acción tutorial e atención ás necesidades específicas de apoio educativo PAT-ANEAE	DO-0203 P1 - Orientación ao alumnado e atención ás necesidades específicas de apoio educativo	Completado	30/11/2022	Se adjunta el Plan de acción tutorial y de atención a las necesidades específicas de apoyo educativo de la Facultade de Comunicación	1
R1- DO0301 P1 - Verificación/Chequeo de Información Pública	DO-0301 P1 - Información pública e rendemento de contas	Completado	28/02/2022	Se adjunta el procedimiento de DO-0301 de Información Pública y rendimiento de cuentas actualizado a fecha 17/12/2020	1

R2- PE01 P1 - Identificación das necesidades de formación do PAS do centro	PE-01 P1 - Xestión do PAS	Completado	30/11/2022	Se adjunta la información proporcionada por la Área de Administración de Centros (Campus de Pontevedra)	2
R1- PE01 P1 - Identificación das necesidades ( de contratación) de PAS do centro	PE-01 P1 - Xestión do PAS	Completado	30/11/2022	Se adjunta la información proporcionada por la Área de Administración de Centros (Campus de Pontevedra)	1
R2- PE02 P1 - Informe de responsables académicos	PE 02 P1 - Xestión do persoal docente e investigador- PDI	Completado	31/03/2022	Se adjunta el último Informe diponible relativo a la última convocatoria del Programa DOCENTIA de la Universidad de Vigo, publicado el marzo de 2021	1
R3- PE02 P1 - Listaxe de accións formativas derivadas de necesidades detectadas	PE 02 P1 - Xestión do persoal docente e investigador- PDI	Completado	31/11/2021	El centro no acometió actuaciones propias para la detección de necesidades formativas del PDI.	4
R4- PE02 P1 - Ficha Programa/actividade de formación	PE 02 P1 - Xestión do persoal docente e investigador- PDI	Completado	30/11/2021	No procede	0
R1-IA01 - Listaxe de necesidades de recursos e servizos	IA01 - Xestión de recursos materiais e servizos	Completado	01/12/2022	Se adjunta la información proporcionada por la Área de Administración de Centros (Campus de Pontevedra)	1
Acta da comisión de calidade - Acta da comisión de calidade	Actas - Actas da comisión de calidade	Completado		Se adjuntan las actas del periodo comprendido entre octubre 2021 y julio 2022	4

Doc - Documentación Complementaria	Doc Complementaria - Documentación Complementaria	Completado	No procede	0
------------------------------------	---	------------	------------	---

### Listado de Registros P04G190V01 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Registro	Procedimiento	Fecha límite de entrega	Observaciones	Docs Adjuntos
R1-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a modificación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	14/01/2022	No procede. Durante el curso 2020-2021 no se ha iniciado un proceso de modificación de la memoria del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.	<u>0</u>
R2-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a acreditación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	28/01/2022	No procede. La acreditación del Grado en Comunicación Audiovisual se renovó por la ACSUG en el curso 2020_21	<u>0</u>
R1-DO0102 P1 - Informe anual de seguimento da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/03/2022	El informe de seguimiento se centraliza en el Informe de Revisión por la Dirección. Este informe se publica en la web del centro y es accesible a través del siguiente enlace: <a href="https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf">https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf</a> Se adjunta también en PDF.	<u>1</u>
R2-DO0102 P1 - Informe anual de avaliación da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. En el curso académico 20-21, el Grado en	<u>0</u>

			Comunicación Audiovisual, superó el preceptivo proceso de renovación de la acreditación.	
R3-DO0102 P1 - Informes de revisión interna	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. Esta titulación no fue sometida a un proceso de seguimiento interno por parte de la Universidad porque ya pasó un proceso de evaluación externa de Renovación de la Acreditación por la ACSUG en el curso anterior (2020_21)	<u>0</u>
R1-DO0103 P1 - Resolución de extinción dunha titulación	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R2-DO0103 P1 - Orde de suspensión e de revogación dunha titulación publicada no DOG	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R3- DO0201 P1 - Informe de Coordinación	DO-0201 P1 - Planificación e desenvolvemento da ensinanza	15/10/2022	Se adjunta el informe de coordinación del Grado en Comunicación Audiovisual	<u>1</u>
R1- DO0204 P1 - Criterios de asignación das prácticas curriculares	DO-0204 P1 - Xestión das prácticas académicas externas	15/06/2022	Se adjuntan los criterios de selección para las prácticas curriculares de CAV	<u>1</u>
R1- PE02 P1 - Resultados de avaliación docente definitivos (anuais)	PE 02 P1 - Xestión do persoal docente e investigador-PDI	30/12/2022	Se adjuntan informes de resultados de la evaluación docente 2021_22 de CAV70 y CAV71	<u>2</u>

## Listado de Registros P04G070V01 - Grado en Comunicación Audiovisual

<u>Registro</u>	<u>Procedimiento</u>	<u>Fecha límite de entrega</u>	<u>Observaciones</u>	<u>Docs Adjuntos</u>
R1-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a modificación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	14/01/2022	No procede. Durante el curso 2021-2022 no se ha iniciado ningún proceso de modificación de la memoria del Grado en Comunicación Audiovisual.	<a href="#">0</a>
R2-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a acreditación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	28/01/2022	No procede. La renovación de la acreditación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se produjo en el curso 2020_21	<a href="#">0</a>
R1-DO0102 P1 - Informe anual de seguimento da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/03/2022	El informe de seguimento se centraliza en el Informe de Revisión por la Dirección. Este informe se publica en la web del centro y es accesible a través del siguiente enlace: <a href="https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf">https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf</a> Se adjunta también en PDF.	<a href="#">1</a>
R2-DO0102 P1 - Informe anual de avaliación da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. En el curso académico 2020_21, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ya superó el preceptivo proceso de renovación de la acreditación.	<a href="#">0</a>

R3-DO0102 P1 - Informes de revisión interna	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. Esta titulación no fue sometida a un proceso de seguimento interno por parte de la Universidad porque ya pasó un proceso de evaluación externa de Renovación de la Acreditación por la ACSUG en el curso anterior (2020_21)	<u>0</u>
R1-DO0103 P1 - Resolución de extinción dunha titulación	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R2-DO0103 P1 - Orde de suspensión e de revogación dunha titulación publicada no DOG	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R3- DO0201 P1 - Informe de Coordinación	DO-0201 P1 - Planificación e desenvolvemento da ensinanza	15/10/2022	Se adjunta el informe de coordinación 2021_22 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	<u>1</u>
R1- DO0204 P1 - Criterios de asignación das prácticas curriculares	DO-0204 P1 - Xestión das prácticas académicas externas	15/06/2022	Se adjuntan los criterios de selección para las prácticas curriculares de PRP	<u>1</u>
R1- PE02 P1 - Resultados de avaliación docente definitivos (anuais)	PE 02 P1 - Xestión do persoal docente e investigador-PDI	30/12/2022	Se adjuntan informes de resultados de la evaluación docente 2021_22 de PRP	<u>2</u>

## Listado de Registros P04M082V01 - Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad

<u>Registro</u>	<u>Procedimiento</u>	<u>Fecha límite de entrega</u>	<u>Observaciones</u>	<u>Docs Adjuntos</u>
R1-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a modificación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	14/01/2022	No procede. Durante el curso 2021-2022 no se ha iniciado ningún proceso de modificación de la memoria del Máster en Dirección de Arte	<u>0</u>
R2-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a acreditación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	28/01/2022	No procede. Durante el curso 2021-2022 no se ha iniciado ningún proceso de acreditación del Máster en Dirección de Arte.	<u>0</u>
R1-DO0102 P1 - Informe anual de seguimento da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/03/2022	El informe de seguimiento se centraliza en el Informe de Revisión por la Dirección. Este informe se publica en la web del centro y es accesible a través del siguiente enlace: <a href="https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf">https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf</a> Se adjunta también en PDF.	<u>1</u>
R2-DO0102 P1 - Informe anual de avaliación da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. De acuerdo con RD 822/2021 el Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade pasará el preceptivo proceso de renovación de la acreditación en 2025.	<u>0</u>

R3-DO0102 P1 - Informes de revisión interna	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. Esta titulación no fue sometida en el curso 2021_22 a un proceso de seguimiento interno por parte de la Universidad.	<u>0</u>
R1-DO0103 P1 - Resolución de extinción dunha titulación	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R2-DO0103 P1 - Orde de suspensión e de revogación dunha titulación publicada no DOG	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R3- DO0201 P1 - Informe de Coordinación	DO-0201 P1 - Planificación e desenvolvemento da ensinanza	15/10/2022	Se adjunta el informe de coordinación del Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad.	<u>1</u>
R1- DO0204 P1 - Criterios de asignación das prácticas curriculares	DO-0204 P1 - Xestión das prácticas académicas externas	15/06/2022	Se adjuntan los criterios de selección para las prácticas curriculares del Máster	<u>1</u>
R1- PE02 P1 - Resultados de avaliación docente definitivos (anuais)	PE 02 P1 - Xestión do persoal docente e investigador-PDI	30/12/2022	Se adjuntan informes de resultados de la evaluación docente 2021_22 del Máster	<u>2</u>

## Listado de Registros P04M176V01 - Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales

<u>Registro</u>	<u>Procedimiento</u>	<u>Fecha límite de entrega</u>	<u>Observaciones</u>	<u>Docs Adjuntos</u>
R1-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a modificación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	14/01/2022	No procede. Durante el curso 2021-2022 no se ha iniciado ningún proceso de modificación de la memoria del Máster en Comunicación en medios sociales y creación de contenidos digitales.	<u>0</u>
R2-DO0101 P1 - Acta da Comisión de calidade sobre a acreditación dunha titulación	DO-0101 P1 - Deseño, verificación, modificación e acreditación das titulacións oficiais	28/01/2022	No procede. Durante el curso 2021-2022 no se ha iniciado ningún proceso de acreditación del Máster en Comunicación en medios sociales y creación de contenidos digitales. Tendrá un seguimiento externo de la ACSUG en 2023.	<u>0</u>
R1-DO0102 P1 - Informe anual de seguimento da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/03/2022	El informe de seguimiento se centraliza en el Informe de Revisión por la Dirección. Este informe se publica en la web del centro y es accesible a través del siguiente enlace: <a href="https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf">https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf</a> Se adjunta también en PDF.	<u>1</u>

R2-DO0102 P1 - Informe anual de avaliación da titulación	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. De acordo con RD 822/2021 el Máster Universitario en Dirección Pública pasará el preceptivo proceso de renovación de la acreditación en 2024.	<u>0</u>
R3-DO0102 P1 - Informes de revisión interna	DO-0102 P1 - Seguimento e mellora das titulacións	15/11/2022	No procede. Esta titulación no fue sometida a un proceso de seguimiento interno por parte de la Universidad durante el curso 2021_22.	<u>0</u>
R1-DO0103 P1 - Resolución de extinción dunha titulación	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R2-DO0103 P1 - Orde de suspensión e de revogación dunha titulación publicada no DOG	DO-0103 P1 - Suspensión e extinción dunha titulación	30/11/2021	No procede	<u>0</u>
R3- DO0201 P1 - Informe de Coordinación	DO-0201 P1 - Planificación e desenvolvemento da ensinanza	15/10/2022	Se adjunta el informe de coordinación del Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales.	<u>1</u>
R1- DO0204 P1 - Criterios de asignación das prácticas curriculares	DO-0204 P1 - Xestión das prácticas académicas externas	15/06/2022	Se adjuntan los criterios de selección para las prácticas curriculares del Máster.	<u>1</u>
R1- PE02 P1 - Resultados de avaliación docente definitivos (anuais)	PE 02 P1 - Xestión do persoal docente e investigador-PDI	30/12/2022	Se adjuntan informes de resultados de la evaluación docente 2021_22 del Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales.	<u>2</u>

### III. ANÁLISE DE RESULTADOS DAS TITULACIÓNS DO CENTRO. SEGUIMIENTO DAS TITULACIÓNS

## Seguimento da titulación de Grao en Publicidade e Relacións Públicas

#### CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN E DESENVOLVEMENTO

*Estándar: o programa formativo está actualizado e tense implantado de acordo ás condicións establecidas na memoria verificada. Analizar e valorar si o desenvolvemento do plan de estudos realizouse conforme á memoria verificada e non se produciron incidencias graves, o que permitiu unha correcta adquisición das competencias por parte do alumnado*

##### Reflexión/comentarios que Xustifiquen a valoración:

O **interese académico do título** mantense e mesmo incrementa ao longo dos anos. A alta demanda do título demóstrase cos datos de ocupación do mesmo, sempre ao 100%, en 2020/2021 foi de 109%, y en 2021/2022 de 106% mostrando una preferencia do 195%. Desta forma, confirmamos que existe unha demanda estable para este Grao que, ademais, posicionouse como un título actual.

O **grao de satisfacción dos estudantes** que están a cursar o Grao, en una escala sobre cinco, sitúanse no curso 2021/2022 en 2,29 ligeramente inferior a anos anteriores (3,00 en 2017/2018; 3,17 en 2018/2019; 3,02 en 2019/2020; e 2,83 en 2020/2021) debido probablemente a las actuales necesidades del mercado y a la necesidade de actualización do plan de estudos da que se falará máis adiante. Neste aspecto o **Grao de satisfacción do estudiantado coa actividade docente do profesorado** según a Enquisas de avaliación docente se sitúa en un 4,06 calculada sobre 5.

Os novos requisitos da disciplina aténdense claramente nos contidos deseñados e este extremo confirmase no relativo ao perfil formativo dos egresados en Publicidade e Relacións Públicas, que mantivo, durante estes anos, a súa relevancia. Iso dedúcese da valoración recollida cada ano a través da enquisa realizada ao alumnado que deixou as aulas e cuxo resultado se envorca nos informes de satisfacción. O índice global de **satisfacción das persoas tituladas** tendo en conta que a puntuación máxima é 5, e superior a la media moi similar os últimos cursos académicos: 3,40 o curso 2017/18, 3,09 o curso 2018/19, 3,15 o curso 2019/20 e 3,51 o curso 2020/2021, 3,15 no curso 2021/2022 y 2,84 no curso 2022/2023.

Se analizamos a puntuación por bloques os resultados son moi similares na maioría deles, pero reciben unha especial valoración o Bloque 1, referido á **Organización e desenvolvemento**, un 3,15 no curso 2019/20, un 2,87 no curso 2020/2021, 2,89 no 2022/2023.

Pero non só estes informes de satisfacción avalan o perfil formativo dos egresados no Grao de Publicidade e Relacións Públicas da Universidade de Vigo, tamén o avala o último Estudo sobre a **inserción laboral dos titulados no Sistema Universitario de Galicia 2013/2014** realizado pola ACSUG, con alumnos matriculados no curso 2013/14, e publicado recentemente onde se recolle que o 87,18%

dos alumnos titulados en Publicidade e Relacións Públicas traballa actualmente, de media tardaron 8 meses en atopar o seu primeiro traballo, onde o 91,18% fano por conta allea, cun contrato indefinido o 48% e cun salario neto medio de mensual de 1.129,41 euros. Ademais, o 82,6% desenvolven no seu traballo funcións específicas da súa titulación e o 96,43% aseguran que volverían cursar a súa titulación na mesma universidade, reflectindo así o alto grao de satisfacción co itinerario académico destes estudos de grao.

A desagregación dos datos da inserción laboral por titulación pódese consultar na web da ACSUG: <http://www.acsug.es/gl/node/5104>. Por outra banda los datos aportados por la Axencia para a Calidade do Sistema Universitario de Galicia (ACSUG) en su estudio de inserción laboral, indican que el 87,18% de los titulados del Grao se encontraban empleados en el año 2015 (últimos datos disponibles) y el 79,49% del total lo hacían en puestos directamente relacionados con sus estudios. Con una media de 8,2 meses en encontrar el primer empleo desde que se terminaron los estudios y con un 64,10% de éxito en la primera búsqueda, se trasluce una correcta orientación de los estudios a la demanda laboral. A este respecto, también debemos destacar que un 41,18% de los egresados empleados desarrollan su trabajo en Pontevedra, un 14,71% en la Coruña y un 38,24% lo hacen fuera de España. (ver <https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21>)

En relación con Informe emitido o 22 de xuño de 2021 por la ACSUG relativo a Avaliación para a Renovación da Acreditación do título de Grao en Publicidade e Relacións Públicas, onde sinalou da necesidade;

- por una banda da **actualización das competencias**, se confirma que as competencias xa han sido modificadas,
- por outra da necesidade de iniciar o proceso de **modificación do plan de estudos**, a fin de garantir que os seus estudantes desenvolvan todas as competencias requiridas polos novos perfís de especialización profesional “nun mercado publicitario altamente dinámico”, incorporando como materia obrigatoria as prácticas externas e logrando un mellor equilibrio na carga de traballo entre as distintas materias. A Comisión Académica do Grao presento una nova proposta de actualización do plan de estudos, que se debatió en Consello de Goberno.

En canto ao **tamaño dos grupos**, mantívose máis ou menos estable ao longo destes cursos. A PDA do grao non sufriu grandes cambios e os tamaños medios dos grupos mantense máis ou menos estable. A razón é que o número de alumnos/as que cada ano inicia os seus estudos no grao non sufriu grandes alteracións durante os últimos cursos. O límite de prazas para o acceso en 1º mantense en 100 alumnos, e a única modificación no límite de prazas que se fixo é sobre o número de alumnos/as que poden acceder aos estudos solicitando a admisión por recoñecemento, que no curso 2019/2020 pasou de 10 a 5 e así se mantivo desde o curso 2020/2021 ata a actualidade. Esta decisión de reducir o número de prazas aprobouse por primeira vez na Comisión de Grao celebrada o 8 de febreiro de 2018 (e ratificada a Xunta de Facultade con posterioridade), e cada ano sométese a revisión, e aínda que pareza irrelevante axúdanos a manter os grupos de docencia, sobre todo a práctica, nun tamaño aceptable.

Os mecanismos de **coordinación docente** establecidos na memoria e que cada ano se desenvolven no título permiten controlar, analizar e reflexionar se realmente se cumpre o plan de estudos, evitando baleiros e duplicidades, controlando a adquisición de competencias e a evolución na aprendizaxe do alumnado. Desta forma, existen varios niveis de coordinación establecidos que funcionan en distintas

fases da planificación docente, sendo a comisión académica de Grao o punto fundamental onde se resolve e dirime calquera problema que puidese xurdir, de forma anticipada.

No relativo á **coordinación vertical**, observamos como os procesos son claros, e son moitos os docentes implicados nos mesmos en cada unha das coordinacións. En canto á **coordinación horizontal**, existen unha serie de procesos onde se consegue lograr esa coordinación, mediante la aplicación de;

**(E4) Guías docentes** (actividades formativas, metodoloxías docentes e sistemas de avaliación, por materia e curso académico)

**1. Elaboración das guías docentes.** Partindo de que a coordinación entre materias resulta imprescindible, no proceso de elaboración das guías docentes ponse o foco nese aspecto. As guías son elaboradas polos docentes, revisadas polos coordinadores de módulo, tendo sempre como referencia as fichas de cada unha das materias recollidas na memoria, e apróbanse na Comisión de Grao, tendo que ser ratificadas na Xunta de centro. Publícanse na web do centro.

**2. Planificacións das materias.** Ao comezo de cada un dos semestres desde a coordinación do título pídese aos coordinadores/as das materias (profesores das materias ou, no caso de que sexan varios docentes, ao docente que consta en **POD** como coordinador) que elaboren planificacións temporais nas que se plasman semana a semana, segundo un modelo normalizado, os temas que se desenvolven nas sesións teóricas e os contidos das prácticas programadas na aula. Esas planificacións son revisadas, en primeiro termo, polos coordinadores/as de módulo, revisando de novo posibles duplicidades de contidos e tentando distribuír a carga de traballo e o sistema de avaliación continua de forma equilibrada; sendo sometidas, finalmente, a unha segunda revisión por parte do coordinador da titulación. Todas estas planificacións son publicadas ao inicio do semestre no espazo de cada materia no campus virtual da Universidade de Vigo ([moovi.uigo.gal](http://moovi.uigo.gal)).

**3. Informes de PAT.** Cando existe algún problema relacionado co contido ou o desenvolvemento da docencia dalgunha materia, detéctase facilmente nos informes de **PAT**, que de forma puntual os titores fan ao longo do curso académico. Estas incidencias son analizadas rapidamente coa coordinación do grao, quen o traslada á Comisión para decidir como actuar en cada caso para atopar unha rápida e efectiva solución.

As **prácticas externas** están recollidas no plan de estudos como unha materia de 12 créditos ECTS. Dada a peculiaridade destes contidos formativos, cóntase cun coordinador ou coordinadora de prácticas que é membro nato da Comisión do Grao. Neste foro mantense información constante do desenvolvemento desta materia. Cada curso académico realízase unha revisión do desenvolvemento das prácticas, elabórase unha listaxe coas empresas dispoñibles e o número de prazas ofertadas, sempre tendo en conta os resultados do curso académico anterior. Debemos ter en conta que o sistema é moi eficiente no relativo á valoración e seguimento xa que se conta con informes finais do alumno ou alumna, o empregador/a e o titor/a académico, nos cales se recollen impresións e valoracións do/a estudante pero tamén unha estimación das súas habilidades realizada polo empregador/a. Non podemos perder de vista que os convenios para a realización de prácticas externas deste e todos os títulos da Universidade de Vigo son xestionados de forma institucional, centralizando a sinatura dos mesmos e xeralizando a súa xestión, de forma que a oferta se dirixa a toda a universidade e non só a uns títulos limitados. A información a este respecto pode consultarse, por tanto, de forma directa, na web da Universidade de Vigo.

As **vías de acceso** son as establecidas pola Universidade, conforme aos requisitos recolleitos no Real Decreto 69/2000, e sempre tendo en conta as notas de corte que cada ano se establecen. Así se recolle na páxina web de captación, onde, ademais da información básica do grao, tamén se informa sobre o perfil de ingreso en termos de características do estudante: “Persoas con capacidade crítica, analítica e interpretativa, con interese polas persoas e as súas relacións vinculadas á súa función na sociedade, con interese tamén pola comunicación e as súas estratexias, especialmente no ámbito publicitario”.

Anualmente, a través do Informe de Revisión pola Dirección, realízase unha análise ampla do perfil de ingreso do alumnado do Grao desde o punto de vista cuantificable. Tamén se analiza o perfil de egreso a través dos resultados académicos e da información achegada polas persoas tituladas e as entidades empregadoras no marco das enquisas de satisfacción coa titulación. Os bos datos recolleitos nestas enquisas confirman un bo desempeño profesional dos titulados, o que confirma, á súa vez, un perfil de ingreso adecuado. De feito, a taxa de éxito do título aumentou nos últimos anos, conseguindo un maior número de titulados, segundo datos do Ministerio de Ciencia e Innovación.

Todas as normativas son desenvolvidas segundo o establecido e a súa aplicación favorece a correcta evolución dos estudos de grao. Tanto a Normativa de permanencia e progreso nas titulacións oficiais de grao e máster, como a de Normativa de transferencia e recoñecemento de créditos son normativas da Universidade de Vigo que se aplican a todas as titulacións por igual, e o seu correcto desenvolvemento en cada unha das titulacións depende da Comisión de Docencia e alumnado de cada un dos centros.

O Regulamento para a realización de Traballo Fin de Grao aprobado en Consello de Goberno da Universidade de Vigo o 15 de xuño de 2016 e modificado o 13 de novembro de 2018, recolle no seu artigo 2.5 que será responsabilidade de cada centro desenvolver unha normativa interna aprobada pola Xunta de Centro para adecualo ás características propias de cada un dos títulos oficiais; así o **Regulamento para a realización do Traballo Fin de Grao** é responsabilidade do Centro e da Comisión de Grao de cada unha das titulacións así con fecha de 22 de febreiro de 2017 apróbase o Regulamento para a realización do traballo Fin de Grao da Facultade de Comunicación, que foi modificado o 23 de outubro de 2019. Neste regulamento establécese a definición e elaboración do traballo e as cuestións relacionadas coa súa tramitación administrativa, así como a titorización, o procedemento da solicitude de defensa e a avaliación do TFG dos graos que se imparten na Facultade de Comunicación.

El **regulamento para a realización do Traballo Fin de Grao** actual está vixente desde o curso 2019/2020 nel unificáronse os criterios de regulación de todos os TFG que se elaboran no centro, posibilitándose, así, o correcto funcionamento da ferramenta de xestión dos traballos habilitada pola Universidade de Vigo a través da Secretaría virtual de profesorado e alumnado e levándose a cabo todo proceso dun xeito moito máis áxil, claro e transparente. Coa posta en marcha do novo regulamento de TFG estableceuse tamén o procedemento para a tramitación dalgúns fases que ata ese momento eran longas e algo confusas, porque requirían da intervención do PAS da administración do centro. Referímonos á solicitude de cambio de titor e á solicitude de co-titorización, dous procedementos contemplados no regulamento e que son aprobados pola Comisión de Grao.

(E5) Actas das reunións da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade (ver Anexo)

(E6) Recoñecemento de créditos (E6) solicitados por o alumnado. Hay duas convocatorias, a primeira en Xulio e la segunda en Octubre.

A listaxe de estudantes que solicitaron recoñecemento de créditos son os que siguen:

SOLICITUD RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS (JULIO 2023)											
ALUMNO/A: ALICIA FERNÁNDEZ VIDAL											
GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (Universidad Complutense) / GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)											
GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (Universidad Complutense)					GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)						
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.				
<b>SOLICITUD</b>					<b>RECONOCIMIENTOS</b>						
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	6	FB		TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	6	FB					
ECONOMÍA APLICADA A LA PUBLICIDAD Y RRPP	6	FB		ECONOMÍA	6	FB					
HISTORIA DEL MUNDO ACTUAL	6	FB		HISTORIA PENSAMIENTO POLITICO CONTEMPORÁNEO	6	FB					
SOCIOLOGÍA	6	FB		ESTRUCTURA SOCIAL, CONSUMO E ESTILOS DE VIDA. SOCIOLOGÍA	6	FB					
LITERATURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	6	FB		REDACCIÓN Y LOCUCIÓN PUBLICITARIA	6	FB					
ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL	6	FB		DEONTOLOGÍA DA COMUNIACIÓN	6	FB					
DERECHO	6	FB		DEREITO DA INFORMACIÓN E DA PUBLICIDADE	6	FB					
LENGUA ESPAÑOLA	6	FB		LENGUA ESPAÑOLA	6	FB					
PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	6	FB		ESTRATEGIAS DE LA COMUNIACIÓN PUBLICITARIA	6	FB					
ARTE CONTEMPORÁNEO	6	FB		MOVIMIENTOS ARTÍSTICO CONTEMPORÁNEOS	6	FB					
TEORÍA DE LA PUBLICIDAD	6	OB	2º	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	6	OB					
HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	6	OB	2º	HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y LA PROPAGANDA	6	OB					
ESTRUCTURA Y EMPRESA DE LA PUBLICIDAD	6	OB		ESTRUCTURAS Y ACTIVIDAD DE LA AGENCIA PUBLICITARIA	6	OB					
MARKETING APLICADO A LA PUBLICIDAD	6	OB		FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	6	OB					
TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	6	OB		TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RRPP	6	OB					
GESTIÓN DE MARCA	6	OB		IMAXE CORPORATIVA	6	OB					
CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES	6	OB		FUNDAMENTOS Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	6	OB					
DOCUMENTACIÓN PUBLICITARIA	6	OP		DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA	6	OP					
FORMACIÓN BÁSICA					FORMACIÓN BÁSICA						
60					60						
OBLIGATORIOS					OBLIGATORIOS						
48					48						
TOTAL:					TOTAL:						
108					108						
<b>NON RECOÑECIDAS:</b>											
ARTE ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO	6	OP		No existe la materia de Publicidad e Industria culturais en el plan actual							
PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA DE LA COM. PUBLICITARIA	6	OB		No se corresponde con los contenidos en la materia solicitada hay una materia que es Estrategias de la Comunicación específica pero la alumna ya la ha solicitado en la FB							
OPTATIVAS					OPTATIVA						
6					6						
OBLIGATORIA					OBLIGATORIA						
6					6						
TOTAL					TOTAL						
12					12						

<b>ALUMNO/A: PAULA VEIGA TOURIÑO</b>							
<b>GRAO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UNIVERSIDAD VALLADOLID/ GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)</b>							
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
ECONOMÍA	6	FB					
COMUNICACIÓN EDUCACIÓN Y SOCIEDAD EN EL CONTEXTO	6	FB					
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	6	FB					
FUNDAMENTOS DEL MARKETING	6	FB					
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	6	FB					
TEORÍA DEL LENGUAJE	6	FB					
ARTE Y PUBLICIDAD	6	FB					
DERECHO DE LA PUBLICIDAD	6	FB					
ESTRUCTURA SOCIAL CONTEMPORÁNEA	6	FB					
PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	6	FB					
CULTURA E IDENTIDAD CORPORATIVA	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
ESTRUCTURA DEL SISTEMA PUBLICITARIO	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
FUNDAMENTOS DE LAS RRPP	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
LOS ANUNCIANTES. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
SOCIOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y DEL CONSUMO	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
TEORÍA DE LA IMAGEN	4	OP		LO QUE CONSIDERE LA COMISIÓN	6		
LENGUAJE PUBLICITARIO	6	OB		se deniega por estar incluida en el bloque de FB	6	FB	1 1c
TEORÍA E HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	12	OB		se deniega por estar incluida en el bloque de FB	6	FB	1 2C
<b>SOLICITA FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>60</b>			<b>RECONOCIDO FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>60</b>		
<b>SOLICITA OBLIGATORIA:</b>	<b>18</b>			<b>RECONOCIDO OBLIGATORIAS :</b>	<b>0</b>		
<b>SOLICITA OPTATIVAS</b>	<b>40</b>			<b>RECONOCIDAS OPTATIVAS</b>	<b>0</b>		
<b>SOLICITA TOTAL</b>	<b>118</b>			<b>TOTAL</b>	<b>60</b>		
<b>NON RECOÑECIDAS:</b>							
LENGUAJE PUBLICITARIO	6	OB		se deniega por estar incluida en el bloque de FB	6	FB	
TEORÍA E HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	12	OB		se deniega por estar incluida en el bloque de FB	6	FB	
CULTURA E IDENTIDAD CORPORATIVA	4	OP					
ESTRUCTURA DEL SISTEMA PUBLICITARIO	4	OP					
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	4	OP					
FUNDAMENTOS DE LAS RRPP	4	OP					
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	4	OP					
INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	4	OP					
LOS ANUNCIANTES. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	4	OP					
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	4	OP					
SOCIOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y DEL CONSUMO	4	OP					
TEORÍA DE LA IMAGEN	4	OP					
<b>OPTATIVAS</b>	<b>40</b>	<b>OP</b>					
<b>OBLIGATORIAS</b>	<b>18</b>	<b>OB</b>					
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>						
<b>ALUMNO/A: EREA LÓPEZ RODRÍGUEZ</b>							
<b>GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UNIVERSIDAD VALLADOLID / GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)</b>							
<b>GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UNIVERSIDAD VALLADOLID</b>				<b>GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)</b>			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
ECONOMÍA	6	FB		ECONOMÍA	6	FB	
FUNDAMENTOS DEL MARKETING	6	FB		EMPRESA FUNDAMENTOS	6	FB	
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	6	FB		COMUNICACIÓN TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	6	FB	
TEORÍA DEL LENGUAJE	6	FB		LENGUA. LENGUAJE EN ESPAÑOL	6	FB	
ARTE Y PUBLICIDAD	6	FB		COMUNICACIÓN TEORÍA Y TÉCNICA DE LA IMAGEN	6	FB	
TEORÍA E HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	12	OB		TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA PROPAGANDA Y LA PUBLICIDAD	6	FB	
SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	6	OB					
<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>30</b>			<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>36</b>		
<b>OBLIGATORIAS:</b>	<b>18</b>			<b>OBLIGATORIA :</b>	<b>0</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>			<b>TOTAL</b>	<b>36</b>		
<b>NON RECOÑECIDAS:</b>							
SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	6	OB		no se corresponde con ninguna del plan de Publicidad de Uvigo	6		
<b>OBLIGATORIAS</b>	<b>6</b>	<b>OB</b>					
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>						

ALUMNO/A: ALBA RODRÍGUEZ ABELENDA				ALUMNO/A: INÉS OVIES TESTA			
GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UNIVERSIDAD VALLADOLID/ GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)				GRAO EN EDUCACIÓN SOCIAL (UNIVERSIDAD DA CORUÑA)/ GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)			
GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (Universidad Complutense)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	6	FB		COMUNICACIÓN TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	FB	6	
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA INFORMACIÓN	6	FB		COMUNICACIÓN ESCRITA	FB	6	
FUNDAMENTOS DEL MARKETING	6	FB		MARKETING EMPRESA FUNDAMENTOS	FB	6	
COMUNICACIÓN EDUCACIÓN Y SOCIEDAD EN EL CONTEXTO	6	FB		LENGUA ESPAÑOLA	FB	6	
PRINCIPIOS DE ECONOMÍA	6	FB		ECONOMÍA	FB	6	
SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	6	OB		ADMINISTRACION PUBLICA Y ESTADISTICA	OB	6	
FORMACIÓN BÁSICA	30			FORMACIÓN BÁSICA	30		
OBLIGATORIA :	6			OBLIGATORIA :	6		
TOTAL:	36			TOTAL:	36		
NON RECOÑECIDAS:	ECTS	CAR.	SEM.				
<b>ALUMNO/A: ANDREA CAROLINA OCHOA YEPEZ</b>				<b>ALUMNO/A: ANDREA CAROLINA OCHOA YEPEZ</b>			
GRAO EN RELACIONES LABORALES (UNIVERSIDAD SANTIAGO)/ GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
GRAO EN RELACIONES LABORALES (UNIVERSIDAD SANTIAGO)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
FORMACION BASICA EN BLOQUE	54			SE LE RECONOCEN 30 CREDITOS DE FB EN BLOQUE: Economía, lengua, Teoría e historia comunicación, comunicación escrita, sociología. Las otras materias las deberá cursar por no guardar relación contenidos	30		
DINAMICA DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN EN ACCIN SOCIEDUCATIVA	6	OB		NO SE RECONOCE NINGUNA MATERIA DE LAS OBLIGATORIAS PORQUE LA COMISIÓN CONSIDERA QUE LOS CONTENIDOS NO GUARDAN NINGUNA RELACIÓN			
GENERO, IGUALDAD Y EDUCACION	6	OB					
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE INSTITUCIONES SOCIOEDUCATIVAS	6	OB					
EDUCACIÓN MULTICULTURAL	6	OB					
SERVICIOS SOCIALES Y BIENESTAR SOCIAL	6	OB					
FORMACIÓN BÁSICA	54			FORMACIÓN BÁSICA	30		
FORMACIÓN OBLIGATORIA	30			FORMACIÓN OBLIGATORIA	0		
TOTAL	30			TOTAL	30		
NON RECOÑECIDAS:	ECTS	CAR.	SEM.				
DINAMICA DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN EN ACCIN SOCIEDUCATIVA	6	OB		NO SE RECONOCE NINGUNA DE LAS MATERIAS OBLIGATORIAS QUE SOLICITA PORQUE NO GUARDAN RELACION CON EL CONTENIDO DE LAS MATRIERIAS DE PUBLICIDAD			
GENERO, IGUALDAD Y EDUCACION	6	OB					
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE INSTITUCIONES SOCIOEDUCATIVAS	6	OB					
EDUCACIÓN MULTICULTURAL	6	OB					
SERVICIOS SOCIALES Y BIENESTAR SOCIAL	6	OB					
INTERVENCIÓN EN CONTEXTOS FAMILIARES DE RIESGO	6	OB					
FORMACIÓN OBLIGATORIA	30						
TOTAL	30						
<b>ALUMNO/A: ANDREA CAROLINA OCHOA YEPEZ</b>				<b>ALUMNO/A: ANDREA CAROLINA OCHOA YEPEZ</b>			
GRAO EN RELACIONES LABORALES (UNIVERSIDAD SANTIAGO)/ GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
GRAO EN RELACIONES LABORALES (UNIVERSIDAD SANTIAGO)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
SOCIOLOGIA DEL TRABAJO	9	FB		SOCIOLOGIA	FB	6	
HISTORIA SOCIAL E DAS RELACIONES LABORALES	6	FB		COMUNICACIÓN TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	FB	6	
PLANIFICACIÓN E DISEÑO ORGANIZATIVO	6	OB		EMPRESA FUNDAMENTOS ORGANIZACIÓN Y GESTION EMPRESARIAL	FB	6	
DERECHO ADMINISTRATIVO Y ORDENAMIENTO ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	6	OB		ADMINISTRACION PUBLICA Y ANALISIS ESTADISTICO	FB	6	
DERECHO DEL TRABAJO	6	OB		NO SE RECONOCE POR NO GUARDAR RELACION con ninguna materia			
Formación Básica:	15			Formación Básica:	24		
OBLIGATORIA :	18			OBLIGATORIA :	0		
TOTAL	33			TOTAL	24		
NON RECOÑECIDAS:	ECTS	CAR.	SEM.				
DERECHO DEL TRABAJO	6	OB		NO SE RECONOCE POR NO GUARDAR RELACION con ninguna materia			
OBLIGATORIAS	6	OB					
TOTAL	6						

**SOLICITUDES RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS (OCTUBRE 2023)**

**GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (Universidad SEVILLA) / GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)**

**ALUMNO/A: ARES RODRIGUEZ PAULA**

GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (Universidad SEVILLA)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
Psicología Social de la Publicidad y las Relaciones Públicas	6	FB		Teoría y técnica de la imagen	6	FB	
<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>6</b>			<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>6</b>		
<b>OBLIGATORIOS</b>	<b>0</b>			<b>OBLIGATORIOS</b>	<b>0</b>		
<b>TOTAL:</b>	<b>6</b>			<b>TOTAL:</b>	<b>6</b>		

**GRAO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UNIVERSIDAD CÁDIZ) / GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)**

**ALUMNO/A: CORTÉS INSUA, LAURA**

GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (Universidad CÁDIZ)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	6	OB		DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	6	OB	
<b>SOLICITA FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>0</b>			<b>RECONOCIDO FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>0</b>		
<b>SOLICITA OBLIGATORIA:</b>	<b>0</b>			<b>RECONOCIDO OBLIGATORIAS :</b>	<b>0</b>		
<b>SOLICITA TOTAL</b>	<b>6</b>			<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		

**GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UNIVERSIDAD VALLADOLID) / GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)**

**ALUMNO/A: EREA LÓPEZ RODRÍGUEZ**

GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UNIVERSIDAD VALLADOLID)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
Comunicación y Educación social en el mundo digital	6	FB		Teoría e historia da Comunicación	6	FB	
<b>SOLICITA FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>6</b>			<b>SOLICITA FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>6</b>		
<b>SOLICITA OBLIGATORIA:</b>	<b>0</b>			<b>SOLICITA OBLIGATORIA:</b>	<b>0</b>		
<b>SOLICITA OPTATIVAS</b>	<b>0</b>			<b>SOLICITA OPTATIVAS</b>	<b>0</b>		
<b>SOLICITA TOTAL</b>	<b>6</b>			<b>SOLICITA TOTAL</b>	<b>6</b>		

**GRAO EN EDIÇÃO INFANTIL (UNIVERSIDAD UVIGO) GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)**

**ALUMNO/A: RIVAS PÉREZ FELIPE**

GRAO EDUCACIÓN INFANTIL (Universidad UVIGO)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
Lengua Española	6	FB		Lenguaje publicitario Español	6	FB	
Lengua Gallega	6	FB		Lenguaje publicitario Gallego	6	FB	
Sociología de la Educación	6	FB		Sociología	6	FB	
Teoría e institucións contemporáneas educación	6	FB		Teoría e historia de la Comunicación	6	FB	
Antropología	6	FB		Deontología de la Comunicación	6	OB	
<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>36</b>			<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>30</b>		
<b>OBLIGATORIA:</b>	<b>0</b>			<b>OBLIGATORIA:</b>	<b>6</b>		
<b>TOTAL:</b>	<b>36</b>			<b>TOTAL:</b>	<b>36</b>		
<b>NON RECOÑECIDAS:</b>	ECTS	CAR.	SEM.				
Antropología	6	FB		Deontología de la Comunicación	6	OB	

**GRAO EN CIENCIA POLITICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN (UNIVERSIDAD DE SANTIAGO) / GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)**

**ALUMNO/A: RODRÍGUEZ DEL VALLE, CLAUDIA**

GRAO EN CIENCIA POLITICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN (UNIV. SANTIAGO)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
Sociología	6	FB		Economía	6	FB	
Administración Pública	6	FB		Sociología	6	FB	
Economía Política	6	FB		Administración pública y Análisis Estadístico	6	OB	
<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>18</b>			<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>12</b>		
<b>FORMACIÓN OBLIGATORIA</b>	<b>0</b>			<b>FORMACIÓN OBLIGATORIA</b>	<b>6</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>			<b>TOTAL</b>	<b>18</b>		
<b>NON RECOÑECIDAS:</b>	ECTS	CAR.	SEM.				
Economía Política	6	FB		Administración pública y Análisis Estadístico	6	OB	
<b>RECOMENDACIÓN</b>							
Recomendamos solicitar Economía política y Estadística	12			por Administración pública y Análisis Estadístico dado que los contenido de esta materia abarcan			

**GRAO EN RELACIONES LABORALES (UNIVERSIDAD VALLADOLID) / GRAO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (UVIGO)**

**ALUMNO/A: VIEGA TOURIÑO, PAULA**

GRAO EN RELACIONES LABORALES (UNIVERSIDAD SANTIAGO)				GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.	MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>				<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
Fundamentos de las relaciones Públicas	4			Teoría y práctica de las Relaciones Públicas	6	OB	
Gestión de la Comunicación corporativa e institucional	4						
<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>0</b>			<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>	<b>0</b>		
<b>FORMACIÓN OBLIGATORIA</b>	<b>8</b>			<b>FORMACIÓN OBLIGATORIA</b>	<b>6</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>			<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		

**GRAO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS UVIGO**

**CONTRATO DE TRABAJO**

**ALUMNO: DÍAZ COSTAS, JOSÉ**

**POR CONTRATO DE TRABAJO**

GRAO EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS (UVigo)			
MATERIA	ECTS	CAR.	SEM.
<b>SOLICITUD</b>			
<b>RECONOCIMIENTOS</b>			
Reconocimiento de créditos por prácticas en empresa			
<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>			
<b>FORMACIÓN OBLIGATORIA</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>		
<b>NON RECOÑECIDAS:</b>	ECTS	CAR.	SEM.

No se reconoce ningún crédito por no ser computables las prácticas en empresa por materias en este grado

<p><b>Puntos débiles detectados:</b> Necesidade da posta en marcha do novo plan de estudos máis afín e acorde a las necesidades do mercado.</p>	<p><b>Accións de mellora a implantar:</b> Acordar con el equipo rectoral la aprobación do nuevo plan de estudos elaborado e propuesto por la Comisión e aprobado en Xunta de Facultade.</p>
<p><b>Evidencias nas que basea a valoración:</b> E1: Memoria vixente do título. E2: Informes de verificación, modificación, seguimento e renovación da acreditación do título, incluíndo os plans de mellora. E3: Perfil de ingreso do alumnado(grao). E4: Guías docentes (actividades formativas, metodoloxías docentes e sistemas de avaliación, por materia e curso académico). E5: Actas das reunións da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade. E6: Listaxe de estudantes que solicitaron recoñecemento de créditos indicando o número de créditos recoñecidos (por prácticas, títulos propios, experiencia profesional, etc.). QSP relacionadas coa organización e desenvolvemento da ensinanza.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.</li> <li>▪ Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.</li> </ul>	
<p><b>Indicadores nos que se basea a valoración:</b> I1/I04-AC: Matrícula de novo ingreso por prescripción. I2: No caso de mestrado, número de estudantes de novo ingreso por titulación de procedencia. I3/I09-DO: Indicadores de mobilidade (número de estudantes que participan en programas de mobilidade, relación entre estudantes que participan en programas de mobilidade e estudantes matriculados,...). I09(2)-DO: Estudantes estranxeiros. I4/I05-DO/ I06-DO/ I07-DO/ I08-DO: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a organización e desenvolvemento da ensinanza. I01-AC: Nota media de acceso. I01(2)-AC: Nota mínima de acceso. I02-AC: Ocupación. I03-AC: Preferencia. I03(2)-AC: Adecuación.</p>	

## CRITERIO 2. INFORMACIÓN E TRANSPARENCIA

<p><i>Estándar: A institución dispón de mecanismos para comunicar de maneira axeitada a todos os grupos de interese as características do programa e dos procesos que garantan a súa calidade. Analizar e valorar se a información relevante sobre o título é pública e se atopa dispoñible, en tempo e forma, para todos os axentes implicados no mesmo (estudantes, empregadores/as, administracións educativas e outros grupos de intereses).</i></p>
<p><b>Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:</b></p> <p>Toda a información relevante do título está publicada na web da Universidade de Vigo e na da Facultade de Comunicación, e entre as dúas existen conexións. No espazo que a Universidade de Vigo destina ao grao de Publicidade e Relacións Públicas atopamos toda a información recollida na memoria do título e de interese público: descrición do título, saídas profesionais, obxectivos xerais da titulación, mobilidade, regulamentos e normativa aplicable. Ademais desta información principal, pódese acceder ao portal de admisión e matrícula da Universidade para os alumnos de novo ingreso. A web tamén proporciona unha información completa sobre todas as materias que se imparten no grao (Guías docentes: competencias, resultados de aprendizaxe, contidos, planificación, metodoloxías docentes, atención personalizada,</p>

avaliación, bibliografía, recomendacións e plan de continxencia) e sobre o profesorado (categoría, contacto, departamento, docencia nos 10 últimos cursos, titorías e traballos dirixidos).

A páxina web do centro, coa ligazón á información sobre o grao, ofrece tamén toda a información relevante que a web da universidade dedica ao grao, pero faino dunha forma máis dinámica, prestando especial atención á información xeral sobre o título, materias e profesorado, guías docentes e coordinación, achegando, a maiores, información sobre aquelas cuestións que cada curso é necesario actualizar: horarios, espazos dedicados á docencia e exames. Aínda así, en relación coa páxina web da Facultade de Comunicación, o Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación do título (ACSUG), sinala unha serie de melloras destinadas a mellorar a información e transparencia sobre o Grao: incluír a relación de convenios de prácticas externas e de mobilidade vixentes en cada curso académico, mellorar o acceso á información sobre as competencias xerais e específicas do título, ao perfil de acceso presente na memoria de verificación, ao procedemento de acollida dos novos alumnos/as e á normativa de permanencia, ademais de indicar de xeito claro as linguas nas que se imparte a titulación, a marxe de facelo xa, como se fai, nas guías docentes de cada materia.

Cómpre destacar o papel de apoio que exercen os perfís en redes sociais da Facultade de Comunicación, nos que se publican regularmente, tamén, todos os contidos e novas relevantes que se van producindo ao longo do curso, especialmente aqueles que teñen como principal público de interese ao alumnado do Grao.

**Puntos febles detectados:**

Información no actualizada del grado dentro da web da facultade

**Accións de mellora a implantar:**

Actualización da información do grado de Publicidade e Relacións Públicas na web do Centro atendendo a todas as suxestións da ACSUG.

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E6: Páxina web do título/centro/universidade (información referida ao anexo II).

R1- DO0301P1: Plan operativo de información pública.

QSP relacionadas coa transparencia e/ou información pública.

- Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.
- Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a satisfacción coa web e/ou a información pública.

### CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDADE

*Estándar: A institución dispón dun sistema interno de garantía da calidade formalmente establecido e implementado que asegura, de xeito eficaz, a mellora continua da titulación. Analizar a implantación do Sistema de Garantía de Calidade (SGC) e valorar a súa contribución á mellora continua do título.*

**Reflexión/comentarios que xustifiquen la valoración:**

A Facultade de Comunicación conta cun Sistema de Garantía de Calidade (SGIC) recollido no correspondente Manual de calidade e o desenvolvemento de todos os procedementos estratéxicos. Precisamente estes procedementos son os que permiten o bo funcionamento no relativo á recollida da información de forma continua e directa. O bo funcionamento da Comisión de Calidade garante, ademais, a análise dos resultados e facilita a toma de decisións por parte do equipo de dirección en base a datos obxectivos, sempre tendo en conta o marco da Memoria do Grao (e as súas posteriores modificacións) e os Informes de Dirección.

Coa intención de contar cun sistema garantista, a incorporación do responsable de Calidade do centro á Comisión Académica do Grao en Publicidade e Relacións Públicas asegura que os procedementos do SGIC funcionan de forma correcta. A Comisión de Grao é o foro onde se tratan os aspectos relacionados coa docencia e o correcto desenvolvemento do Grao, polo que é nesta Comisión onde se centralizan as principais incidencias que se poden producir, ademais de ser onde se deciden as accións de mellora.

Obviamente, dentro do relativo á calidade do centro, ten un especial papel o Plan de Acción Titorial (PAT). No caso do Grao en Publicidade e Relacións Públicas noméanse catro titores (un por cada un dos cursos) que realizan tres reunións anuais de seguimento (inicio do curso, final do primeiro semestre e final do segundo semestre). Esas reunións dan lugar a un informe por curso das cuestións tratadas en relación ás preocupacións do alumnado. Informes que se expoñen nas Comisións de Grao, onde se toman decisións e se adoptan medidas para a mellora continua da calidade do título. Ademais, de forma anual, a Comisión do Grao elabora un informe de PAT, que envía á Comisión de Calidade, con todas as accións realizadas.

Ademais do seguimento regrado a través do PAT, tamén se buscan outras medidas que contribúan ao correcto desenvolvemento do grao. A coordinación de grao encárgase de convocar reunións con alumnado, coa coordinación de TFG, coa coordinación de prácticas, co profesorado, etc. Todas estas reunións recóllense, cada curso académico, no Informe de Accións de Coordinación (E8).

Finalmente, a Universidade conta cun procedemento de suxestións e reclamacións, a través da Secretaría en liña, denominado “Caixa de correos QSP” en base á correspondente normativa de queixas, suxestións e felicitacións da universidade. O sistema encárgase de dar trámite ás demandas presentadas, de tal forma que as mesmas se dirixan directamente ao responsable institucional das mesmas, establecendo un prazo de 15 días para dar resposta.

A plataforma do SGIC conta cunha ferramenta para a xestión das accións de mellora que se establecen ante as debilidades detectadas en cada titulación. Este sistema permite a consulta desas debilidades e establece unha revisión anual dos resultados e o desenvolvemento de cada título a través do Informe de Revisión pola dirección contemplándose tamén a posibilidade de que se realicen avaliacións externas ligadas a programas de calidade. O SGIC contempla, en calquera caso, un sistema de seguimento do título, indicando, ademais, procedementos para modificacións que poidan contribuír á mellora do mesmo. O programa facilita a “trazabilidade” das accións.

Como xa se indicou, a integración do responsable de Calidade nas Comisións Académicas dos distintos títulos, incluído o de Publicidade e Relacións Públicas, contribuíu a mellorar os procedementos de calidade en termos de implicación dos distintos grupos de interese (profesorado, alumnado e persoal de administración e servizos). Con todo, segue sendo necesario mellorar os resultados de valoración do SGIC por parte do alumnado, aínda que se entende que estes resultados gardan relación coa falta de coñecemento sobre o mesmo, ademais de perfeccionar o sistema de recollida de información, mellorar a participación do estudiantado e PAS nas enquisas de satisfacción e a eficacia dalgúns accións de mellora xa comprometidas.

Dunha forma clara, a existencia da plataforma do SGIC e a utilidade específica para a xestión das accións de mellora que se establecen ante as debilidades detectadas en cada titulación (ver apartado 3.2), permite unha análise e revisión máis sinxelas e directas, proceso no que se poden implicar a distintos públicos.

**Puntos febles detectados:**

- Baixo nivel de coñecemento do SGIC, o que supón unha mala valoración do mesmo.
- Sistema de Garantía de Calidade certificado en canto á súa implantación.
- Baixo nivel de participación de alumnado e PAS nas enquisas de satisfacción.

**Accións de mellora a implantar:**

- Incrementar as accións de comunicación en torno ao SGIC no centro, xerando unha cultura de calidade consolidada.
- Poñer en marcha o proceso de certificación de implantación do SGIC.
- Insistir en el PAT a los alumnos la importancia de su participación nas enquisas

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E5: Actas das reunións celebradas, da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade.

E10: Documentación do SGC (Política, **obxectivos de calidade**, manual e procedementos).

E11: Evidencias da implantación dos procedementos do SGC (procedementos completos, revisados e actualizados que desenvolven as directrices do SGC: Política de calidade, deseño, revisión periódica e mellora dos programas formativos, garantía da aprendizaxe, ensinanza, avaliación centrados no estudante, garantía e mellora da calidade dos recursos humanos, garantía e mellora da calidade dos recursos materiais e servizos e información pública).

E12: Plans de mellora derivados da implantación do SGC.

EA4: Informe de certificación da implantación do SGC (no seu caso.)

- Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.
- Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre a xestión da calidade.

I5: **Resultados dos indicadores asociados aos obxectivos de calidade do centro.**

## CRITERIO 4. RECURSOS HUMANOS

*(E15 y E16)*

*O persoal académico e de apoio é suficiente e axeitado de acordo coas características do título e o número de estudantes.*

**PDI da titulación**

<i>Indícanse os datos actuais do cadro de profesorado da titulación</i>				
Universidade	Categoría	Total %	Doutores %	Horas %
Vigo	Catedrático EU	1	100	100
	Titular	17	100	100
	Contratado Doutor	10	100	100
	Axudante Doutor	2	100	100
	Asociado	12	50	50

**TÁBOA 1.***Cadro de profesorado dispoñible (FONTE: Xescampus)**Totalidade de docentes dispoñibles no centro no curso 2021-2022.**\*Non aplicable = profesores externos invitados*

<b>DOUTOR SI/NO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>ADICACIÓN</b>
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 6 horas
No	Posdoutoral Formación Xunta de Galicia	Tempo completo
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 6 horas
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 4 horas
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a axudante doutor/a	Tempo completo
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a axudante doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
No	Non Aplicable	Non Aplicable

Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 3 horas
Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 6 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Contratado/a FPI	Tempo completo
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
Si	Catedrático/a de universidade	Tempo completo
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
Si	Catedrático/a de escola univer.	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 3 horas
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 6 horas
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 3 horas
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 3 horas
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo

Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a axudante doutor/a	Tempo completo
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
Si	Profesor/a axudante doutor/a	Tempo completo
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 5 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 3 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 5 horas
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a axudante doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 6 horas
No	Profesor/a contratado/a interino/ a	Tempo parcial de 5 horas
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Profesor/a asociado/a T3	Tempo parcial de 4 horas
Si	Profesor/a axudante doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a contratado/a doutor/a	Tempo completo
Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Non Aplicable	Non Aplicable

Si	Profesor/a titular de universidade	Tempo completo
No	Non Aplicable	Non Aplicable
Si	Non Aplicable	Non Aplicable
No	Non Aplicable	Non Aplicable

### Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:

O actual sistema de contratación do profesorado, segundo as normativas vixentes de ámbito estatal e autonómico, garante que o persoal docente conta cun nivel de cualificación suficiente e cada vez máis competitivo.

Os datos apúntannos unha clara estabilidade do persoal docente, que se consolidou, precisamente, nos últimos cursos. A vinculación do persoal docente cos cargos institucionais da universidade, o centro e o departamento fan necesaria a contratación de profesorado asociado que cobre temporalmente horas de docencia, á vez que achega unha perspectiva profesional moi enriquecedora para os/as estudantes.

Desde outra perspectiva, os currículos dos docentes están dispoñibles a través da web do centro, onde se pode corroborar o feito de que o persoal está conformado por profesionais de alta cualificación e unha notable proxección académica e experiencia (sumando 255 quinquenios). Debe destacarse, neste sentido, que os profesores de todas as categorías conta con sexenios de investigación (Táboa 4), e aínda que existe potencial para contar con máis recoñecementos nesta liña (75), o número alcanzando no curso 2020-2021 (30) resulta moi satisfactorio, xa que se conseguiu evolucionar ata que o 55,6% do profesorado total do título conte con sexenios (Gráfica 2). (E15), cifra que medra ata o 93,75% do profesorado se se teñen en conta unicamente as categorías profesionais susceptibles de solicitar este mérito.

No que respecta a a coordinación das materias de Prácticas Profesionais ou de Traballo de Fin de Grao, o nomeamento das profesoras que se encargan das mesmas é realizado pola Comisión Académica de Grao e confirmado na Xunta de Facultade. No último curso analizado facíase cargo das prácticas unha profesora con categoría de catedrática universitaria mentres que o TFG foi asumido pola anterior Coordinadora de Grao (Profesora Contratada Doutora).

En canto á formación continua do profesorado, a Universidade de Vigo conta cun programa de Formación Permanente do PDI que oferta cursos e talleres a través da plataforma “Bubela”. Son os profesores/as os que, de forma individual se inscriben nestas formacións específicas sobre habilidades docentes, existindo tamén oferta sobre actualización de distintos contidos a través do Vicerreitorado de Organización Académica e Profesorado. Desde o punto de vista do centro, existen programas de formación para o profesorado auspiciados polos departamentos, en concreto o Departamento de Comunicación Audiovisual e Publicidade ofrece anualmente un programa de talleres dirixidos á mellora de competencias docentes, pero tamén á estratexia investigadora dos profesores/as. No momento actual os indicadores rexistrados sobre este ítem indican que se matricularon 13 docentes en programas de formación no curso 2017-2018; 4 en 2018-2019, 11 en 2019-2020 e 21 en 2020-2021.

No que respecta á mobilidade do profesorado, a Universidade conta unha ampla oferta de prazas de Erasmus+, que son aproveitadas polos docentes da titulación. Ademais deste programa de intercambio de profesorado con outras universidades de Europa, os docentes participan activamente noutros programas de mobilidade, aínda que vinculados a proxectos de investigación e non á formación docente. En concreto, rexistráronse 4 docentes en programas de mobilidade no curso 2017-2018; 6 en 2018-2019, 4 en 2019-2020 e 2 en 2020-2021.

Aínda así, en relación coa formación e mobilidade do profesorado o Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación do Título sinala a necesidade de incrementar o número de docentes que participen en accións formativas e en experiencias internacionais de investigación e docencia, incentivando estes aspectos desde a dirección do centro.

Os servizos específicos de apoio do centro están recollidos pormenorizadamente na web da Facultade. A Universidade puxo en marcha nestes anos unha centralización dos servizos do campus, polo que se trata dunha maior cantidade de persoal e áreas, aínda que se dedican a varios centros. Da mesma forma, a Universidade dispón dunha serie de servizos de apoio aos centros que son xerais (E16), pero dos que sen dúbida dependen o correcto desenvolvemento da docencia do Grao.

Ademais do anterior, o deseño da Relación de Postos de Traballo (RPT) da Universidade permitiu contar cun informe sobre os recursos humanos de apoio dispoñibles para o centro (E16), existindo unha necesidade de contratación para chegar ás cifras finais propostas que dependerá, en todo caso, da política de contratación da Universidade.

Desde outro punto de vista, podemos ter en conta os resultados da última enquisa de satisfacción do Persoal de Administración e Servizos do curso 2020-2021 (realízase bianualmente), referidos á Facultade de Comunicación. Nese estudo o nivel de satisfacción xeral sobre a xestión da titulación é de 4 puntos sobre 5. Ademais disto, a propia opinión do PAS sobre os recursos humanos resulta moi positiva. Así, na pregunta sobre a valoración da dotación do PAS adscrito, obtéñense 4,5 puntos.

**Puntos febles detectados:**

Non se detectan

**Accións de mellora a implantar:**

Non se comtemplan

**Evidencias nas que se baseou valoración:**

E15: Plan de ordenación docente do título: Información sobre o profesorado (número, experiencia docente e investigadora, categoría, materias que imparte, área, etc.). No caso de profesionais externos, solicitarase un currículo breve.

E16: Información sobre o persoal de apoio (número, experiencia profesional, categoría, etc.).

R2-PE02 P1: Informe para os responsables académicos (DOCENTIA).

- Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.
- Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre aspectos relacionados co persoal docente e o PAS e fundamentalmente resultados da enquisa de satisfacción do PAS e PDI.

I6/I017(2)-PE: Porcentaxe de participación do profesorado da titulación en plans de formación da Universidade e en actividades formativas específicas.

I7/I017-PE: Porcentaxe de participación do persoal de apoio do centro en plans de formación da universidade e en actividades formativas específicas.

I8: Resultados das enquisas de avaliación da docencia e a súa evolución.

I9: Porcentaxe de profesorado avaliado polo programa DOCENTIA ou similares e resultados obtidos.  
 I10: Evolución dos indicadores de mobilidade (número, porcentaxe de profesores/as que participan en programas de mobilidade sobre o total do profesorado do título).  
 I15: Media de alumnos por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva,...).  
 I02-PE: Cualificación do PDI.  
 I03-PE: Resultados de investigación de carácter académico(Sexenio).  
 I03(2)-PE: Profesorado por categoría.

## CRITERIO 5. RECURSOS MATERIAIS E SERVIZOS

*Estándar: Os recursos materiais e servizos postos a disposición do desenvolvemento do título son os axeitados en función da natureza, modalidade do título, número de estudantes matriculados/as e competencias a adquirir polos/as mesmos/as. Analizar e valorar se os recursos materiais e servizos postos a disposición do alumnado son os axeitados ás necesidades do título. Son os mesmos que os recollidos na Memoria do grado.*

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

### INFRAESTRUCTURAS

A Facultade de Comunicación, que acolle o título, conta con espazos adecuados para o desenvolvemento dos diferentes tipos de docencia. De feito, diferénciase claramente entre as aulas de gran tamaño e distribución en banco corrido para os grupos A (clases teóricas de 50 alumnos) e os seminarios de pequeno tamaño para os grupos B e C (clases prácticas e seminarios de 25 estudantes). Ademais diso, podemos observar na descrición dos espazos do centro, a dispoñibilidade dun laboratorio de son e dous laboratorios de radio, un estudio de TV e un estudio de cinema, ademais dun estudio e laboratorio de fotografía; infraestrutura que se completa cunha aula de produción e dous laboratorios de posprodución, todos estes espazos específicos para o desenvolvemento das correspondentes materias do plan de estudos. No centro tamén se dispón de aulas de informática, de acceso a internet e de videoconferencia, que cobren as necesidades transversais de formación.

Mención especial merece neste punto o importante esforzo económico realizado no curso 2020-2021 para a renovación íntegra do control de realización do estudio de televisión, facéndoo totalmente dixital, cun formato HD 1920x1080. Trátase dun paso máis no proceso de modernización tecnolóxica do equipamento da Facultade de Comunicación, que desde hai anos traballa xa nas fases de gravación e postproducción nunha contorna dixital, tanto en HD1080 como en 4 K, contando para iso con cámaras de vídeo, fotografía, cinema e equipos de edición e posprodución de audio e vídeo dixitais.

Tampouco podemos perder de vista que o deseño do plan de estudos require traballo autónomo do alumnado, na medida que os créditos supoñen só 1/3 de presencialidade. Por esta razón realizáronse notables esforzo por optimizar a dispoñibilidade de espazos de traballo autónomo ou en equipo para usar de forma independente polos estudantes. De feito, esta era unha das cuestións que, durante varios cursos, foi demandada polo alumnado e que conseguiu solventarse en cursos pasados.

En canto a recursos adicionais, o feito de que a Facultade de Comunicación sexa o edificio de maior tamaño do campus, supón que os alumnos/as do Grao dispoñan no mesmo do salón de actos principal

(con 400 prazas), que acolle o desenvolvemento de congresos e actividades diversas e da Biblioteca Central do Campus, con 304 postos de lectura e recursos xerais e específicos do título. O desenvolvemento da actividade organizativa do centro e do título realízase na Sala de Xuntas (60 prazas) e nas dúas salas de reunións (12 e 24 postos cada unha). O feito de que o anterior título de Licenciatura xa contase con traballo de fin de carreira permitiu que a día de hoxe se dispoña no centro dun Salón de Graos, que é fundamental para a defensa de TFG, TFM e Teses de doutoramento.

Ademais dos espazos sinalados, sacouse partido ás zonas comúns do centro, coverténdooas en espazos expositivos que acollen iniciativas creativas do alumnado (exposición de fotografía, exposición de aparellos antigos vinculados cos medios de comunicación, actividades de clase -mitins, presentacións, encontros- proxección de películas ou vídeos, etc.).

### **SERVIZOS**

Como xa adiantamos, o centro conta cunha serie de servizos de carácter común e outros específicos para as necesidades dos títulos que acolle. Así, ademais da Biblioteca Central do Campus, xa mencionada, dispónse de cafetería e comedor. En canto a outros servizos máis directamente vinculados cos estudantes, os servizos administrativos foron centralizados no edificio da Escola de Enxeñería Forestal (situado fronte ao edificio da Facultade de Comunicación), ampliándose as súas funcións e o número de efectivos de persoal, aínda que estes se dediquen a máis centros. O único PAS administrativo situado na Facultade é a Secretaría de Decanato. A Facultade de Comunicación acolle, tamén, o Servizo de Atención a Usuarios/as de Microinformática (SAUM), que atende todos os centros do campus, pero que ten nesta Facultade o seu campo fundamental, ao ser o centro con maior despregamento de recursos técnicos.

En canto aos servizos específicos do título, cóntase cun Gabinete Técnico de Audiovisuais, no que tres persoas prestan servizo de mantemento e preparación dos materiais audiovisuais dos que dispón o centro. Este gabinete encárgase da xestión do material audiovisual, existindo un sistema automatizado propio para a reserva e autorización de uso deses materiais, ademais de velar polo cumprimento da normativa de utilización dos laboratorios do centro. Obviamente, moitos deses materiais son máis específicos do título de Grao en Comunicación Audiovisual, pero as materias de produción e desenvolvemento de audiovisuais recollidas no Grao de Publicidade e Relacións Públicas tamén fan uso dos mesmos.

### **RECURSOS MATERIAIS**

Comezando polos recursos audiovisuais xa indicados, a Facultade dispón de diverso material audiovisual de préstamo que inclúe cámaras de vídeo, cámaras DSLR, cámaras Mirroless e black magic pocket cámara. Tamén material de iluminación portátil, material de gravación de audio mediante diversos tipos de microfonía e gravadoras portátiles e, por suposto, sorpotes de cámara como SteadyCAM, FlyCam, Rig, Travelling, Slider, etc. Un equipo de traballo composto polos docentes das materias que fan uso destes recursos e o persoal do gabinete técnico encárgase de planificar as compras e reparacións, garantindo a permanente actualización dos equipamentos. O orzamento do centro conta, anualmente, cunha partida específica para actualización dos laboratorios que oscila entre os 10.000 e os 15.000 euros, realizando planificacións a medio prazo para investir adecuadamente estes recursos mediante a xestión do Responsable de Laboratorios (Vicedecanato de Promoción e Comunicación).

En canto aos recursos informáticos, tamén se debe mencionar a existencia de tres salas de informática equipadas con ao redor de 90 postos de traballo. Do mesmo xeito que nos casos anteriores, realízanse esforzos económicos anuais para manter estas salas actualizadas, pero a velocidade de cambio dos programas e a limitación dos recursos necesarios provocan que sexa moi complexo mantelos ao día. En relación con isto, convén destacar no curso analizado a elaboración dos pregos por parte do Centro para renovar e ampliar as licencias de programas da contorna Adobe, os máis demandados polo alumnado e profesorado do Grao, reservando o 50% desas licenzas para equipos instalados na Facultade e o outro 50% para dispositivos persoais dos estudantes, cumprindo así, ademais, coas recomendacións do Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación do título, que sinala a necesidade de garantir que o alumnado teña acceso ao software necesario para a adquisición de todas as competencias e resultados de aprendizaxe que lles serán esixidas na súa incorporación ao mercado. Ademais das salas específicas, todas as aulas do centro contan con equipos de informáticos e de proxección para a impartición de clase. Na actualidade está a traballarse para equipar tamén con ese tipo de recursos ás salas de reunións do centro, para as necesidades de virtualidade de moitas das actividades que deben realizarse.

Nos últimos anos observamos un aumento exponencial da preferencia dos alumnos e alumnas por empregar os seus propios equipos portátiles, contando as salas de informática cunha demanda inferior, tendencia que puxo sobre a mesa o problema da rede wifi do centro que, nalgúns picos de conexión, non resulta suficiente para dar servizo aos estudantes e ao persoal. Trasládóronse varias consultas sobre o tema e deberán exporse solucións a futuro para este problema que, sen dúbida, irase agravando. En todo caso, parece evidente que, de cara á implementación desas solucións de mellora, debe racharse coa actual uniformación da rede wifi de todos os centros da Universidade, é dicir, aplicar unha solución idéntica para todos eles, mudando esta estratexia por un modelo no que se teñan en conta as especificidades dos estudos que se desenvolven en cada centro e, en relación con isto, adaptando a rede wifi ás distintas necesidades de consumo de cada un.

Para o desenvolvemento da actividade docente tamén son importantes os recursos bibliográficos que, neste caso, están dispoñibles na Biblioteca Central do Campus. O sistema actual establecido pola Universidade é que os responsables da biblioteca realizan un seguimento da bibliografía recomendada incluída nas Guías Docentes das materias, garantindo a dispoñibilidade dos textos recomendados polos docentes. Ademais desta vía, existe un formulario de solicitude de bibliografía de investigación para os/as docentes. Tamén é fundamental indicar que cada ano, ao inicio do curso, realízanse sesións formativas para que os/as estudantes poidan sacar rendemento aos recursos da biblioteca.

Finalmente, en canto a recursos docentes, a Universidade contou, inicialmente, cunha plataforma de teledocencia en Claroline denominada “Faitic”, pero no curso 2019-2020 completouse a migración completa do sistema Claroline a Moodle coa plataforma “Moovi”, cun espazo para cada materia do grao. Aínda que inicialmente estas plataformas se usaron como repositorio de documentación da materia, buscando unha redución do consumo de papel e unha maior accesibilidade ao material, na actualidade Moovi está a ser explotado, con carácter xeral, para o seguimento da avaliación continúa mediante o desenvolvemento e presentación de actividades en liña e mesmo permitiu a realización de exames non presenciais.

En canto a recursos docentes, debemos incidir en que, desde o curso 2019-2020 está dispoñible o sistema de Campus Remoto para a docencia virtual. Este sistema permite o seguimento de clases en liña de forma síncrona e con recursos adicionais para compartir materiais e presentacións. O sistema conta cun “espello” do centro no espazo virtual, de tal forma que todas as aulas e espazos contan cun semellante virtual coa mesma denominación. Isto deu lugar a que o curso 2020-2021 se iniciase o proxecto “Campus Integra”, que permite compaxinar ou combinar a docencia presencial e en liña. Ademais das aulas, tamén se implementaron despachos virtuais (salas de profesorado) para todos os/as docentes, con atención directa ao estudiantado en modo virtual mediante cita previa.

Por último, no relativo aos recursos administrativos, confírmase a total integración da Secretaría Virtual, mediante a cal os alumnos/as poden realizar a gran maioría dos trámites fundamentais: matrícula, convalidacións, solicitudes, queixas e suxestións, consulta de expediente, de bolsas, reserva de espazos, solicitude de dirección de TFG e mesmo a participación en actividades extra-académicas ou deportivas. A Universidade trasladou esta información a unha APP específica que pode descargarse a través da propia secretaría virtual (para IOS e Android). Esta dixitalización de procesos foi moi eficaz nalgúns aspectos como a matrícula, aínda que aínda non está completamente integrada no relativo a procedementos máis complexos, como solicitudes de recoñecemento ou convalidacións. Nestes casos os recursos administrativos son a existencia de persoal a disposición na Unidade centralizada de campus.

### **ORIENTACIÓN, ATENCIÓN E AXUDA AO ESTUDANTE**

A chegada do estudiantado ao título de Grao parte, todos os anos, dunha sesión de acollida na que se lle facilita información directa sobre o funcionamento do título, o centro e a universidade. Dita sesión foi establecida nos primeiros plans de calidade do centro e segue sendo fundamental para o comezo da relación con eles/as. Unha vez que comeza o seu período formativo, debemos incidir na importancia do Plan de Acción Titorial, como forma de recoller opinións dos estudantes, pero tamén de orientación nos distintos cursos do grao.

En canto ao sistema de acollida, guía e información ao alumno, o centro conta con tres vicedecanatos – alumnado, comunicación e calidade – que dedican esforzos para facilitar e mellorar a integración do alumnado. A maioría destas estratexias canalízanse a través da web do centro nalgún punto. Así, no apartado de estudantes, na portada da páxina, pódese acceder a: desde unha guía de benvida xenérica a unha específica do centro, pasando por información de acceso habitual como calendario académico, información sobre recoñecemento de créditos, prácticas ou TFG. Tamén se inclúe información sobre mobilidade aínda que existe un menú específico na web “ Students Mobility” <https://fcom.uvigo.gal/students-mobility/>

que é de uso común tanto para alumnos externos de acollida como alumnos propios que desexan ou están a gozar de programas de mobilidade. No apartado de calidade hai un acceso para a presentación de queixas, suxerencias ou felicitacións e desde o Vicedecanato de comunicación hai un fluxo constante de información a través de redes sociais, correos electrónicos ou as pantallas físicas do centro.

Outra das vías de orientación fundamentais á chegada á Universidade atópase no “perfil de estudantes” da páxina web da UVigo, que conta con información sobre como facer a matrícula, os detalles de cada título e o acceso a axudas e bolsas, datos que se completan con información sobre transporte ou un Guía de Benvida. Esta guía inclúe información detallada e concreta sobre cuestións xerais como os órganos de goberno ou asuntos máis prácticos como a configuración da conta de correo ou o acceso á Secretaría

Virtual, sendo importante, neste punto o relativo ás delegacións de estudantes. Esta información xeral para todos os novos alumnos/as, complétase, no relativo á Facultade de Comunicación, na propia web do centro, onde o estudante pode obter a información básica (horarios, espazos, ligazóns...) e mesmo se conta cun apartado de “info útil” con información práctica e teléfonos de interese.

En canto ao aloxamento, existe información específica de campus indicando residencias de estudantes e espazos residenciais dispoñibles, existindo unha plataforma propia da Universidade para atopar pisos de alugueiro, habitacións compartidas ou aloxamento con familias. O sistema BeRoommers está especialmente pensado para os/as estudantes internacionais e cóntase cunha guía de uso para poder realizar facilmente as reservas.

De forma específica, no relativo ao Grao en Publicidade e Relacións Públicas, o blog da titulación, actualmente en fase de reformulación, como xa se mencionou no criterio 2, Información e Transparencia, demostrou unha gran eficacia e operatividade á hora de facilitar información útil ao estudante, utilidade que será potenciada co espazo adicado á actualidade do Grao que se implementará na nova web do Centro. O papel do coordinador/a de o título resulta básico para centralizar esa información e atender de forma directa ás consultas que poidan realizarse. Con todo, a ocupación dese importante cargo - non remunerado e a penas recoñecido no nivel curricular- preséntase como complexa para os próximos cursos dada a escasa dispoñibilidade do profesorado para ocuparse de funcións que non son adecuadamente compensadas.

Dunha forma máis directa, a Escola de Enxeñería Forestal acolle a Administración central de centros, que conta cunha carta de servizos nas que, entre outras cousa, indica como obxectivos fundamentais da unidade “xestionando de forma eficaz os recursos humanos e materiais así como os procesos económicos e académicos. Isto ten como finalidade prestar ás persoas usuarias un servizo eficiente, eficaz e de calidade”; é, por tanto, un punto fundamental para informar aos estudantes daquelas cuestións administrativas que precisen.

No relativo á axuda ao estudante durante o seu desenvolvemento académico, debemos facer alusión á atención á diversidade, que se centraliza na Unidade de Atención ao Estudantado con necesidades específicas de apoio educativo (UNATEN), encargada de “velar polos dereitos do alumnado e persoal con necesidades físicas, comunicativas, educativas, sociais e laborais especiais ou minimizadas por tendencias maioritarias na sociedade” e o cumprimento da normativa específica da universidade. A través desta unidade desenvólvese, para cada centro, o Programa de Integración de Universitarios/as con Necesidades Específicas de Apoio Educativo ( PIUNE) que ten como obxectivo apoiar aos estudantes con necesidades específicas. No caso da Facultade de Comunicación a posta en marcha do programa supuxo o nomeamento dunha coordinadora.

Tamén se ofrece orientación e axuda no relativo a Igualdade, contando cunha ligazón de igualdade no centro que se encarga de dar trámite aos problemas que poidan xurdir neste ámbito cara á Unidade de Igualdade da Universidade. Dita unidade encárgase de velar polo cumprimento do “Protocolo marco de actuación para a prevención e sanción do acoso sexual e por razón de sexo da Universidade de Vigo”, aplicable a todos os estamentos da comunidade universitaria incluíndo, evidentemente, aos estudantes.

O campus de Pontevedra tamén está integrado nun programa orientado á educación ambiental da comunidade universitaria. No momento actual o campus conta coa certificación internacional Green Campus, un recoñecemento que outorga a Fundación pola Educación Ambiental (FEE) e que, entre outras cousas, debe “implicar á comunidade universitaria na mellora ambiental do campus ou facultade que participa no programa”. No caso da Facultade de Comunicación é o Vicedecano de Infraestruturas e Asuntos Económicos quen participa no Comité Ambiental encargado do deseño e implementación dos distintos Plans de Acción postos en marcha. Nestes plans enuméranse accións xerais para todo o campus e específicas para o centro.

Tamén se presta atención á práctica do deporte por parte dos estudantes, algo que se xestiona a través do programa de Campus Activo, polo cal se ofrece unha plataforma de actividades que vinculan estas coa mellora da saúde. A oferta divídese por campus e en tres áreas: cultura, deporte e lecer e saúde e benestar. Neste último bloque ofrécense servizos de fisioterapia, medicina deportiva, nutrición e dietética e valoración funcional. Todas estas actividades están prioritariamente dirixidas aos estudantes.

### **PRÁCTICAS EXTERNAS**

O Plan de Estudos do Grao en Publicidade e Relacións Públicas contempla a realización dunha materia denominada “Prácticas Externas: proxecto práctico profesional” cun valor de 12 ECTS. O procedemento para a realización desas prácticas é desenvolvido polo Coordinador/a de prácticas da titulación, quen publica unha listaxe de institucións ou empresas que ofertan prazas. A partir dese punto son os alumnos/as os que elixen o lugar onde realízasas. As empresas ou institucións deben contar cun convenio vixente coa Universidade de Vigo; a proposta de convenio é realizada polo coordinador/á través da Secretaria Virtual da Universidade e, a partir dese punto, é xestionado pola Fundación Universidade de Vigo (FUVI), unha entidade sen ánimo de lucro creada en 1997 pola Universidade para impulsar actuacións no ámbito do emprego, o emprendemento e a formación, buscando que o alumnado conte cunha maior conexión co contexto socio-económico. No momento actual a Universidade de Vigo conta con 2.897 convenios, que poden consultarse a través da Secretaría Virtual da UVigo, dos cales 67 indican expresamente o seu interese específico en estudantes do Grao de Publicidade e Relacións Públicas (E20-E23).

As prácticas externas atópanse adecuadamente regradas cunha normativa que homoxeneiza todos os títulos buscando unhas garantías no desenvolvemento das mesmas. Desta forma, os alumnos e alumnas realizan prácticas en empresas moi diversas, tanto específicas do sector da publicidade e a comunicación, como en departamentos de comunicación doutros sectores, polo que debemos partir dunha dispoñibilidade de lugares de realización de prácticas máis ampla que a destinada ao título.

Ademais das prácticas curriculares, os estudantes teñen posibilidade de realizar prácticas extracurriculares por un máximo de 150 horas adicionais e sen que condicione o expediente do estudante. Esta tipoloxía de prácticas externas é completamente xestionada pola Fundación Universidade de Vigo quen, ademais, realiza informes de resultado das mesmas, sendo o último dispoñible o correspondente ao curso 2020-2021, que, baixo o título Informe de Prácticas Académicas Externas Extracurriculares por Sectores Empresariais e Titulacións 2020-2021, indica que foi o ámbito de estudos xurídico social, no que se encadra a titulación de Publicidade e Relacións Públicas, o que contou con máis estudantes en prácticas extracurriculares durante o curso 2020/2021, con especial importancia do sector de actividades profesionais, científicas e

técnicas, que engloba os principais perfís profesionais dos titulados/as no Grao. Os estudantes contan cun repositorio das ofertas de prácticas extracurriculares que se publican a través da FUVI.

Todo iso leva á configuración dun sistema de prácticas (curriculares e extracurriculares) moi garantista onde os alumnos realizan as súas estancias de formación en empresas de referencia e con garantías de seguridade e de desenvolvemento de competencias do título. O seguimento da calidade da experiencia do estudante pode establecerse a través dos informes finais presentados (concretamente o impreso D6) onde se indican aspectos positivos e negativos da experiencia. Da mesma forma, dispoñemos de listaxes de alumnos e alumnas que realizaron as prácticas nos cursos estudados (E20 / I11) indicando as empresas en que estas foron realizadas. Trátase dun informe realizado pola Coordinación de prácticas e que debería permitir un maior seguimento dos datos.

Na páxina web do centro ofrécese unha ampla e completa información sobre as instalacións e recursos cos que conta o centro e por conseguinte a titulación:

<https://fcom.uvigo.gal/servizos/>

O Grao en Publicidade e Relacións Públicas conta tras 25 anos de traballo, cun amplo apoio do sector profesional confirmado nunha oferta de prácticas que recolle máis de 100 empresas e institucións dentro e fóra de Galicia. Adxuntamos o listado dos convenios actuais (última convocatoria de prácticas 2021-2022)

CODIGO_CONVOCATORIA	EMPRESA
PE-204-19-0076	KRACK ZAPATERÍAS, S.L.
PE-204-19-0077	Dominiozero
PE-204-19-0075	IUNI CONSULTING
PE-204-19-0079	KRACK ZAPATERÍAS, S.L.
PE-204-19-0081	Avante Comunicación S.L.
PE-204-19-0084	EVERIS SPAIN S.L.U.
PE-204-19-0085	EURO ROCA
PE-204-19-0087	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0088	AMBITUS ACTIVE S.L.
PE-204-19-0089	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0090	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0091	COINSCRAP FINANCE S.L.
PE-204-19-0092	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0094	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0095	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0096	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0097	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0093	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-19-0098	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-20-0001	KOLORS
PE-204-20-0003	KRACK ZAPATERÍAS, S.L.
PE-204-20-0004	QBITIA
PE-204-20-0005	Gonzalo Lorenzo Portela
PE-204-20-0006	Zink Marketing
PE-204-20-0007	VINIGALICIA, S.L.
PE-204-20-0008	RECLAM PUBLICIDAD
PE-204-20-0011	People and Brand
PE-204-20-0012	Trece Amarillo
PE-204-20-0009	LA REGION S.A.
PE-204-20-0016	CONCELLO DA LAMA
PE-204-20-0010	LA REGION S.A.
PE-204-20-0010	LA REGION S.A.
PE-204-20-0017	DixitalGou
PE-204-20-0018	MARKEA

PE-201-20-0004	QUATTRO IDCP
PE-204-20-0019	RECLAM PUBLICIDAD
PE-204-20-0020	Linckia Integria SL
PE-204-20-0021	ANÓNIMO ADVERTISING
PE-204-20-0015	ATLANTICO DIARIO - RIAS BAIXAS COMUNICACIÓN S.A.
PE-204-20-0015	ATLANTICO DIARIO - RIAS BAIXAS COMUNICACIÓN S.A.
PE-204-20-0022	MC SAATCHI
PE-204-20-0023	Eriza productora audiovisual sl
PE-204-20-0024	MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.
PE-204-20-0026	RECLAM PUBLICIDAD
PE-204-20-0027	RECLAM PUBLICIDAD
PE-204-20-0028	Hello Cherry
PE-303-20-0118	PAZOS GARCIA MARIA DEL CARMEN (CP ASESORES EMPRESAS)
PE-204-21-0006	concello de Tui
PE-204-21-0005	CONCELLO DE SANXENXO
PE-204-21-0013	SPHERA INFORMACIÓN S.L.
PE-204-21-0015	Roman
PE-204-21-0016	Grupo Municipal do PSdeG-PSOE do Concello de Pontevedra
PE-204-21-0018	BAP & CONDE
PE-204-21-0019	POSSIBLE INC
PE-204-21-0020	ROI DIGITAL BUSINESS S.L.
PE-204-21-0022	Sétima
PE-204-21-0023	Sétima
PE-204-21-0024	Sétima
PE-204-21-0029	IMAXE INTERMEDIA
PE-204-21-0030	TORRES Y CARRERA
PE-204-21-0031	MARKEA
PE-204-21-0033	PASO A PASO AGENCY
PE-204-21-0035	ALFONSIN DIGITAL LAB S.L.
PE-204-21-0040	SOCIMENT, SL
PE-204-21-0036	Regalamúsica S.L.
PE-204-21-0043	SRA. NONA BRAND
PE-204-21-0045	PALACIO DE ORIENTE
PE-204-21-0046	ESMERARTE INDUSTRIAS CREATIVAS, S.L.U.
PE-204-21-0025	PATRICIA MAQUIEIRA
PE-204-21-0049	Concello de Redondela
PE-204-21-0052	PLAYPLAN CULTURAL
PE-204-21-0053	ALOIA PUBLICIDAD S.L.
PE-204-21-0054	ELEMENTAL CHEFS
PE-204-21-0056	VOLVEMOS A PRIMERA PRODUCCIONES
PE-204-21-0058	A MOVIDA
PE-204-21-0059	NO NECESARIAMENTE
PE-204-21-0060	Mondotrope S.L.U.
PE-204-21-0061	CONCELLO DE MARÍN
PE-204-21-0028	ONDA CERO
PE-204-21-0063	CANAL UNO
PE-204-21-0064	RADIO NOVE GALICIA
PE-204-21-0066	Inmo-Pasaje
PE-204-21-0067	CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA, S.A.
PE-204-21-0068	CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA, S.A.
PE-204-21-0070	Filmika Galaika
PE-204-21-0071	Mundos Digitales

**Puntos febles detectados:**

Necesidade de mellora na orientación dos/as estudantes de último curso.  
Deficiencias na rede wifi do centro.

**Accións de mellora a implantar:**

Deseño e posta en marcha de accións encamiñadas á mellora da orientación profesional e laboral e á orientación académica para a continuación dos estudos.  
Mellora da rede wifi do centro.

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E18: Información sobre os recursos materiais directamente relacionados co título.  
E19: Información sobre os servizos de orientación académica e programas de acollida-PAT.  
E20: Listaxe dos centros/entidades para a realización de prácticas externas curriculares e Extracurriculares.

- E21: Fondos bibliográficos e outros recursos documentais relacionados coa temática do título.  
 E22: Materiais didácticos e/ou tecnolóxicos que permiten unha aprendizaxe a distancia.  
 E23: Convenios en vigor coas entidades onde se realizan as prácticas externas.
- Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.
  - Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

- I4: Resultados das enquisas de satisfacción a tódolos grupos de interese sobre os recursos materiais e servizos.  
 I08-D0: Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas.  
 I11: N° de alumnado por centro de prácticas.  
 I15: Media de alumnado por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva...).

**CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAXE**

*Os resultados de aprendizaxe acadados polos/as titulados/as son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES da titulación. Analizar os resultados da aprendizaxe acadados polos/as estudantes e se son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES del título.*

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:****DESENVOLVEMENTO DAS ACTIVIDADES**

O proceso de ensino-aprendizaxe do Grao responde ás esixencias dunha titulación impartida de forma presencial cun grao de especialización 3 do ARROLAS, tal e como está establecido polo Ministerio de Educación, Cultura e Deporte (BOE nº45, do 22 de febreiro de 2016). O desenvolvemento das actividades académicas, as metodoloxías docentes e os sistemas de avaliación e cualificación están descritos pormenorizadamente, materia a materia, nas Guías Docentes. As referidas **Guías Docentes** son realizadas a través dunha plataforma específica (Docnet) polos docentes responsables de cada materia. O proceso comeza coa elaboración do Plan Docente Anual (PDA) da Universidade, onde se establece o número de horas e grupos de cada materia por títulos. Este documento é debatido e informado pola Comisión Académica do Grao e aprobado posteriormente pola Xunta de Centro, determinando o encargo de docencia para cada un dos Departamentos. Son os Departamentos os que elaboran o Plan de Ordenación Docente (POD) que designa aos docentes que se fan cargo de cada materia, indicando -no caso de que sexan varios os docentes- quen é o coordinador/a da materia. Unha vez establecido o POD a coordinación de Grao establece o prazo de elaboración das Guías Docentes, realizando unha revisión inicial das mesmas en termos de inclusión de todos os apartados requiridos, posterior á primeira revisión a cargo dos coordinadores/as de cada módulo. As guías docentes son, finalmente, aprobadas pola Xunta de Facultade e publicadas na web do centro e na da Universidade.

O sistema de elaboración das **Guías Docentes** indica, de forma automática, cales son as competencias xerais e específicas da materia que se deben desenvolver. De feito, é obrigatorio establecer unha correlación entre as competencias e os contidos, as metodoloxías e os sistemas de avaliación, de tal forma que non permite deixar ningunha das competencias desatendidas. A aplicación permite, mesmo,

extraer “mapas de competencias” nos que se comproba que competencias están a ser atendidas por cada materia.

O sistema de **avaliación** de todas as materias susténtase na avaliación continua segundo o modelo de Espazo Europeo de Educación Superior. Isto tradúcese en que todas as materias establecen unha distribución porcentual (en distintos niveis) entre a realización de traballos prácticos de distintos tipos e a celebración dun exame final na data fixada oficialmente. Todo o anterior queda, por suposto, sometido á normativa de permanencia da UVigo.

No referido ás **metodoloxías docentes**, como indicamos, priorízase a formación de carácter práctico e mediante o desenvolvemento de proxectos, aspecto que se axusta ao perfil profesional do título e ao desempeño profesional que se require no mercado laboral.

A organización e desenvolvemento da titulación nestes termos foi moi ben avaliada polos estudantes na enquisa de avaliación docente.

## RESULTADOS DE APRENDIZAXE E APLICACIÓN EN PROCESOS DE MELLORA

No relativo aos **resultados de aprendizaxe**, podemos tomar como referencia as taxas de rendemento, éxito e avaliación das materias do Grao recolleitos no apartado II.1.3 do Indicador 5 (I5). Nesas táboas podemos comprobar como a taxa de rendemento (relación entre créditos matriculados e créditos superados) é de media do 92% e nunca é inferior ao 81%, excluído o traballo de fin grao, polas circunstancias especiais desta materia que son comentadas no apartado correspondente ao criterio 7; a taxa de éxito (relación porcentual entre o número total de créditos superados e número total de créditos presentados a exame) non baixa do 82%, sendo a media do 97,5% e, finalmente, a taxa de avaliación (relación porcentual entre o número de créditos presentados a exame e o número de créditos matriculados) ten unha media do 94,5% e non baixa do 88%. Dunha forma máis concreta, a Evidencias 25 recolle as cualificacións pormenorizadas de todas as materias, onde podemos confirmar un índice alto con esa taxa de éxito representada na ausencia de segundas convocatorias. O positivo dos datos non fixo necesario establecer, con carácter xeral, procesos de mellora.

Con carácter xeral, no último curso seguiuuse a traballar na optimización de procesos que eviten duplicidades ou solapamentos de contidos. Con este obxectivo, como xa se mencionou, levouse a cabo en cursos pasados a agrupación de todas as materias do título en tres módulos formativos -1. Comunicación publicitaria, 2. Relacións públicas, comunicación corporativa e institucional e 3. Fundamentos e contexto da comunicación- designando coordinadores/ as para cada un deles, que forman parte da Comisión Académica do Grao, o que redundou nunha maior coordinación entre materias, reducindo duplicidades e fomentando a complementariedade entre elas. Aínda así, caben melloras, fundamentalmente desde o punto de vista da actualización dos contidos e bibliografías dalgunhas guías docentes, aspectos que foron tratados desde a coordinación do Grao directamente co profesorado e que tentarán ser solucionados na modificación do plan de estudos da titulación que ten iniciada xa o centro.

Puntos febles detectados:

Accións de mellora a implantar:

Escasa actualización de contidos e bibliografía nalgunhas materias.	Reunións persoais co profesorado afectado e modificación do plano de estudos da titulación.
<p><b>Evidencias nas que se se baseou a valoración:</b></p> <p>E4: Guías docentes das materias.  E24: Listaxe de traballos fin de grao/ fin de mestrado (título, titor e cualificación).  E25/: Informes de cualificación por materia.  EA11: Informes de prácticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.</li> <li>▪ Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.</li> </ul>	
<p><b>Indicadores nos que se baseou a valoración:</b></p> <p>I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese-Análise xeral de resultados de todas as enquisas de satisfacción.  I12: Indicadores de resultados (taxa de éxito global do título e taxa de éxito por materia).</p>	

## CRITERIO 7. RESULTADOS DE SATISFACIÓN E RENDEMENTO

*Os resultados dos indicadores do programa formativo son congruentes co deseño, a xestión e os recursos postos ao dispor do título e satisfán as demandas sociais da súa contorna. Analizar os principais datos e resultados do título e valorar a evolución dun núcleo de indicadores mínimo. Comprobar se os resultados adecúanse ás previsións e características do título.*

### ANÁLISE DOS INDICADORES DO TÍTULO,

Las **notas mínima de acceso** no curso 2021/2022 foron 7,41, pechándose a matrícula no primeiro prazo de convocatoria. A partir dese dato podemos observar os indicadores de demanda habituais, marcados no índice de ocupación, preferencia e adecuación.

Así, a **ocupación** incrementábase ata o 109%, ao igual que preferencia, que acadou o 195% en 2021/2022, sendo de 185% en 2020-2021 y 159% en 2019/2020, acadando por tanto el curso 2021/2022 la cifra máis alta dos tres últimos cursos.

Respecto a **adecuación do título** no curso 2021/2022 se sitúa en 78,3% fronte ao 85,32%, acadado en 2020/2021, y 82,4% no curso 2019-2020.

Lembramos que a **taxa de preferencia** representa a demanda por praza (relación porcentual entre a demanda en primeira opción e o número de prazas ofertadas) e a día de hoxe sitúase, a nivel nacional segundo datos do Ministerio, no 154%, polo que o centro mantense por encima da media.

No relativo á **taxa de adecuación**, que recolle os datos dos estudantes matriculados no que demandaron (relación porcentual entre a matrícula de novo ingreso en primeira opción e a matrícula total de novo ingreso), o ascenso xa comentado fai que, unha vez máis, o título siga neste indicador por enriba do 73,9% da media nacional. Todo o anterior tradúcese en que a matrícula de novo ingreso, nun título con 100 prazas ofertadas, complétase con 106, 109, 108 estudantes nos tres últimos cursos e que o peche das mesmas se realiza na primeira convocatoria.

Titulación	Curso Académico	% Ocupación	% Preferencia	% Adecuación
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	2021/2022	106,00%	195,00%	78,30%
	2020/2021	109,00%	185,00%	85,32%
	2019/2020	108,00%	159,00%	82,41%

## INDICADORES DE RESULTADOS

Os indicadores de resultados que se analizan son os que se recollen na seguinte táboa. Como podemos observar, neste caso lográronse os obxectivos en case todos os elementos.

A **duración media dos estudos** para o curso 2021-2022, es de 4,23 fronte a 4,38 do ano anterior, os catro anos, sendo a demora causada, sen dúbida, pola defensa do Traballo de Fin de Grao, que segue presentándose como un reto para un estudante que, en moitas casos, incorpórase ao mercado laboral antes da defensa.

O **rendemento** conseguiu aumentarse ata o 91%, mantendo a porcentaxe do curso pasado e a **taxa de abandono** 6,80% lo que supón unha redución moi importante fronte a cursos anteriores (12% en 2021/2022, y un 8,42% en 2020-2021).

De acordo con esta realidade, seguindo as recomendacións do Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación do título, a Comisión Académica do Grao e a Coordinación de TFG acordaron na xuntanza do 16 de xullo de 2021 poñer en marcha unha serie de medidas destinadas a mellorar esa taxa de rendemento, a aplicar no curso 2021-2022 e centradas, principalmente, na estimulación desde alumnado latente que coas materias ordinarias do Grao xa superadas, ano tras ano, se matricula do TFG, pero finalmente non o presenta.

O seguimento destes datos é realizado pola dirección do centro, plasmando os resultados e a súa análise nos correspondentes Informes de Revisión, poñendo en marcha accións de corrección cando se detectan desvíos ou incumprimentos.

Como xa indicamos, as **enquisas de satisfacción do alumnado** realízanse con carácter anual, mentres que no caso do PDI e o PAS, estas realízanse con carácter bianual. Ademais disto, debemos ter en conta que as enquisas sobre a satisfacción das prácticas académicas externas non están dispoñibles en cursos anteriores.

No referido á inserción laboral dos egresados do título resultan altamente positivos, cun nivel de ocupación de entre o 80 e o 90% segundo os datos do informe sobre a Situación Laboral dos titulados da Universidade de Vigo (Consello Social, 2023: 71) e cun tempo de busca do primeiro emprego den entre 3 e 6 meses ([ver http://observatorio.uvigo.gal/es/insercion-laboral/informes/](http://observatorio.uvigo.gal/es/insercion-laboral/informes/)) trátase dos indicadores SIIU sobre inserción laboral dos egresados. Neste informe establécese que o perfil O perfil dos estudantes de publicidade axústase ás **necesidades actuais do mercado**, formando profesionais que traballan a prol da mellora dos procesos comerciais e de relación cos públicos para as empresas ou institucións, amosando unha grande eficacia no relativo aos modelos de autoemprego. Debemos incidir que a demanda e a **necesidade dos profesionais** do ámbito da Publicidade e Relacións Públicas atópase en crecemento, especialmente no relativo ao ámbito dixital e na aplicación de Novas Tecnoloxías: “o estudio realizado por PwC “Traballar en 2033” conclúe que o sector do entretemento será unha das actividades que presentarán unha maior porcentaxe de **creación de emprego**. Este crecemento darase sobre todo naqueles segmentos de mercado carácter dixital, como o contido OTT, a realidade virtual ou a publicidade dixital” (Xunta de Galicia. Vol. 2, 2020: 23)

A contribución da formación en publicidade nos beneficios xerais e económicos da contorna tamén ten sido contrastada na ampla experiencia do Grao. Non podemos perder de vista que o cambio da Licenciatura ao Grao (ano 2008) conforme ao modelo do Espazo Europeo de Educación Superior marcou, inda máis se cabe, a tendencia a unha **formación en base a competencias profesionais**. Ditas competencias foron recollidas no Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación (ANECA, 2004 - [ver](#))<sup>3</sup> e contribuíron á creación de catro perfís profesionais que, na actualidade, son os que se traballan na titulación do Grao en Publicidade e Relacións Públicas da Universidade de Vigo:

- Director/a de comunicación, investigador/a e consultor/a estratéxico en Publicidade e Relacións Públicas.
- Investigadores/as, planificadores/as e compradores de medios
- Creativo/a e deseñador
- Xestor/a de Comunicación Corporativa

Sen embargo, o ámbito da comunicación caracterízase por ser cambiante, e así, aparecen e consolidanse novos perfís profesionais con certa asiduidade (López, Papí e Martín, 2016 - [Ver](#))<sup>4</sup>, sendo necesaria unha reflexión permanente sobre a realidade de sector que, amosando unha clara aceptación e demanda destes perfís, precisa dunha **renovación constante**.

	PRP				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥70%	ND	78,2%	73,2%	55,7%
Tasa de abandono.	≤12%	6,8%	12%	8%	8%
Tasa de eficiencia.	≥95%	97,2%	95%	95%	95%
Tasa de rendimento (IM03)	≥90%	91%	91%	92%	92%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	97%	96%	97%	99%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	95%	95%	94%	x
Tasa de ocupación	≥100%	101	106	109	108
Tasa de preferencia	≥150%	143	195	185	159
Tasa de adecuación	≥85%	84,16	78,3	85,32	82,41
Evolución número de alumnos matriculados	ND	420	435	444	450
Duración media dos estudos	4	4,25	4,38	x	4,77

#### Puntos febles detectados:

Taxa de Estudantes que participan en programas de mobilidade internacionais  
Grao satisfacción persoas tituladas

#### Accións de mellora a implantar:

Mellorar a información, a coordinación co profesorado e a estimulación de alumnado, fundamentalmente, de cursos pasados para que presente e supere o seu TFG. Necesidade de mellorar a taxa de Estudantes que participan en programas de mobilidade internacionais así como o grao de satisfacción das persoas tituladas

#### Evidencias nas que se baseou a valoración:

E9: Plans de mellora derivados da implantación do SGC.

- Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.
- Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación.

**Indicadores:**

- I1: Evolución do número de estudantes de novo ingreso por curso académico.  
 I12: Evolución dos indicadores de resultados.  
 Tasa de graduación.  
 Tasa de abandono.  
 Tasa de eficiencia.  
 Tasa de rendimento.  
 Tasa de éxito.  
 Tasa de avaliación (distinguir entre alumnado a tempo completo e a tempo parcial).  
 I13: Relación de oferta/demanda das prazas de novo ingreso.  
 I14/I016-D0: Resultados de inserción laboral/Tempo medio para atopar emprego.  
 I010-D0: Duración media dos estudos.

## Seguimento da titulación de Grao en Comunicación Audiovisual

### CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN E DESENVOLVEMENTO

**Estándar:** o programa formativo está actualizado e tense implantado de acordo ás condicións establecidas na memoria verificada.

Analizar e valorar si o desenvolvemento do plan de estudos realizouse conforme á memoria verificada e non se produciron incidencias graves, o que permitiu unha correcta adquisición das competencias por parte do alumnado

**Reflexión/comentarios que Xustifiquen a valoración:**

Os mecanismos de coordinación docente establecidos na memoria e que cada ano se desenvolven no título permiten controlar, analizar e reflexionar se realmente se cumpre o plan de estudos, evitando baleiros e duplicidades, controlando a adquisición de competencias e a evolución na aprendizaxe do alumnado. Desta forma, existen varios niveis de coordinación establecidos que funcionan en distintas fases da planificación docente, sendo a comisión académica de Grao o punto fundamental onde se resolve e dirime calquera problema que puidese xurdir, de forma anticipada.

O programa académico do Grao en Comunicación Audiovisual da Universidade de Vigo mantén a súa vixencia como titulación de alta demanda (47 prazas cubertas sobre 45 de oferta). Este ano, apreciamos un aumento no índice de satisfacción do alumnado, que pasou do 2,52 puntos no curso 2021-2022 a 3,00 no 2022-2023. Se no informe do ano anterior no que se experimentara un descenso neste índice e apuntábamos como posible causa a ausencia dun Coordinador de Grao. Neste curso existiu a figura de Coordinadora que tratou de dar resposta e atender a demanda dos alumnado e profesorado. Atopámonos, por tanto, con que os datos de satisfacción do alumnado os distintos bloques durante o curso 2022-2023 melloran sobre todo o calendario das probas de avaliación (3,77) e o dato peor valorado é a implicación da Facultade na resolución de problemas e na mellora da titulación (2,15). Atopamos unha valoración superior ao 3 nos recursos humanos (3,0), nos recursos materiais (3,25), na información e transparencia (3,05) e nos resultados da aprendizaxe (3,08) nunha clara valoración positiva do Grao en Comunicación Audiovisual.

En canto ao índice de satisfacción das persoas egresadas hai un descenso acusado no curso 2022-2023 (2,35) este dato continúa o descenso dos últimos dous cursos: 3,2 no curso 2021-2022, 3,5 no curso 2020-2021.

A análise por bloques dos últimos resultados arroxa datos moi homoxéneos nos últimos anos, oscilando entre os resultados do bloque 3 referidos ao sistema de garantía, por baixo do 3 a evolución deste dato pasou de manter unha evolución positiva

ata o curso 2019-2020 (3,00) e comezar un descenso no 20/21 que chega a alcanzar o 2,38 no curso 2022-2023; e os resultados asociados ao bloque de organización e desenvolvemento, ascende a 3,27 neste curso despois de ter un descenso puntual no curso 2021-2022. Debemos destacar, o descenso doutros ítems que a pesar de ser superior a 3 baixan considerablemente.

Os recursos humanos descenden do 3,79 do curso 21/22 a un 3,0 no curso 2022-2023 por parte do persoal egresado., polo que se debe facer unha valoración deste descenso de máis de medio punto. Cabe destacar que un dos maiores cambios foi o número elevado de invitacións cun total de 6 dentro dun modelo no que, unha vez máis, son maioritarios os profesores asociados (11) fronte os 16 do curso 2021-2022 e minoritario o profesorado axudante doutor (1). O perfil práctico do profesorado asociado é moi valorado polos estudantes e a pesares da configuración dos recursos humanos, estase cumprindo coas demandas dos estudos de calidade ao contar xa con 16 sexenios de investigación entre o profesorado, aumentando en 3 respecto do curso anterior.

No relativo á coordinación vertical, observamos como os procesos son claros e son moitos os docentes implicados nos mesmos en cada unha das coordinacións. En canto á coordinación horizontal, existen unha serie de procesos onde se consegue lograr esa coordinación, dunha forma máis concreta sería:

1. Elaboración das guías docentes. Partindo de que a coordinación entre materias resulta imprescindible, no proceso de elaboración das guías docentes ponse o foco nese aspecto. As guías son elaboradas polos docentes, revisadas polos coordinadores de módulo, tendo sempre como referencia as fichas de cada unha das materias recollidas na memoria, e apróbanse na Comisión de Grao, tendo que ser ratificadas na Xunta de centro. Publícanse na web do centro.

2. Planificacións das materias. Ao comezo de cada un dos semestres desde a coordinación do título pídesse aos coordinadores/as das materias (profesores das materias ou, no caso de que sexan varios docentes, ao docente que consta en POD como coordinador) que elaboren planificacións temporais nas que se plasman semana a semana, segundo un modelo normalizado, os temas que se desenvolven nas sesións teóricas e os contidos das prácticas programadas na aula. Esas planificacións son revisadas, en primeiro termo, polos coordinadores/as de módulo, revisando de novo posibles duplicidades de contidos e tentando distribuír a carga de traballo e o sistema de avaliación continua de forma equilibrada; sendo sometidas, finalmente, a unha segunda revisión por parte do coordinador da titulación. Todas estas planificacións son publicadas ao inicio do semestre no espazo de cada materia no campus virtual da Universidade de Vigo (moovi.uigo.gal).

3. Informes de PAT. Cando existe algún problema relacionado co contido ou o desenvolvemento da docencia dalgunha materia, detéctase facilmente nos informes de PAT, que de forma puntual os tutores fan ao longo do curso académico. Estas incidencias son analizadas rapidamente coa coordinación do grao, quen o traslada á Comisión para decidir como actuar en cada caso para atopar unha rápida e efectiva solución.

Nos poucos informes de PAT recompilados faise alusión a problemas no relativo a organización dos grupos de prácticas xa que os estudantes se dividen por orde alfabética pero non se contaba con listaxes de matrícula actualizados ao ser o período da mesma máis lonxe que o do comezo de clases. Ademais dos referidos informes de PAT, a Coordinación do título permitiu levar a cabo os procedementos habituais:

1.- Elaboración das guías docentes e modificación ou adaptación das competencias nas materias. As mesmas foron aprobadas na Xunta de Facultade sen incidencias.

2.- Coordinación entre materias. Non se rexistrou ningunha incidencia a este respecto.

3.- Reunións de módulo. Sen incidencias.

4. Informes de PAT. Xa aludidas con anterioridade.

A implantación do novo título avanzou de forma adecuada e conseguíuse unha estrutura da docencia máis estable que permitirá una menor flutuación dos grupos de aula nos vindeiros cursos. No momento actual o título antigo mantén un TMG de 30 estudantes nos grupos de teoría e 12,3 nos grupos de prácticas mentres que o novo título chega aos 39,70 estudantes nos grupos A de teoría, 15,38 nos grupos B e 13,23 nos grupos C. Deste xeito se está conseguindo unha optimización de espazos e de horas de docencia coa totalidade dos estudantes nos grupos de teoría cunha carga horaria menor e uns grupos de prácticas equilibrados e coa posibilidade de crear grupos de traballo equilibrados e eficientes tendo en conta os espazos e materiais necesarios para o desenvolvemento das materias.

A superación da COVID-19 e a chegada da normalidade na mobilidade facilitou que no ano 2022-2023 11 alumnos saísen ao exterior, 8 con destinos internacionais e 3 con destino estatal. En canto ao alumnado que proveñen de institucións de fóra recibimos un total de 8 persoas. O que fai que alcancemos xa unha cifra de normalidade previa á pandemia.

O nomeamento dunha nova Coordinadora de Grao supuxo unha reactivación da Comisión Académica do Grao en Comunicación Audiovisual, delegada da Xunta de Facultade do centro. Dita comisión é a responsable de articular o sistema de vixilancia e seguimento de implantación das competencias do título, así como da escoita e comunicación tanto do colectivo de alumnado a través dos títos de PAT como coa dirección do centro e co profesorado. O seguimento e os correspondentes informes de PAT foron realizados con continuidade no curso 2022-2023.

As prácticas externas están recollidas no plan de estudos como unha materia de 12 créditos ECTS. Dada a peculiaridade destes contidos formativos cóntase cun coordinador ou coordinadora de prácticas que é membro nato da Comisión do Grao. Neste foro mantense información constante do desenvolvemento desta materia. Cada curso académico realízase unha revisión do desenvolvemento das prácticas, elabórase unha listaxe coas empresas dispoñibles e o número de prazas ofertadas, sempre tendo en conta os resultados do curso académico anterior. Debemos engadir que o sistema conta con informes finais do alumno, o empregador e o titor académico, nos cales se recollen impresións e valoracións do estudante pero tamén unha estimación das súas habilidades realizada polo empregador.

Non podemos perder de vista que os convenios para a realización de prácticas externas de este e todos os títulos de Universidade de Vigo son xestionados de forma institucional, centralizando a firma destes e xeneralizando a súa xestión de forma que a oferta diríxase a toda a universidade e non só a uns títulos limitados. A información a este respecto pode consultarse, por tanto, de forma directa, na web da Universidade.

Debe facerse especial mención ao Traballo de Fin de Grao (TFG) xa que este foi obxecto dun especial seguimento durante o curso 2022-2023 buscando melloras con respecto a cursos anteriores no relativo a taxa de éxito e de finalización. O Coordinador de TFG empregou un pormenorizado de prazos e avisos para tentar frear a tendencia de estudantes que non finalizan o proxecto. Como resultado final, segundo o informe elaborado polo coordinador:

No curso 2022-2023 continuouse a liña do curso anterior: matricularonse 57 alumnos dos que 47 foron de primeira matrícula e 20 repetidores. Defendéronse un total de 42 traballos. Este ano obtivéronse unha moi boa taxa de alumnado que superou o Traballo Fin de Grao que alcanzou o 100% de aprobados. A taxa de repetidores de primeira convocatoria ten baixado de 26.8% ao 10,6%.

A revisión de datos tamén fai ver que a “taxa de abandono” e os “non presentados” aumenta co número de convocatorias, o que expresa unha clara desmotivación do alumnado e que se incrementa co número de matrículas que se vai consumindo. Deste xeito, semella preciso continuar con medidas que incentiven a presentación do TFG na primeira matrícula e animar a aquelas persoas do plan antigo pendente de titular a que defendan o seu traballo antes de que se extinga.

#### Puntos débiles detectados:

- Mellora na recollida de informes PAT.
- Mantemento de medidas para fomentar a presentación dos TFGs en primeira matrícula.

#### Accións de mellora a implantar:

- Reactivar o sistema de PAT segundo o establecido na normativa.
- Continuidade nos plans de mellora vencellados co fomento da presentación do TFG.

#### Evidencias nas que basea a valoración:

E1: Memoria vixente do título

E2: Informes de verificación, modificación, seguimento e renovación da acreditación do título, incluíndo os plans de mellora

E3: Perfil de ingreso do alumnado(gra)

E4: Guías docentes (actividades formativas, metodoloxías docentes e sistemas de avaliación, por materia e curso académico)

E5: Actas das reunións da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade

E6: Listaxe de estudantes que solicitaron recoñecemento de créditos indicando o número de créditos recoñecidos (por prácticas, títulos propios, experiencia profesional, etc.).

QSP relacionadas coa organización e desenvolvemento da ensinanza

**Indicadores nos que se basea a valoración:**

I1/I04-AC: Matrícula de novo ingreso por prescripción  
 I2: No caso de mestrado, número de estudantes de novo ingreso por titulación de procedencia  
 I3/I09-DO: Indicadores de mobilidade (número de estudantes que participan en programas de mobilidade, relación entre estudantes que participan en programas de mobilidade e estudantes matriculados,...)  
 I09(2)-DO: Estudantes estranxeiros  
 I4/I05-DO/ I06-DO/ I07-DO/ I08-DO: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a organización e desenvolvemento da ensinanza.  
 I01-AC: Nota media de acceso  
 I01(2)-AC: Nota mínima de acceso  
 I02-AC: Ocupación  
 I03-AC: Preferencia  
 I03(2)-AC: Adecuación  
 I04-AC: Matrícula de novo ingreso por preinscripción  
 I15: media de alumnos por grupo de docencia.

**CRITERIO 2. INFORMACIÓN E TRANSPARENCIA**

**Estándar:** A institución dispón de mecanismos para comunicar de maneira axeitada a todos os grupos de interese as características do programa e dos procesos que garantan a súa calidade.

Analizar e valorar se a información relevante sobre o título é pública e se atopa dispoñible, en tempo e forma, para todos os axentes implicados no mesmo (estudantes, empregadores/as, administracións educativas e outros grupos de intereses).

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

Toda a información relevante do título está publicada na web da Universidade de Vigo e na da Facultade de Comunicación (<https://fcom.uvigo.gal/>), e entre as dúas existen conexións. No espazo que a Universidade de Vigo destina ao grao de Comunicación Audiovisual atopamos toda a información recollida na memoria do título e de interese público: descrición do título, saídas profesionais, obxectivos xerais da titulación, mobilidade, regulamentos e normativa aplicable. Ademais desta información principal pódese acceder ao portal de admisión e matrícula da Universidade para os alumnos de novo ingreso. A web tamén proporciona unha información completa sobre todas as materias que se imparten no grao (Guías docentes: competencias, resultados de aprendizaxe, contidos, planificación, metodoloxías docentes, atención personalizada, avaliación, bibliografía, recomendacións e plan de continxencia) e sobre o profesorado (categoría, contacto, departamento, docencia nos 10 últimos cursos, titorías e traballos dirixidos).

A páxina web do centro, coa ligazón á información xeral sobre o grao, e a información dinámica do mesmo (horarios, profesorado, exames, guías docentes, etc..) accesible tamén desde a portada do centro a portada en apartado específico da titulación, que permite un acceso á información máis dinámica, materias e profesorado, guías docentes e coordinación; e achegando tamén información sobre aquelas cuestións que cada curso é necesario actualizar: horarios, espazos dedicados á docencia e exames.

“A Canteira” ocupa un espazo principal en en a web do centro, unha iniciativa orientada a buscar a empregabilidade do alumnado de Comunicación Audiovisual e a visibilidade do título. A web é un portal no que os egresados presentan os seus traballos co obxectivo de que as empresas tivesen a posibilidade de coñecer mellor o seu talento á vez que se visibiliza a titulación e as competencias adquiridas polos alumnos.

En definitiva, a información relevante sobre o título é pública e atópase dispoñible, en tempo e forma para os axentes implicados a través de web do centro e da titulación. A accesibilidade da información sobre a titulación é dos epígrafes valorados de forma máis consistente polos alumnos nas enquisas de satisfacción.

**Puntos febles detectados:**

- Non se detectan.

**Accións de mellora a implantar:**

- Non se contemplan.

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E6: Páxina web do título/centro/universidade (información referida ao anexo II)

R1- DO0301P1: Plan operativo de información pública

QSP relacionadas coa transparencia e/ou información pública

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a satisfacción coa web e/ou a información pública.

### CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDADE

**Estándar:** A institución dispón dun sistema interno de garantía da calidade formalmente establecido e implementado que asegura, de xeito eficaz, a mellora continua da titulación.

Analizar a implantación do Sistema de Garantía de Calidade (SGC) e valorar a súa contribución á mellora continua do título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen la valoración:**

A Facultade de Comunicación conta cun Sistema de Garantía de Calidade (SGIC) recollido no correspondente Manual de calidade e o desenvolvemento de todos os procedementos estratéxicos. Precisamente estes procedementos son os que permiten o bo funcionamento no relativo á recollida da información de forma continua e directa. O bo funcionamento da Comisión de Calidade garante, ademais, a análise dos resultados e facilitar unha toma de decisións por parte do equipo de dirección en base a datos obxectivos e sempre tendo en conta o marco da Memoria do Grao (e as súas posteriores modificacións) como os Informes de Dirección.

Coa intención de contar cun sistema garantista, a incorporación do responsable de Calidade do centro na Comisión Académica do Grao en Publicidade e Relacións Públicas garante que os procedementos do SGIC funcionan de forma correcta. A Comisión de Grao é o foro onde se tratan os aspectos relacionados coa docencia e o correcto desenvolvemento do Grao, polo que é nesta Comisión centralízanse as principais incidencias que se poden producir.

Obviamente, dentro do relativo á calidade do centro ten un especial papel o Plan de Acción Titorial (PAT). En caso do Grao en Comunicación Audiovisual noméanse catro titores (un por cada un dos cursos) que realizan entre dous e tres reunións anuais de seguimento (inicio do curso, final do primeiro semestre e final do segundo semestre). No curso 2020-2021 non se puideron completar eses informes debido á ausencia dun Coordinador de Grao que pivotara esa xestión, sendo necesario normalizar esta situación durante o curso vixente.

Ademais do seguimento regrado a través do PAT, tamén se buscan outras medidas que contribúen ao correcto desenvolvemento do grao. A coordinación de grao encárgase de convocar reunións con alumnado, coa coordinación de TFG, coa coordinación de prácticas, co profesorado, etc.

Finalmente, a Universidade conta cun procedemento de suxestións e reclamacións, a través da Secretaría En liña, denominado “Caixa de correos QSP” en base á correspondente normativa de queixas, suxestións e felicitacións da universidade. O sistema encárgase de dar trámite ás demandas presentadas de tal forma que as mesmas se dirixan directamente ao responsable institucional das mesmas. Establécese un prazo de 15 días para dar resposta.

A plataforma do SGIC conta cunha utilidade para a xestión das accións de mellora que se establecen ante as debilidades detectadas en cada titulación. Este sistema permite a consulta desas debilidades e establece unha revisión anual dos resultados e o desenvolvemento de cada título a través do Informe de Revisión pola dirección contemplándose tamén a posibilidade de que se realicen avaliacións externas ligadas a programas de calidade. O SGIC contempla, en calquera caso, un sistema de seguimento do título, indicando ademais procedementos para modificacións que poidan contribuir á mellora do mesmo. O programa facilita a “trazabilidade” das accións.

Como xa se indicou, a integración do responsable de Calidade nas Comisións Académicas dos distintos títulos contribuíu a mellorar os procedementos de calidade en termos de implicación dos distintos grupos de interese (profesorado, alumnado e persoal de administración e servizos). Con todo, segue sendo necesario mellorar os resultados de valoración do SGIC por parte do alumnado, aínda que se entende que devanditos resultados gardan relación coa falta de coñecemento sobre o mesmo.

**Puntos febles detectados:**

**Accións de mellora a implantar:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixo nivel de coñecemento do SGIC, o que supón unha mala valoración do mesmo.</li> <li>• Sistema de Garantía de Calidade certificado en canto á súa implantación.</li> <li>• Baixo nivel de participación de alumnado e PAS nas enquisas de satisfacción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar as accións de comunicación en torno ao SGIC no centro, xerando unha cultura de calidade consolidada.</li> <li>• Poñer en marcha o proceso de certificación de implantación do SGIC.</li> <li>• Reforzo da comunicación xenérica que leva a cabo a UVigo, implicando ao profesorado e coordinadores de módulo e PAT.</li> </ul>
<p><b>Evidencias nas que se baseou a valoración:</b>  E5: Actas das reunións celebradas, da Comisión Académica /Comisión de Titulación/<u>Comisión de Garantía de Calidade</u>  E10: Documentación do SGC (Política, <b>obxectivos de calidade</b>, manual e procedementos)  E11: Evidencias da implantación dos procedementos do SGC (procedementos completos, revisados e actualizados que desenvolven as directrices do SGC: Política de calidade, deseño, revisión periódica e mellora dos programas formativos, garantía da aprendizaxe, ensinanza, avaliación centrados no estudante, garantía e mellora da calidade dos recursos humanos, garantía e mellora da calidade dos recursos materiais e servizos e información pública)  E12: Plans de mellora derivados da implantación do SGC  EA4: Informe de certificación da implantación do SGC (no seu caso)</p> <p><b>Indicadores nos que se baseou a valoración:</b>  I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre a xestión da calidade  I5: <b>Resultados dos indicadores asociados aos obxectivos de calidade do centro</b></p>	

## CRITERIO 4. RECURSOS HUMANOS

<p><b>Estándar:</b> O persoal académico e de apoio é suficiente e axeitado de acordo coas características do título e o número de estudantes.</p> <p>Analizar e valorar a adecuación do persoal académico e de apoio que participa no título obxecto de avaliación.</p>
<p><b>Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:</b>  O actual sistema de contratación do profesorado, segundo as normativas vixentes de ámbito estatal e autonómico, garante que o persoal docente conta cun nivel de cualificación suficiente e cada vez máis competitivo.</p> <p>Os datos apúntannos unha clara estabilidade do persoal docente, que se consolidou, precisamente, nos últimos cursos. A vinculación do persoal docente cos cargos institucionais da universidade, o centro e o departamento fan necesaria a contratación de profesorado asociado que cobre temporalmente horas de docencia, á vez que achega unha perspectiva profesional moi enriquecedora para os/as estudantes.</p> <p>O profesorado que participa no Título é suficiente e o seu grao de dedicación, a súa cualificación e experiencia son adecuados para levar a cabo o plan de estudos proposto. Neste curso contemplouse unha mellora no relativo a consecución de sexenios de investigación e á consolidación de prazas de profesorado. De tódolos xeitos mantense unha importante presenza de profesorado asociado respostando así ao modelo previsto e á orientación práctica do título, a súa sensibilidade á evolución industrial e os seus procesos e a posta en valor do establecemento de nexos co sector industrial naquelas materias, fundamentalmente os dous últimos cursos da titulación, que mostran unha carácter máis profesionalizante.</p> <p>No referido á experiencia docente podemos afirmar que máis do 70% do profesorado a tempo completo ten un mínimo de 10 anos de experiencia docente na titulación. Os CVs do profesorado e materias impartidas están accesibles así mesmo na páxina web do Grao, nas apartado “materias e profesorado”:  <a href="https://fcom.uvigo.gal/comunicacion-audiovisual/profesorado-comunicacion-audiovisual/">https://fcom.uvigo.gal/comunicacion-audiovisual/profesorado-comunicacion-audiovisual/</a></p> <p>A participación das e os docentes nos programas de formación e mobilidade é adecuada aos obxectivos expostos na memoria. No curso 2022/23 un total de 11 profesores participaron dos programas de formación e 1 participou nun programa de mobilidade, este dato continúa a tendencia da Covid e debemos tratar de melloralo. Os resultados das enquisas de satisfacción cumpren as metas de calidade nos cursos dos que hai datos dispoñibles e tanto paraprofesorado, estudantes e</p>

graduados.

Polo demais, no caso do título, non se evidenciaron incidencias relacionadas co persoal docente ou de administración e servizos. A aplicación e posta en marcha dun novo regulamento de préstamo de material audiovisual solucionou as incidencias que en cursos anteriores detectáronse ao respecto en relación co gabinete audiovisual do centro aínda que persisten en certa medida debido a ausencia dun terceiro técnico que poda asistir en caso de baixa dalgún dos dous que forman na actualidade o gabinete ou o reforzo do mesmo en situacións de alta demanda.

Os servizos específicos de apoio do centro están recollidos pormenorizadamente na web da Facultade. A Universidade puxo en marcha nestes anos unha centralización dos servizos do campus, polo que se trata dunha maior cantidade de persoal e áreas, aínda que se dedican a varios centros. Da mesma forma, a Universidade dispón dunha serie de servizos de apoio aos centros que son xerais (E16), pero dos que sen dúbida dependen o correcto desenvolvemento da docencia do Grao.

Ademais do anterior, o deseño da Relación de Postos de Traballo (RPT) da Universidade permitiu contar cun informe sobre os recursos humanos de apoio dispoñibles para o centro (E16), existindo unha necesidade de contratación para chegar ás cifras finais propostas que dependerá, en todo caso, da política de contratación da Universidade.

Desde outro punto de vista, podemos ter en conta os resultados da última enquisa de satisfacción do Persoal de Administración e Servizos do curso 2021-20213 (realízase bianualmente), referidos á Facultade de Comunicación. Nese estudo o nivel de satisfacción xeral sobre a xestión da titulación mantense en 4 puntos sobre 5. Ademais disto, a propia opinión do PAS sobre os recursos humanos resulta moi positiva. Así, na pregunta sobre a valoración da dotación do PAS adscrito, obtéñense 4,5 puntos.

**Puntos febles detectados:**

- Incidencias Gabinete Audiovisual

**Accións de mellora a implantar:**

- RRHH dependentes da área de administración de centros

**Evidencias nas que se baseou valoración:**

E15: Plan de ordenación docente do título: Información sobre o profesorado (número, experiencia docente e investigadora, categoría, materias que imparte, área, etc.). No caso de profesionais externos, solicitarase un currículo breve  
E16: Información sobre o persoal de apoio (número, experiencia profesional, categoría, etc.)  
R2-PE02 P1: Informe para os responsables académicos ( DOCENTIA)

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre aspectos relacionados co persoal docente e o PAS e fundamentalmente resultados da enquisa de satisfacción do PAS e PDI

I6/I017(2)-PE: Porcentaxe de participación do profesorado da titulación en plans de formación da Universidade e en actividades formativas específicas

I7/I017-PE: Porcentaxe de participación do persoal de apoio do centro en plans de formación da universidade e en actividades formativas específicas.

I8: Resultados das enquisas de avaliación da docencia e a súa evolución

I9: Porcentaxe de profesorado avaliado polo programa DOCENTIA ou similares e resultados obtidos

I10: Evolución dos indicadores de mobilidade (número, porcentaxe de profesores/as que participan en programas de mobilidade sobre o total do profesorado do título)

I15: Media de alumnos por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva,...)

I02-PE: Cualificación do PDI

I03-PE: Resultados de investigación de carácter académico(Sexenio)

I03(2)-PE: Profesorado por categoría

## CRITERIO 5. RECURSOS MATERIAIS E SERVIZOS

**Estándar:** Os recursos materiais e servizos postos a disposición do desenvolvemento do título son os axeitados en función da natureza, modalidade do título, número de estudantes matriculados/as e competencias a adquirir polos/as mesmos/as. Analizar e valorar se os recursos materiais e servizos postos a disposición do estudantado son os axeitados ás necesidades do título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:****INFRAESTRUTURAS**

A Facultade de Comunicación, que acolle o título, conta con espazos adecuados para o desenvolvemento dos diferentes tipos de docencia. De feito, diferénciase claramente entre as aulas de gran tamaño e distribución en banco corrido para os grupos A (clases teóricas de 50 alumnos) e os seminarios de pequeno tamaño para os grupos B e C (clases prácticas e seminarios de 25 estudantes). Ademais diso, podemos observar na descrición dos espazos do centro, a dispoñibilidade dun laboratorio de son e dous laboratorios de radio, un estudio de TV (recentemente reformado) e un estudio de cinema, ademais dun estudio e laboratorio de fotografía; infraestrutura que se completa cunha aula de produción e dous laboratorios de posprodución, todos estes espazos específicos para o desenvolvemento das correspondentes materias do plan de estudos. No centro tamén se dispón de aulas de informática, de acceso a internet e de videoconferencia, que cobren as necesidades transversais de formación.

Tampouco podemos perder de vista que o deseño do plan de estudos require traballo autónomo do alumnado, na medida que os créditos supoñen só 1/3 de presencialidade. Por esta razón realizáronse notables esforzo por optimizar a dispoñibilidade de espazos de traballo autónomo ou en equipo para usar de forma independente polos estudantes. De feito, esta era unha das cuestións que, durante varios cursos, foi demandada polo alumnado e que conseguiu solventarse en cursos pasados.

En canto a recursos adicionais, o feito de que a Facultade de Comunicación sexa o edificio de maior tamaño do campus, supón que os alumnos/as do Grao dispoñan no mesmo do salón de actos principal (con 400 prazas), que acolle o desenvolvemento de congresos e actividades diversas e da Biblioteca Central do Campus, con 304 postos de lectura e recursos xerais e específicos do título. O desenvolvemento da actividade organizativa do centro e do título realízase na Sala de Xuntas (60 prazas) e nas dúas salas de reunións (12 e 24 postos cada unha). O feito de que o anterior título de Licenciatura xa contase con traballo de fin de carreira permitiu que a día de hoxe se dispoña no centro dun Salón de Graos, que é fundamental para a defensa de TFG, TFM e Teses de doutoramento.

Ademais dos espazos sinalados, sacouse partido ás zonas comúns do centro, coverténdoas en espazos expositivos que acollen iniciativas creativas do alumnado (exposición de fotografía, exposición de aparellos antigos vinculados cos medios de comunicación, actividades de clase –mitins, presentacións, encontros– proxección de películas ou vídeos, etc.).

**SERVIZOS**

Como xa adiantamos, o centro conta cunha serie de servizos de carácter común e outros específicos para as necesidades dos títulos que acolle. Así, ademais da Biblioteca Central do Campus, xa mencionada, dispónse de cafetería e comedor. En canto a outros servizos máis directamente vinculados cos estudantes, os servizos administrativos foron centralizados no edificio da Escola de Enxeñería Forestal (situado fronte ao edificio da Facultade de Comunicación), ampliándose as súas funcións e o número de efectivos de persoal, aínda que estes se dediquen a máis centros. O único PAS administrativo situado na Facultade é a Secretaría de Decanato. A Facultade de Comunicación acolle, tamén, o Servizo de Atención a Usuarios/as de Microinformática (SAUM), que atende todos os centros do campus, pero que ten nesta Facultade o seu campo fundamental, ao ser o centro con maior despregamento de recursos técnicos.

En canto aos servizos específicos do título, cóntase cun Gabinete Técnico de Audiovisuais, no que tres persoas prestan servizo de mantemento e preparación dos materiais audiovisuais dos que dispón o centro. Este gabinete encárgase da xestión do material audiovisual, existindo un sistema automatizado propio para a reserva e autorización de uso deses materiais, ademais de velar polo cumprimento da normativa de utilización dos laboratorios do centro. Obviamente, moitos deses materiais son máis específicos do título de Grao en Comunicación Audiovisual.

**RECURSOS MATERIAIS**

Comezando polos recursos audiovisuais xa indicados, a Facultade dispón de diverso material audiovisual de préstamo que inclúe cámaras de vídeo, cámaras DSLR, cámaras Mirroless e black magic pocket cámara. Tamén material de iluminación portátil, material de gravación de audio mediante diversos tipos de microfonía e gravadoras portátiles e, por suposto, sorpotes de cámara como SteadyCAM, FlyCam, Rig, Travelling, Slider, etc. Un equipo de traballo composto polos docentes das materias que fan uso destes recursos e o persoal do gabinete técnico encárgase de planificar as compras e reparacións, garantindo a permanente actualización dos equipamentos. O orzamento do centro conta, anualmente, cunha partida específica

para actualización dos laboratorios que oscila entre os 10.000 e os 15.000 euros, realizando planificación a medio prazo para investir adecuadamente estes recursos mediante a xestión do Vicedecano de infraestruturas e o de Comunicación.

Comunicación audiovisual da Universidade de Vigo é unha titulación que require dun investimento constante na actualización de equipos debido tamén á alta volatilidade da tecnoloxía asociada á actividade académica do título.

Así, ademais dos fondos específicos destinados a laboratorios que permitiu a mellora de equipos informáticos para o tratamento de imaxes en postproducción, así como da compra de cámaras e equipamento específico asociados a novas materias da renovación do plan de estudo, destinouse unha partida específica á renovación do equipamento asociado ao estudio de TV. Así mesmo mellorouse o equipamento asociado a contornas de creación audiovisual non convencional, equipamento para a creación audiovisual en tempo real e contornas comunicativas interactivas.

En canto aos recursos informáticos, tamén se debe mencionar a existencia de tres salas de informática equipadas con ao redor de 90 postos de traballo. Do mesmo xeito que nos casos anteriores, realízanse esforzos económicos anuais para manter estas salas actualizadas, pero a velocidade de cambio dos programas e a limitación dos recursos necesarios provocan que sexa moi complexo mantelos ao día. En relación con isto, convén destacar no curso analizado a elaboración dos pregos por parte do Centro para renovar e ampliar as licencias de programas da contorna Adobe, os máis demandados polo alumnado e profesorado do Grao, reservando o 50% desas licenzas para equipos instalados na Facultade e o outro 50% para dispositivos persoais dos estudantes, cumprindo así, ademais, coas recomendacións do Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación do título, que sinala a necesidade de garantir que o alumnado teña acceso ao software necesario para a adquisición de todas as competencias e resultados de aprendizaxe que lles serán esixidas na súa incorporación ao mercado. Ademais das salas específicas, todas as aulas do centro contan con equipos de informáticos e de proxección para a impartición de clase. Na actualidade está a traballarse para equipar tamén con ese tipo de recursos ás salas de reunións do centro, para as necesidades de virtualidade de moitas das actividades que deben realizarse.

Nos últimos anos observamos un aumento exponencial da preferencia dos alumnos e alumnas por empregar os seus propios equipos portátiles, contando as salas de informática cunha demanda inferior, tendencia que puxo sobre a mesa o problema da rede wifi do centro que, nalgúns picos de conexión, non resulta suficiente para dar servizo aos estudantes e ao persoal. Trasládáronse varias consultas sobre o tema e deberán exporse solucións a futuro para este problema que, sen dúbida, irase agravando. En todo caso, parece evidente que, de cara á implementación desas solucións de mellora, debe racharse coa actual uniformación da rede wifi de todos os centros da Universidade, é dicir, aplicar unha solución idéntica para todos eles, mudando esta estratexia por un modelo no que se teñan en conta as especificidades dos estudos que se desenvolven en cada centro e, en relación con isto, adaptando a rede wifi ás distintas necesidades de consumo de cada un.

Para o desenvolvemento da actividade docente tamén son importantes os recursos bibliográficos que, neste caso, están dispoñibles na Biblioteca Central do Campus. O sistema actual establecido pola Universidade é que os responsables da biblioteca realizan un seguimento da bibliografía recomendada incluída nas Guías Docentes das materias, garantindo a dispoñibilidade dos textos recomendados polos docentes. Ademais desta vía, existe un formulario de solicitude de bibliografía de investigación para os/as docentes. Tamén é fundamental indicar que cada ano, ao inicio do curso, realízanse sesións formativas para que os/as estudantes poidan sacar rendemento aos recursos da biblioteca.

Finalmente, en canto a recursos docentes, a Universidade conta coa plataforma de teledocencia Moodle denominada “Moovi”, cun espazo para cada materia do grao. Aínda que inicialmente estas plataformas se usaron como repositorio de documentación da materia, buscando unha redución do consumo de papel e unha maior accesibilidade ao material, na actualidade Moovi está a ser explotado, con carácter xeral, para o seguimento da avaliación continúa mediante o desenvolvemento e presentación de actividades en liña e mesmo permitiu a realización de exames non presenciais.

En canto a recursos docentes, debemos incidir en que, desde o curso 2019-2020 está dispoñible o sistema de Campus Remoto para a docencia virtual. Este sistema permite o seguimento de clases en liña de forma síncrona e con recursos adicionais para compartir materiais e presentacións. O sistema conta cun “espello” do centro no espazo virtual, de tal forma que todas as aulas e espazos contan cun semellante virtual coa mesma denominación. Isto deu lugar a que o curso 2020-2021 se iniciase o proxecto “Campus Integra”, que permite compaxinar ou combinar a docencia presencial e en liña. Ademais das aulas, tamén se implementaron despachos virtuais (salas de profesorado) para todos os/as docentes, con atención directa ao estudiantado en modo virtual mediante cita previa.

Por último, no relativo aos recursos administrativos, confírmase a total integración da Secretaría Virtual, mediante a cal os alumnos/as poden realizar a gran maioría dos trámites fundamentais: matrícula, convalidacións, solicitudes, queixas e suxestións, consulta de expediente, de bolsas, reserva de espazos, solicitude de dirección de TFG e mesmo a participación en actividades extra-académicas ou deportivas. A Universidade trasladou esta información a unha APP específica que pode descargarse a través da propia secretaría virtual (para IOS e Android). Esta dixitalización de procesos foi moi eficaz nalgúns aspectos como a matrícula, aínda que aínda non está completamente integrada no relativo a procedementos máis complexos, como solicitudes de recoñecemento ou convalidacións. Nestes casos os recursos administrativos son a existencia de persoal a disposición na Unidade centralizada de campus.

### **ORIENTACIÓN, ATENCIÓN E AXUDA AO ESTUDANTE**

A chegada do estudantado ao título de Grao parte, todos os anos, dunha sesión de acollida na que se lle facilita información directa sobre o funcionamento do título, o centro e a universidade. Dita sesión foi establecida nos primeiros plans de calidade do centro e segue sendo fundamental para o comezo da relación con eles/as. Unha vez que comeza o seu período formativo, debemos incidir na importancia do Plan de Acción Titorial, como forma de recoller opinións dos estudantes, pero tamén de orientación nos distintos cursos do grao.

Outra das vías de orientación fundamentais á chegada á Universidade atópase no “perfil de estudantes” da páxina web da UVigo, que conta con información sobre como facer a matrícula, os detalles de cada título e o acceso a axudas e bolsas, datos que se completan con información sobre transporte ou un Guía de Benvida. Esta guía inclúe información detallada e concreta sobre cuestións xerais como os órganos de goberno ou asuntos máis prácticos como a configuración da conta de correo ou o acceso á Secretaría Virtual, sendo importante, neste punto o relativo ás delegacións de estudantes. Esta información xeral para todos os novos alumnos/as, complétase, no relativo á Facultade de Comunicación, na propia web do centro, onde o estudante pode obter a información básica (horarios, espazos, ligazóns...) e mesmo se conta cun apartado de “info útil” con información práctica e teléfonos de interese.

En canto ao aloxamento, existe información específica de campus indicando residencias de estudantes e espazos residenciais disponibles, existindo unha plataforma propia da Universidade para atopar pisos de alugueiro, habitacións compartidas ou aloxamento con familias. O sistema BeRoommers está especialmente pensado para os/as estudantes internacionais e cóntase cunha guía de uso para poder realizar facilmente as reservas.

En canto ao sistema de acollida, guía e información ao alumno, o centro conta con tres vicedecanatos - alumnado, comunicación e calidade - que dedican esforzos para facilitar e mellorar a integración do alumnado. A maioría destas estratexias canalízanse a través da web do centro nalgún punto. Así, no apartado de estudantes, na portada da páxina, pódese acceder a: desde unha guía de benvida xenérica a unha específica do centro, pasando por información de acceso habitual como calendario académico, información sobre recoñecemento de créditos, prácticas ou TFG. Tamén se inclúe información sobre mobilidade aínda que existe un menú específico na web “ Students Mobility” <https://fcom.uvigo.gal/students-mobility/> que é de uso común tanto para alumnos externos de acollida como alumnos propios que desexan ou están a gozar de programas de mobilidade. No apartado de calidade hai un acceso para a presentación de queixas, suxerencias ou felicitacións e desde o Vicedecanato de comunicación hai un fluxo constante de información a través de redes sociais, correos electrónicos ou as pantallas físicas do centro.

Dunha forma máis directa, a Escola de Enxeñería Forestal acolle a Administración central de centros, que conta cunha carta de servizos nas que, entre outras cousa, indica como obxectivos fundamentais da unidade “xestionando de forma eficaz os recursos humanos e materiais así como os procesos económicos e académicos. Isto ten como finalidade prestar ás persoas usuarias un servizo eficiente, eficaz e de calidade”; é, por tanto, un punto fundamental para informar aos estudantes daquelas cuestións administrativas que precisen.

No relativo á axuda ao estudante durante o seu desenvolvemento académico, debemos facer alusión á atención á diversidade, que se centraliza na Unidade de Atención ao Estudantado con necesidades específicas de apoio educativo (UNATEN), encargada de “velar polos dereitos do alumnado e persoal con necesidades físicas, comunicativas, educativas, sociais e laborais especiais ou minimizadas por tendencias maioritarias na sociedade” e o cumprimento da normativa específica da universidade. A través desta unidade desenvólvese, para cada centro, o Programa de Integración de Universitarios/as con Necesidades Específicas de Apoio Educativo ( PIUNE) que ten como obxectivo apoiar aos estudantes con necesidades específicas. No caso da Facultade de Comunicación a posta en marcha do programa supuxo o nomeamento dunha coordinadora.

Tamén se ofrece orientación e axuda no relativo a Igualdade, contando cunha ligazón de igualdade no centro que se encarga de dar trámite aos problemas que poidan xurdir neste ámbito cara á Unidade de Igualdade da Universidade. Dita unidade encárgase de velar polo cumprimento do “Protocolo marco de actuación para a prevención e sanción do acoso sexual e por razón de sexo da Universidade de Vigo”, aplicable a todos os estamentos da comunidade universitaria incluíndo, evidentemente, aos estudantes.

O campus de Pontevedra tamén está integrado nun programa orientado á educación ambiental da comunidade universitaria. No momento actual o campus conta coa certificación internacional Green Campus, un recoñecemento que outorga a Fundación pola Educación Ambiental (FEE) e que, entre outras cousas, debe “implicar á comunidade universitaria na mellora ambiental do campus ou facultade que participa no programa”. No caso da Facultade de Comunicación é o Vicedecano de Infraestruturas e Asuntos Económicos quen participa no Comité Ambiental encargado do deseño e implementación dos distintos Plans de Acción postos en marcha. Nestes plans enuméranse accións xerais para todo o campus e específicas para o centro.

Tamén se presta atención á práctica do deporte por parte dos estudantes, algo que se xestiona a través do programa de Campus Activo, polo cal se ofrece unha plataforma de actividades que vinculan estas coa mellora da saúde. A oferta divídese por campus e en tres áreas: cultura, deporte e lecer e saúde e benestar. Neste último bloque ofrécense servizos de fisioterapia, medicina deportiva, nutrición e dietética e valoración funcional. Todas estas actividades están prioritariamente dirixidas aos estudantes.

### **PRÁCTICAS EXTERNAS**

O Plan de Estudos do Grao en Comunicación Audiovisual contempla a realización dunha materia denominada “Prácticas Externas: proxecto práctico profesional” cun valor de 12 ECTS. O procedemento para a realización desas prácticas é desenvolvido polo Coordinador/a de prácticas da titulación, quen publica unha listaxe de institucións ou empresas que ofertan prazas. A partir dese punto son os alumnos/as os que elixen o lugar onde realízanlas. As empresas ou institucións deben contar cun convenio vixente coa Universidade de Vigo; a proposta de convenio é realizada polo coordinador/a través da Secretaría Virtual da Universidade e, a partir dese punto, é xestionado pola Fundación Universidade de Vigo (FUVI), unha entidade sen ánimo de lucro creada en 1997 pola Universidade para impulsar actuacións no ámbito do emprego, o emprendemento e a formación, buscando que o alumnado conte cunha maior conexión co contexto socio-económico. No momento actual a Universidade de Vigo conta con 2.897 convenios, que poden consultarse a través da Secretaría Virtual da UVigo, dos cales 67 indican expresamente o seu interese específico en estudantes do Grao de Comunicación Audiovisual.

As prácticas externas atópanse adecuadamente regradas cunha normativa que homoxeneiza todos os títulos buscando unhas garantías no desenvolvemento das mesmas. Desta forma, os alumnos e alumnas realizan prácticas en empresas moi diversas, tanto específicas do sector da publicidade e a comunicación, como en departamentos de comunicación doutros sectores, polo que debemos partir dunha dispoñibilidade de lugares de realización de prácticas máis ampla que a destinada ao título.

Ademais das prácticas curriculares, os estudantes teñen posibilidade de realizar prácticas extracurriculares por un máximo de 150 horas adicionais e sen que condicione o expediente do estudante. Esta tipoloxía de prácticas externas é completamente xestionada pola Fundación Universidade de Vigo quen, ademais, realiza informes de resultado das mesmas.

Todo iso leva á configuración dun sistema de prácticas (curriculares e extracurriculares) moi garantista onde os alumnos realizan as súas estancias de formación en empresas de referencia e con garantías de seguridade e de desenvolvemento de competencias do título. O seguimento da calidade da experiencia do estudante pode establecerse a través dos informes finais presentados (concretamente o impreso D6) onde se indican aspectos positivos e negativos da experiencia. Da mesma forma, dispoñemos de listaxes de alumnos e alumnas que realizaron as prácticas nos cursos estudados (E20 / I11) indicando as empresas en que estas foron realizadas. Trátase dun informe realizado pola Coordinación de prácticas e que debería permitir un maior seguimento dos datos.

Na páxina web do centro ofrécense unha ampla e completa información sobre as instalacións e recursos cos que conta o centro e por conseguinte a titulación:  
<https://fcom.uvigo.gal/servizos/>

<b>Puntos febles detectados:</b>	<b>Accións de mellora a implantar:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsolescencia do estudio de TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adicar unha partida do orzamento específico anual á renovación do Plató de Televisión</li> </ul>
<b>Evidencias nas que se baseou a valoración:</b>	
E18: Información sobre os recursos materiais directamente relacionados co título	
E19: Información sobre os servizos de orientación académica e programas de acollida-PAT	
E20: Listaxe dos centros/entidades para a realización de prácticas externas curriculares e Extracurriculares.	
E21: Fondos bibliográficos e outros recursos documentais relacionados coa temática do título	
E22: Materiais didácticos e/ou tecnolóxicos que permiten unha aprendizaxe a distancia	
E23: Convenios en vigor coas entidades onde se realizan as prácticas externas	
<b>Indicadores nos que se baseou a valoración:</b>	
I4: Resultados das enquisas de satisfacción a tódolos grupos de interese sobre os recursos materiais e servizos	
I08-D0: Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas	
I11: N° de alumnado por centro de prácticas.	
I15: Media de alumnado por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva,...)	

## CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAXE

<b>Estándar: Os resultados de aprendizaxe acadados polos/as titulados/as son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES da titulación.</b>	
Analizar os resultados da aprendizaxe acadados polos/as estudantes e se son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES del título.	
<b>Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:</b>	
A taxa de éxito global do título mantívose ao longo de catro anos académicos nun 99%. No curso 2022-2023 aumenta do 98% do curso anterior ao 99%. Deste xeito, unha vez máis, debe incidirse na necesidade de que os estudantes rematen os seus TFG nos prazos establecido xa que, segundo informes do coordinador de TFG o alumnado retrasa a súa realización defensa. Chamamos á atención que novamente aumenta a taxa de abandono que aumenta a un 14,89% no curso 2022-2023 fronte a un 7,77% no 2021-2022.	
En canto aos resultados por materia, as taxas de éxito presentan unha tendencia constante e, durante o curso 22-23, aportaron cifras positivas de forma que todas as materias están por riba do 90%.	
<b>Puntos febles detectados:</b>	<b>Accións de mellora a implantar:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non se detectan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non se contemplan.</li> </ul>
<b>Evidencias nas que se se baseou la valoración:</b>	
E4: Guías docentes das materias	
E24: Listaxe de traballos fin de grao/ fin de mestrado (título,tutor e calificación)	
E25/: Informes de cualificación por materia	
EA11: Informes de prácticas	
<b>Indicadores nos que se baseou a valoración:</b>	
I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese-Análisis xeral de resultados de todas as enquisas de satisfacción	
I12: Indicadores de resultados (taxa de éxito global do título e taxa de éxito por materia)	

## CRITERIO 7. RESULTADOS DE SATISFACIÓN E RENDEMENTO

**Estándar:** Os resultados dos indicadores do programa formativo son congruentes co deseño, a xestión e os recursos postos ao dispor do título e satisfán as demandas sociais da súa contorna.

Analizar os principais datos e resultados do título e valorar a evolución dun núcleo de indicadores mínimo. Comprobar se Os resultados adecúanse ás previsións e características do título.

Tal e como reflicte o indicador I13, os datos de matriculación están asociados a unha titulación de alta demanda, tal e como lanzan os datos do últimos tres cursos académicos. No curso 2022/23 presentou unha nota mínima de admisión de 10,2 cun aumento ao curso anterior que estaba situada en 10,1.

Os indicadores por materia mostran poucas variacións nos tres cursos avaliados presentando de forma xeral taxas de rendemento, éxito e avaliación por encima do 90%, con excepción fundamentalmente do traballo de fin de grao. Con todo este presenta unha mellora constante nos tres indicadores e fannos pensar que a mellora dos procesos de coordinación de TFG, xunto co labor de titorización do profesorado están a ser efectivas neste sentido.

No relativo á satisfacción do alumnado seguen producíndose dificultades para garantir a participación que neste último curso aumentou a un 25%. Cómpre seguir incidindo en labores de concienciación por parte do profesorado implicado para mellorar a representatividade da enquisa.

No caso do profesorado eo PAS tampouco atopamos datos.

O Grao de Comunicación Audiovisual da Universidade de Vigo, tamén o avala o último Estudo sobre a inserción laboral dos titulados no Sistema Universitario de Galicia 2013/2014 realizado pola ACSUG, con alumnos matriculados no curso 2013/14, onde se recolle que o 73,33% dos alumnos titulados en Comunicación Audiovisual traballa actualmente, de media tardaron 8 meses en atopar o seu primeiro traballo, onde o 100% fano por conta allea, cun contrato indefinido o 33% e cun salario neto medio de mensual de 904 euros. Ademais, o 87,5% desenvolven no seu traballo funcións específicas da súa titulación e o 100% aseguran que volverían cursar a súa titulación na mesma universidade, reflectindo así o alto grao de satisfacción co itinerario académico destes estudos de grao.

A desagregación dos datos da inserción laboral por titulación pódese consultar na web da ACSUG:

<http://www.acsug.es/gl/node/5104>.

	CAV					
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20	
Tasa de graduación.	≥70%	ND	80,9%	72,0%	53,5%	
Tasa de abandono.	≤10%	14,9%	7,7%	4,9%	10,6%	
Tasa de eficiencia.	≥95%	98%	98,0%	98,0%	95,0%	
Tasa de rendimento (IM03)	≥90%	93%	95,0%	95,2%	95,0%	
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	99%	98,0%	99,0%	99,0%	
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	94%	96,0%	95,9%	x	
Tasa de ocupación	≥100%	102	111,1	115,56	106,67	
Tasa de preferencia	≥150%	133,3	191,1	204,4	175,56	
Tasa de adecuación	≥85%	67,4	54	63,46	81,25	
Evolución número de alumnos matriculados	ND	184	185	206	217	
Duración media dos estudos		4,5	4,37	4,21	4,5	4,7

<b>Puntos febles detectados:</b>	<b>Accións de mellora a implantar:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación de materias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reactivación do sistema de módulos.</li> </ul>
<b>Evidencias nas que se baseou a valoración:</b>	
E9: Plans de mellora derivados da implantación do SGC	
<b>Indicadores:</b>	
I1: Evolución do número de estudantes de novo ingreso por curso académico	
I12: Evolución dos indicadores de resultados	
□ Tasa de graduación	
□ Tasa de abandono	
□ Tasa de eficiencia	
□ Tasa de rendimento	
□ Tasa de éxito	
□ Tasa de avaliación (distinguir entre alumnado a tempo completo e a tempo parcial)	
I13: Relación de oferta/demanda das prazas de novo ingreso	
I14/I016-D0: Resultados de inserción laboral/Tempo medio para atopar emprego	
I010-DO: Duración media dos estudos	

## Seguimento da titulación de Mestrado en Dirección de Arte en Publicidade

### CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN E DESENVOLVEMENTO

**Estándar:** o programa formativo está actualizado e tense implantado de acordo ás condicións establecidas na memoria verificada.

Analizar e valorar si o desenvolvemento do plan de estudos realizouse conforme á memoria verificada e non se produciron incidencias graves, o que permitiu unha correcta adquisición das competencias por parte do alumnado

**Reflexión/comentarios que Xustifiquen a valoración:**

O programa formativo está actualizado e foi implementado de acordo coas condicións establecidas na memoria verificada.

#### Acceso

No que se refire á organización e desenvolvemento da docencia, seguimos mantendo un alto índice de ocupación do título, o que aumenta o porcentaxe en comparación con edicións anteriores. Consideramos que esta mellora está relacionada cunha mellor xestión dos prazos de matrícula, que, ao igual que en anos anteriores, se pecha sempre na primeira convocatoria.

A Comisión continúa traballando na transparencia dos requisitos de acceso para os novos estudantes. Na actualidade, os requisitos de acceso para o mestrado en Dirección de Arte Publicitaria limítanse ao establecido na normativa da Universidade de Vigo (Regulamento de Estudos de Posgrao), presentando criterios de admisión por parte da Comisión Académica do Máster. <http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/acceso/criterios-de-admision/>

Como resultado disto, o perfil do estudiantado do mestrado provén de titulacións afíns, contando cos coñecementos mínimos que requiren os contidos do mesmo, como habilidades informáticas, programas de deseño, coñecementos sobre publicidade e deseño, habilidades en creatividade, etc. O perfil de novo ingreso corresponde a graduados, tanto a nivel nacional como estranxeiro, en Belas Artes, Publicidade e Relacións Públicas, Comunicación Audiovisual e Deseño.

#### Organización

Despois de 14 anos impartindo este título, a organización do novo plan de estudos demostrou funcionar ben, aínda que é necesario seguir traballando para que o grao de satisfacción non diminúa. O grao de satisfacción dos alumnos coa actividade docente do título é de 4,07 sobre 5 en xeral. Todos os puntos superan o 4. Aumentando ano tras ano a participación nas enquisas de avaliación. No referente ao grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento da ensinanza, é de 4,46 sobre 5.

Ademais das accións propias do PAT e o seguimento con alomenos tres reunións anuais, desde a coordinación realízase un seguimento e comunicación constante cos estudantes e profesorado.

- En setembro, o coordinador envía un correo electrónico personalizado dando a benvida ao estudantado e proporcionando información sobre o inicio das clases e o evento de benvida. O acto de benvida conta coa presenza da dirección do centro, o coordinador de prácticas, o coordinador de TFM e o coordinador do mestrado para explicar as dinámicas operativas internas relacionadas con todos os aspectos fundamentais das actividades diarias.
- Ademais, os estudantes poden enviar correos electrónicos ou solicitar tutorías en calquera momento cando o necesiten, ademais de contar con foros aloxados no espazo común do mestrado e en cada unha das materias para presentar queixas, suxestións, propostas ou enviar dúbidas e consultas sobre a titulación ou sobre o desenvolvemento dunha materia en particular.

En particular, no que respecta á coordinación e organización relativa á docencia nas múltiples materias, lévanse a cabo sistematicamente as seguintes accións:

- Contacto anual (febreiro-marzo) co profesorado responsable das materias para readaptar, se é necesario, a carga docente de cada materia na PDA, respectando a normativa interna da Universidade de Vigo (entre 5 e 8 horas presenciais por cada crédito ECTS), así como revisión das súas impresións e áreas de mellora co profesorado externo que forma parte de cada materia que coordinan.
- Reunión e información aos docentes e organización das materias: durante os meses de maio e xuño, a coordinación planifica e organiza a edición do curso seguinte utilizando a información proporcionada polos estudantes tanto nas tutorías PAT como nas enquisas aloxadas ao final de cada materia. Con iso búscase evitar duplicidades de contido e poñer en marcha actividades formativas que recollan as competencias de cada materia. Debido ao alto número de profesorado externo e á imposibilidade de reunirse conxuntamente, a coordinación ponse en contacto persoalmente a través de correo electrónico e/ou teléfono cos docentes, e reúnese conxuntamente co profesorado responsable de materias. Deste xeito establécense prazos de traballo e compártense as experiencias e propostas de mellora para as guías docentes.
- Facilitar unha comunicación fluída para acordar os horarios no mes de xuño, tendo en conta diferentes opcións segundo o feedback de cada profesor, é unha tarefa complexa tanto para o profesorado interno (posible choque de horarios co grao) como para o profesorado externo (limitacións de horarios no seu traballo).
- Mensaxes aos profesores ao comezo do curso: ao iniciar o curso en setembro, o coordinador do programa envía un correo electrónico a cada coordinador de curso solicitando información voluntaria sobre o volume de traballo autónomo (tarefas, prazos, criterios de avaliación) para cada materia. Esta medida foi implementada no ano académico 2020-21 e é seguida polo 90% do persoal docente. Tamén lles lembra a necesidade de acompañar a puntuación numérica de cada exercicio cunha xustificación e comentario xeral sobre o desenvolvemento da actividade.
- Recordatorios semanais das clases: uns días antes de cada clase, envíase un correo electrónico ao profesorado dese semana para lembrarlles a súa clase e as cuestións operativas básicas, como a conexión a internet ou o uso do equipamento informático do aula.
- Acompañamento presencial (profesorado externo): o coordinador do grao brinda acompañamento presencial ao profesorado externo para axudalos con cuestións técnicas e contextualizar ao grupo ao que se dirixen.
- Seguimento das materias, entrega de notas e xeración de *feedback*: outra das accións que corresponde á coordinación é o seguimento das materias durante a súa impartición, especialmente a cobertura das actas académicas, o cal é fundamental nun título cun elevado número de alumnado estranxeiro que se acolle a programas de bolsas que lles esixen mostrar un correcto desempeño a metade do curso mediante unha certificación académica.

<b>Contidos</b>	
<p>O novo programa formativo leva máis dun ano funcionando correctamente co obxectivo de actualizar os materiais á realidade do mercado e axustalos ás demandas das empresas empregadoras. Os módulos e as materias buscan incorporar contidos actuais e estruturalos seguindo a orde do propio proceso publicitario. Trátase principalmente de ofrecer novos materiais de interese para os alumnos e incorporar materias que gañaron presenza nos últimos anos, como os contidos dixitais e a mellora das distintas habilidades creativas e de produción relacionadas co título.</p> <p>O plan contempla dúas materias importantes neste sentido: "Tendencias do sector", que permite abordar as principais tendencias do sector relacionadas coa contorna comunicativa, e "Deseño e Produción para novas tendencias en comunicación", co obxectivo de mostrar non só as tendencias máis actuais relacionadas co deseño, senón tamén todo o relativo á produción das mesmas.</p> <p>Ademais, a demanda de especialización por parte dos alumnos segundo os seus perfís ou necesidades obtivo bos resultados. No segundo cuatrimestre ofrécese a posibilidade de elixir materias optativas relacionadas coas materias de produción, como a produción para medios gráficos, produción para medios audiovisuais ou produción para medios dixitais.</p>	
<b>Puntos débiles detectados:</b>	<b>Accións de mellora a implantar:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non se detectan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non se contemplan</li> </ul>
<b>Evidencias nas que basea a valoración:</b>	
<p>E1: Memoria vixente do título  E2: Informes de verificación, modificación, seguimento e renovación da acreditación do título, incluíndo os plans de mellora  E3: Perfil de ingreso do alumnado(grao)  E4: Guías docentes (actividades formativas, metodoloxías docentes e sistemas de avaliación, por materia e curso académico)  E5: Actas das reunións da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade  E6: Listaxe de estudantes que solicitaron recoñecemento de créditos indicando o número de créditos recoñecidos (por prácticas, títulos propios, experiencia profesional, etc.).  QSP relacionadas coa organización e desenvolvemento da ensinanza</p>	
<b>Indicadores nos que se basea a valoración:</b>	
<p>I1/I04-AC: Matrícula de novo ingreso por prescripción  I2: No caso de mestrado, número de estudantes de novo ingreso por titulación de procedencia  I3/I09-DO: Indicadores de mobilidade (número de estudantes que participan en programas de mobilidade, relación entre estudantes que participan en programas de mobilidade e estudantes matriculados,...)  I09(2)-DO: Estudantes estranxeiros  I4/I05-DO/ I06-DO/ I07-DO/ I08-DO: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a organización e desenvolvemento da ensinanza.  I01-AC: Nota media de acceso  I01(2)-AC: Nota mínima de acceso  I02-AC: Ocupación  I03-AC: Preferencia  I03(2)-AC: Adecuación</p>	

## CRITERIO 2. INFORMACIÓN E TRANSPARENCIA

**Estándar:** A institución dispón de mecanismos para comunicar de maneira axeitada a todos os grupos de interese as características do programa e dos procesos que garantan a súa calidade.

Analizar e valorar se a información relevante sobre o título é pública e se atopa dispoñible, en tempo e forma, para todos os axentes implicados no mesmo (estudantes, empregadores/as, administracións educativas e outros grupos de intereses).

#### **Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

O mestrado conta cunha páxina web optimizada e axustada aos criterios establecidos por Calidade que ten superado as avaliacións correspondentes (<http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/>). A páxina está adaptada aos criterios corporativos e ás indicacións de estilo da Universidade de Vigo sen que iso supoña cambios nos contidos. Debe destacarse especialmente todo o relativo ao cumprimento dos criterios de transparencia, recollidos en todos os apartados da web de xeito transversal, e de forma particular no apartado denominado "Calidade".

Tal e como se pode comprobar na evidencia E9, a información trasladada a través da páxina web oficial do mestrado é de alta calidade e cumpre cos criterios necesarios para ser considerada información de calidade.

En primeiro lugar, a información é abundosa: a web proporciona toda a información necesaria para que os estudantes interesados no Máster poidan coñecer en detalle o plan de estudos, os requisitos de admisión, as datas de matrícula e outros aspectos relacionados co programa.

Ademais, destácase que a información é relevante: está relacionada co tema en cuestión e é importante para o contexto no que se utilizará. Neste caso, a información proporcionada na páxina web do mestrado está especificamente relacionada co programa e é importante para aqueles que buscan información sobre o mesmo.

A obxectividade tamén é un criterio importante: a información está deseñada para ser precisa e fiable, o que é importante para aqueles que buscan información precisa sobre o programa.

A accesibilidade tamén se destaca, o que significa que a información proporcionada na páxina web é facilmente accesible para aquelas persoas que a necesiten. A páxina web está deseñada para ser fácil de navegar e proporciona a información necesaria de maneira clara e concisa.

A páxina está dispoñible en galego e en español no espazo que a propia Universidade destina ao mestrado. Algúns dos seus contidos están enlazados con información procedente da propia Universidade de Vigo.

A páxina web está organizada en función de diversos contidos, que se estruturan en 6 bloques ou pestanas que inclúen a seguinte información:

- Información inclúe a descrición do título, a xustificación, competencia, o plan de estudos, a comisión académica, os recursos materiais e servizos e as normativas e formularios.
- Na pestana de acceso inclúese información relativa aos requisitos de acceso, criterios de admisión, matrícula, calendario de matrícula e transferencia de créditos.
- En docencia, alóxase información relativa ao calendario académico, o profesorado, as guías docentes, os horarios, as prácticas externas e os traballos de fin de master (TFM).
- Na pestana de estudantes recóllese a información relativa ao protocolo de acollida, a orientación ao estudante, o plan de acción tutorial, a mobilidade internacional, bolsas e axudas
- En calidade inclúese o sistema de garantía de calidade, os resultados de mellora, o seguimento do título e por último as queixas e suxerencias. O espazo do sistema de garantía de calidade inclúe documentación relacionada co centro e por tanto enlazada coa mesma como son:
  - O manual de calidade
  - Políticas e obxectivos de calidade
  - Procedemento de calidade
- En contacto inclúese a localización e un formulario de contacto.

No relativo á docencia, o mestrado ten dadas de alta todas as asignaturas na plataforma de teledocencia Moovi (con base Moodle) por indicación da propia Universidade. A totalidade das materias empregan esta plataforma.

Este centro, como todos os da Universidade de Vigo, conta con espazos virtuais paralelos das aulas existentes no centro, o que facilita a organización dos espazos e a comunicación do sistema. A sala virtual empregada conta con capacidade de ata 100 persoas e coa posibilidade de realizar actividades interactivas e compartir documentación, sendo moi valorada positivamente polos estudantes.

Ademais do anterior, a Coordinación de Grao organiza anualmente un grupo de contactos a través da app “Telegram” que permite comunicacións directas, permanentes e inmediatas cos estudantes. Na actualidade o grupo conta con 80 subscritores e empregado sobre todo para incidencias ou avisos de prácticas.

O Máster conta cunha páxina de Instagram (@masterdirart) na que se informa das actividades docentes e extraacadémicas vinculadas co título, sendo plantexada máis coma unha ferramenta de comunicación interna que externa. Tamén se conta cunha páxina de Facebook dende a primeira promoción do Máster que na actualidade é empregada como réplica dos contidos de Instagram.

**Puntos febles detectados:**

- Non se detectan

**Accións de mellora a implantar:**

- Non se contemplan

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E6: Páxina web do título/centro/universidade (información referida ao anexo II)

R1- DO0301P1: Plan operativo de información pública

QSP relacionadas coa transparencia e/ou información pública

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a satisfacción coa web e/ou a información pública.

### CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDADE

**Estándar:** A institución dispón dun sistema interno de garantía da calidade formalmente establecido e implementado que asegura, de xeito eficaz, a mellora continua da titulación.

Analizar a implantación do Sistema de Garantía de Calidade (SGC) e valorar a súa contribución á mellora continua do título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen la valoración:**

A Facultade de Comunicación conta cun [Sistema de Garantía de Calidade](#) (SGIC) recollido no correspondente [Manual de calidade](#) e o desenvolvemento de todos os procedementos estratéxicos. Precisamente estes procedementos son os que permiten o bo funcionamento no relativo á recollida da información de forma continua e directa. O bo funcionamento da [Comisión de Calidade](#) garante, ademais, a análise do resultados e facilitar unha toma de decisións por parte do equipo de dirección en base a datos obxectivos e sempre tendo en conta o marco da Memoria do Grao (e as súas posteriores modificacións) como os [Informes de Dirección](#).

Para asegurar un sistema garantista, o responsable de Calidade do centro forma parte da Comisión Académica do Máster, o que garante o correcto funcionamento dos procedementos do SGC. A Comisión do Máster é o foro onde se tratan todos os aspectos relacionados coa docencia e o desenvolvemento adecuado do mestrado. É neste ámbito onde se centralizan as principais incidencias e se toman as medidas de mellora necesarias.

O [Plan de Acción Titorial \(PAT\)](#) tamén xoga un papel relevante no referente á calidade do centro. No caso do mestrado, designase un titor que realiza tres reunións anuais de seguimento co alumnado. Estas reunións xeran informes sobre as cuestións tratadas e as preocupacións dos estudantes. Estes informes son presentados nas comisións do máster, onde se toman decisións e se adoptan medidas para a mellora continua da calidade do programa. Ademais, a Comisión do Máster recolle, anualmente, todas as cuestións do PAT no informe de seguimento, que é enviado á Comisión de Calidade, xunto coas accións planificadas.

Ademais do seguimento rigoroso a través do PAT, tamén se buscan outras medidas que contribúen ao desenvolvemento axeitado do grao. A coordinación do grao convoca reunións cos estudantes, coa coordinación dos Traballos de Fin de Máster, coa coordinación das prácticas e co profesorado, entre outros.

Por último, a Universidade conta cun procedemento de suxerencias e reclamacións a través da Secretaría En liña, coñecido como “[Buzón QSP](#)” en cumprimento da normativa correspondente sobre queixas, suxerencias e felicitacións. Este sistema xestiona as demandas presentadas e garante que se dirixan directamente á persoa responsable. Establécese un prazo de 15 días para responder.

O centro conta cun manual, política, obxectivos e procedementos de calidade implantados, actualizados, accesibles e con regulamentos propios adaptados ás especificidades de cada título.

Como se mencionou anteriormente, a inclusión do responsable de calidade nas Comisións Académicas dos diferentes títulos contribuíu á mellora dos procedementos de calidade, implicando os diferentes grupos de interese, como o profesorado, o alumnado e o persoal de administración e servizos. No entanto, aínda é necesario mellorar os resultados da valoración do SGC por parte do alumnado, o que se entende que está relacionado coa falta de coñecemento sobre o sistema. De forma clara, a existencia da plataforma do SGC e a súa utilidade específica para xestionar as accións de mellora diante das debilidades detectadas en cada titulación permite unha análise e revisión máis sinxelas e directas, implicando a distintos públicos.

Todos os grupos de interese foron involucrados no proceso de elaboración, implementación e seguimento das melloras do SGC. As evidencias do SGC demostran que existe unha cultura de calidade consolidada no centro, o que contribúe á mellora continua.

**Puntos febles detectados:**

- Baixo nivel de coñecemento do SGIC

**Puntos febles detectados:**

- Ampliar la comunicación en torno ao SGIC no centro, xerando unha cultura de calidade consolidada

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E5: Actas das reunións celebradas, da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade

E10: Documentación do SGC (Política, **obxectivos de calidade**, manual e procedementos)

E11: Evidencias da implantación dos procedementos do SGC (procedementos completos, revisados e actualizados que desenvolven as directrices do SGC: Política de calidade, deseño, revisión periódica e mellora dos programas formativos, garantía da aprendizaxe, ensinanza, avaliación centrados no estudante, garantía e mellora da calidade dos recursos humanos, garantía e mellora da calidade dos recursos materiais e servizos e información pública)

E12: Plans de mellora derivados da implantación do SGC

EA4: Informe de certificación da implantación do SGC (no seu caso)

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre a xestión da calidade

I5: Resultados dos indicadores asociados aos obxectivos de calidade do centro

## CRITERIO 4. RECURSOS HUMANOS

**Estándar:** O persoal académico e de apoio é suficiente e axeitado de acordo coas características do título e o número de estudantes.

Analizar e valorar a adecuación do persoal académico e de apoio que participa no título obxecto de avaliación.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

O profesorado que participa no título posúe unha excelente cualificación e unha ampla experiencia que os capacita de forma adecuada para desenvolver os contidos do plan de estudos.

A experiencia docente do profesorado maioritariamente corresponde a profesores do grao de Publicidade e Relacións Públicas, da área de Comunicación Audiovisual e Publicidade da Facultade de Comunicación da Uvigo. No curso 2022-2023, o corpo docente estaba composto por 34 profesores (30% dos cales son doutores), sendo 11 profesores da Facultade de Comunicación, 1 da Facultade de Belas Artes e 1 catedrático da Universidade Autónoma de Barcelona. Os restantes 21 profesores son persoal externo á Universidade. Alén diso, aumentouse a porcentaxe de profesores da Facultade que participa en programas de mobilidade, alcanzando neste curso o 9,09%.

As características especiais do título e a súa filosofía práctica e profesionalizante aconsellan a incorporación de profesionais en activo que manteñan vínculos vivos co mercado laboral. É por iso que se conta con profesionais de primeiro nivel, que non só coñecen a profesión, senón que tamén forman parte do tecido laboral e industrial no que se desenvolve a profesión, coñecendo así os procesos que a caracterizan.

Os CV do profesorado que participa no título están dispoñibles na páxina web do máster. Destacamos a importancia dos currículos do cadro docente:: <http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/es/docencia/profesorado/>

O mestrado tamén conta co apoio do servizo de Posgrao do Campus de Pontevedra, e o apoio do equipo decanal, así como cos recursos humanos dispoñibles na facultade, como son conserxería, unidade técnica, informática, biblioteca, e demais servizos cos que conta a facultade.

Estamos a realizar esforzos para axustar os recursos humanos do mestrado aos estándares establecidos pola normativa actual, tanto a nivel xeral como no específico da Universidade. En canto á docencia, o 43% das horas son impartidas por profesores e o 57% restante por profesionais. Independentemente destes datos, é importante resaltar a adecuación dos perfís profesionais ás necesidades do título, de modo que tanto os profesores procedentes da academia como os profesionais que imparten clases conformen unha oferta verdadeiramente atractiva e competitiva no ámbito da formación dos estudantes, orientada ao mercado laboral.

Debemos ter en conta que, tal como se recolle na Memoria do Máster, a orientación do título é de carácter profesionalizante, polo que se valoriza unha formación máis vinculada co desempeño profesional que co ámbito académico. Isto implica que o corpo docente do mestrado presenta datos relativamente baixos en canto ao número de sexenios. Situación que se verá mellorada nos próximos anos de acordo cos datos de proxección do Departamento de Comunicación Audiovisual e Publicidade, que indican un claro incremento no número de doutores, sexenios e profesores a tempo completo, pasando, por exemplo, dun 35,71% de resultados de investigación (sexenios) no curso 2021/2022 a un 66,67% no curso 2022/2023.

### Coordinación horizontal e vertical

En relación aos recursos humanos do título, a falta de organización entre os profesores dunha materia e a posible superposición manifestada en anos anteriores foi completamente mitigada coa implementación da figura do coordinador de materia, que se incluíu dentro do plan de mellora. O coordinador é sempre un profesor a tempo completo que realiza un seguimento máis exhaustivo dos módulos.

Precisamente, para acadar esa mellora na coordinación, é necesario implicar ao profesorado externo, que non posúe tanta información sobre o funcionamento interno do máster. Como solución, é importante desenvolver unha comunicación máis fluída mediante un manual de benvinda ao profesorado externo, onde se enfatice non só os procesos de funcionamento, senón tamén a necesidade de cumprir co establecido no SGIC

Tanto no relativo ao profesorado externo como o interno, é importante mellorar as avaliacións de calidade mediante a motivación da participación no programa de avaliación da actividade docente DOCENTIA

O persoal de administración e servizos (PAS) do centro de impartición do mestrado está vinculado á Facultade de Comunicación e posúe un perfil axeitado ás necesidades de ensinanza do título. No curso anterior, o 56,58% do persoal de apoio estaba en formación, en comparación co 30,56% do ano anterior. O persoal de apoio que participa no título posúe o nivel de cualificación esixido e está en consonancia coas previsións incluídas na memoria verificada.

**Puntos febles detectados:**

**Accións de mellora a implantar:**

• Non se detectan	• Non se contemplan
<p><b>Evidencias nas que se baseou valoración:</b>  E15: Plan de ordenación docente do título: Información sobre o profesorado (número, experiencia docente e investigadora, categoría, materias que imparte, área, etc.). No caso de profesionais externos, solicitarase un currículo breve  E16: Información sobre o persoal de apoio (número, experiencia profesional, categoría, etc.)  R2-PE02 P1: Informe para os responsables académicos ( DOCENTIA)</p>	
<p><b>Indicadores nos que se baseou a valoración:</b>  I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre aspectos relacionados co persoal docente e o PAS e fundamentalmente <u>resultados da enquisa de satisfacción do PAS e PDI</u>  I6/I017(2)-PE: Porcentaxe de participación do profesorado da titulación en plans de formación da Universidade e en actividades formativas específicas  I7/I017-PE: Porcentaxe de participación do persoal de apoio do centro en plans de formación da universidade e en actividades formativas específicas.  I8: Resultados das <u>enquisas de avaliación da docencia e a súa evolución</u>  I9: Porcentaxe de profesorado avaliado polo programa DOCENTIA ou similares e resultados obtidos  I10: Evolución dos indicadores de mobilidade (número, porcentaxe de profesores/as que participan en programas de mobilidade sobre o total do profesorado do título)  I15: Media de alumnos por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva,...)  I02-PE: Cualificación do PDI  I03-PE: Resultados de investigación de carácter académico(Sexenio)  I03(2)-PE: Profesorado por categoría</p>	

## CRITERIO 5. RECURSOS MATERIAIS E SERVIZOS

<p><b>Estándar:</b> Os recursos materiais e servizos postos a disposición do desenvolvemento do título son os axeitados en función da natureza, modalidade do título, número de estudantes matriculados/as e competencias a adquirir polos/as mesmos/as. Analizar e valorar se os recursos materiais e servizos postos a disposición do estudantado son os axeitados ás necesidades do título.</p>
<p><b>Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:</b></p> <p>O aula é o recurso principal utilizado para a impartición de clases na Universidade de Vigo, ben equipadas con tomas de corrente, lousa tradicional e proxector dixital. É neste espazo onde se detectaron algunhas limitacións , que se encontran en constante mellora, en canto á conectividade sen cables á internet. Na actualidade, o uso da tecnoloxía e a conexión á internet son elementos fundamentais no proceso de ensino e aprendizaxe, polo que é crucial garantir que os equipos e a conexión á internet sexan axeitados e estean en bo estado.</p> <p>É importante resaltar que a conexión á internet nas aulas non só é clave para a impartición de clases, senón tamén é esencial para a realización de traballos e proxectos por parte do alumnado. Por iso, é necesario asegurar que os equipos e a conexión á internet estean dispoñibles e sexan de calidade para garantir o éxito académico dos estudantes.</p> <p>Debido ao elevado número de profesorado externo, tamén se proveu ao mestrado dun ordenador portátil que se conecta automaticamente á rede wifi do persoal da Uvigo, facilitando a docencia a este perfil específico de profesor. Outros espazos físicos como laboratorios ou áreas de uso común utilízanse con normalidade e son ben aceptados polo alumnado.</p> <p>En canto aos recursos dixitais, a principal ferramenta utilizada neste máster é a plataforma de teledocencia Moovi (<a href="https://moovi.uvigo.gal/">https://moovi.uvigo.gal/</a>), onde se aloxan os espazos virtuais das materias, así como unha serie de espazos comúns no Campus Remoto, nos que se poden realizar sesións virtuais se fose necesario.</p>

O alumnado tamén pode acceder ás instalacións da Facultade, especialmente á biblioteca central do campus, a laboratorios e salas de reunións debidamente equipadas. O uso destes espazos está regulado polo plan de autoprotección do centro (<http://csc.uvigo.es/facultade/plan-de-autoproteccion/>).

En canto aos equipos informáticos, os estudantes matriculados conteñen cos seus propios dispositivos. Unha acción importante que se realiza no acto de benvida é o recordatorio do acceso aos servizos dixitais da universidade a través do seu correo electrónico xerado coa matrícula na institución.

O Servizo de Teledocencia da UVigo garante o mantemento e actualización periódica dos equipos e programas informáticos. Entre as súas principais funcións atópase a creación, en cada curso académico, dos espazos virtuais destinados tanto á coordinación, como ás materias do mestrado e ao TFM. Nestes espazos, o alumnado ten acceso aos materiais de estudo, ás diferentes ferramentas de comunicación e aos recursos e actividades avaliativas.

Os recursos materiais e servizos dispoñibles para o título son compartidos co centro e asignados polo mesmo. Normalmente, o espazo de docencia é o seminario 12. Ademais, o alumnado conta con laboratorios e espazos especializados para a docencia, como estudos de gravación, aula de fotografía e estudo de televisión.

Na páxina web do centro ofrece unha ampla e completa información sobre as instalacións e recursos cos que conta o centro e, por conseguinte, a titulación: <https://fcom.uvigo.gal/servizos/>

Tamén se integra a última versión de Moodle dentro do espazo privado de cada docente.

**Cursos presenciais:**

- Xornada de benvida: presentación da biblioteca e do catálogo ( Perseo)
- Recursos de información da Universidade de Vigo

**Cursos virtuais:**

- In- Fómache coa Biblio!
- Como afrontar ou teu TFG

**Puntos febles detectados:**

- Rede Wifi

**Accións de mellora a implantar:**

- Mellorar rede Wifi

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

- E18: Información sobre os recursos materiais directamente relacionados co título  
 E19: Información sobre os servizos de orientación académica e programas de acollida-PAT  
 E20: Listaxe dos centros/entidades para a realización de prácticas externas curriculares e Extracurriculares.  
 E21: Fondos bibliográficos e outros recursos documentais relacionados coa temática do título  
 E22: Materiais didácticos e/ou tecnolóxicos que permiten unha aprendizaxe a distancia  
 E23: Convenios en vigor coas entidades onde se realizan as prácticas externas

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

- I4: Resultados das enquisas de satisfacción a tódolos grupos de interese sobre os recursos materiais e servizos  
 I08-D0: Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas  
 I11: Nº de alumnado por centro de prácticas.  
 I15: Media de alumnado por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva,...)

## CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAXE

**Estándar:** Os resultados de aprendizaxe acadados polos/as titulados/as son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES da titulación.

Analizar os resultados da aprendizaxe acadados polos/as estudantes e se son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES del título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

En primeiro lugar, destácase o adecuado desenvolvemento das actividades académicas, as metodoloxías docentes e os sistemas de avaliación establecidos. As actividades formativas, como as clases maxistras, obradoiros, seminarios e prácticas, permiten aos estudantes adquirir coñecementos e desenvolver as competencias correspondentes a cada materia do mestrado. Ademais, as metodoloxías docentes empregadas adaptáanse a cada resultado de aprendizaxe e utilizan diversos recursos didácticos, tanto en modalidade presencial como en liña. Isto asegura a pertinencia e calidade da educación impartida.

En segundo lugar, resáltase a efectividade dos sistemas de avaliación utilizados, os cales inclúen probas obxectivas, traballos individuais ou en grupo, participación, exposición de proxectos, entre outros. Estes sistemas permiten avaliar o grao de consecución dos resultados de aprendizaxe de cada estudante. Os criterios de cualificación de cada instrumento de avaliación están detallados nas guías docentes das materias e aplícanse de forma coherente segundo os estándares de avaliación do máster. Ademais, os estudantes reciben con antelación os traballos e as indicacións da rúbrica de avaliación, o que lles permite organizar o seu estudo de forma óptima.

A referencia ao nivel MECES (Marco Español de Cualificacións para a Educación Superior) é relevante para garantir a calidade e coherencia do programa académico. O nivel 3 do MECES, que corresponde ao mestrado universitario, baséase en descritores que definen as competencias, habilidades e coñecementos que debe posuír un individuo para obter unha titulación dese nivel. Estes descritores xogan un papel fundamental no deseño, implementación e avaliación dos programas académicos, asegurando a aliñación entre as expectativas establecidas na memoria do título e as competencias adquiridas polos estudantes ao completar os seus estudos.

No que se refire ao desenvolvemento das clases, o tamaño medio por grupo de docencia axústase ao máximo de 30 estudantes, o cal é acorde co establecido na memoria do título e permite abordar de forma eficaz o proceso de ensino-aprendizaxe en modalidade presencial. A metodoloxía docente baséase en presentacións expositivas, clases maxistras e seminarios prácticos para afianzar os conceptos teóricos. A parte práctica combínase con traballo autónomo dos estudantes e o seguimento permanente por parte dos docentes, poñendo á súa disposición unha serie de calendarios (etapa, semestre, folla de roteiro e actividades) que marcan o estudo e as diferentes opcións de entrega das actividades evaluativas (durante as semanas que dura a materia, ao final de semestre ou na convocatoria extraordinaria de xullo).

Ao mesmo tempo, o profesorado abandona o seu rol tradicional de transmisor de coñecementos e convértese en guía, apoio e facilitador de recursos para a adquisición de competencias por parte do alumnado. Neste sentido, unha das súas principais prioridades é tratar de crear un clima distendido no grupo incentivando a participación a través dos diferentes foros e abrindo canles de comunicación. Con iso búscase establecer un marco flexible que permita adaptar o proceso de ensino-aprendizaxe ao ritmo de cada estudante, facilitándolle o material de estudo e deseñando unha variedade.

As guías docentes, consideradas como un contrato entre estudantes e profesorado, revísanse anualmente e son aprobadas pola comisión académica do mestrado. Isto asegura que as guías estean actualizadas e axústense aos obxectivos e contidos do programa. Previo paso á apertura do período de revisión das guías, infórmase o profesorado mediante correo electrónico para lembrar-lles os aspectos que deben avaliar e modificar.

Os indicadores de rendemento do mestrado son moi positivos, cunha taxa de éxito global constante arredor do 99%, alcanzando o 100% nos últimos cursos. A taxa de rendemento é do 89%, o cal indica un bo desempeño dos estudantes, mentres que a taxa de abandono é do 0%, o cal demostra o interese e compromiso dos alumnos. Ademais, a taxa de gradación é do 70%, o cal indica un alto porcentaxe de estudantes que completan satisfactoriamente o mestrado. Estes indicadores reforzan a idea de que o título funciona de forma exitosa e os alumnos están satisfeitos con el.

Ademais, destácase que as cualificacións obtidas polos alumnos nas prácticas en empresa reciben valoracións moi positivas por parte dos empregadores, o que indica que os estudantes están ben preparados e son capaces de responder de forma positiva na súa pronta incorporación ao mercado laboral. O grao de satisfacción dos alumnos coas prácticas académicas externas é de 4,90 sobre 5, o cal reflicte unha experiencia moi positiva.

O proceso de ensino aprendizaxe susténtase, como podemos ver nas guías docentes (E4), nun modelo práctico de orientación profesionalizante. Deste xeito a maior parte dos contidos do título teñen un reflexo claro na realización de traballos prácticos e proxectos profesionais que constitúen as porcentaxes máis alto da cualificación. Desde o punto de vista cualitativo (segundo os informes do PAT) e cuantitativo (enquisas de satisfacción - I4) os alumnos e alumnas valoran moi positivamente este modelo de ensino.

En canto aos elementos que poden colaborar nese proceso de ensino-aprendizaxe, debe destacarse a inclusión de materiais de apoio a través da plataforma Moovi así como as saídas de campo nas que os estudantes se achegan a unha imprenta e a coñecer unha axencia de publicidade de primeira man, entre outras. Tamén se conta con recursos materiais e bibliográficos importantes. Como resultado, a taxa de éxito global e por materia resulta case do 100% durante os últimos cursos. As temáticas dos TFM reflicten unha clara vinculación dos contidos do mestrado con campañas e plans de comunicación para empresas reais ou ficticias cun claro carácter profesionalizante.

Finalmente, tamén debemos destacar o feito de que a demanda de alumnos para a realización de prácticas incrementouse no curso 2022-2023 (como se pode comprobar no aumento de tramitación de convenios de prácticas) contándose con moi boa valoración e recoñecemento do desempeño dos estudantes.

**Puntos febles detectados:**

- Non se detectan

**Accións de mellora a implantar:**

- Non se contemplan

**Evidencias nas que se se baseou a valoración:**

E4: Guías docentes das materias

E24: Listaxe de traballos fin de grao/ fin de mestrado (título, titor e cualificación)

E25/: Informes de cualificación por materia

EA11: Informes de prácticas

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese-Análise xeral de resultados de todas as enquisas de satisfacción

I12: Indicadores de resultados (taxa de éxito global do título e taxa de éxito por materia)

## CRITERIO 7. RESULTADOS DE SATISFACIÓN E RENDEMENTO

**Estándar:** Os resultados dos indicadores do programa formativo son congruentes co deseño, a xestión e os recursos postos ao dispor do título e satisfán as demandas sociais da súa contorna.

Analizar os principais datos e resultados do título e valorar a evolución dun núcleo de indicadores mínimo. Comprobar se Os resultados adecúanse ás previsións e características do título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

Os resultados dos indicadores relativos á taxa de rendemento lanzan un 89% e a satisfacción dos alumnos sitúase nun 4,07 sobre 5 e do profesorado nun 4,46.

Tal e como reflicte o indicador I13, os datos de matriculación están asociados a unha titulación de alta demanda. Ademais as taxas de éxito, rendemento e avaliación por materia IM01,02,03 lanzan resultados moi favorables. A maior parte deles alcanzan o 100%. Para a desagregación dos datos da inserción laboral por titulación consultar na web dá ACSUG:

<http://www.acsug.es/gl/node/5104>

**Indicadores**

O bo funcionamento do Máster en Dirección de Arte Publicitaria confirmase nos bos datos de matrícula que se contemplan ano tras ano, cun grao de ocupación neste curso do 103,33%. As prazas ofertadas son ocupadas na totalidade na primeira convocatoria. Aínda que non se conta con datos de preferencia e adecuación non se pode cuestionar a adecuada demanda do título. Por tanto unha correcta relación entre a oferta e a demanda que se confirma cun bo índice de inserción laboral que levou a unha dinámica pola cal unha importante porcentaxe dos alumnos e alumnas en prácticas continúan con contratos de traballo tras as mesmas, sendo necesario realizar un seguimento deste dato para contar cunha referencia para os próximos cursos. A duración media dos estudos é de 1,23 anos (o establecido no plan de estudos).

Máis info no punto: II.1.3 Indicadores (tasas y cualificacións) por títulos e materias.

	MDART				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥95%	ND	93,94%	96,80%	77,78%
Tasa de abandono.	≤0%	0%	3,13%	7,41%	3,03%
Tasa de eficiencia.	≥99%	96%	95%	96%	100%
Tasa de rendimento (IM03)	≥95%	89%	88%	95%	87%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	100%	100%	99%	98%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	89%	88%	96%	x
Tasa de ocupación	100%	ND	ND	94,29	91,43
Tasa de preferencia	≥100%	ND	ND	ND	ND
Tasa de adecuación	100%	ND	ND	ND	ND
Evolución número de alumnos matriculados	ND	47	36	38	40
Duración media dos estudos	1	1,23	1,22	x	1

**Puntos febles detectados:**

- Non se detectan

**Accións de mellora a implantar:**

- Non se contemplan

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E9: Plans de mellora derivados da implantación do SGC

**Indicadores:**

I1: Evolución do número de estudantes de novo ingreso por curso académico

I12: Evolución dos indicadores de resultados

☐ Taxa de graduación

☐ Taxa de abandono

☐ Taxa de eficiencia

☐ Taxa de rendemento

☐ Taxa de éxito

☐ Taxa de avaliación (distinguir entre alumnado a tempo completo e a tempo parcial)

I13: Relación de oferta/demanda das prazas de novo ingreso

I14/I016-D0: Resultados de inserción laboral/Tempo medio para atopar emprego

I010-D0: Duración media dos estudos

## Seguimento da titulación de Mestrado en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais

### CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN E DESENVOLVEMENTO

**Estándar:** o programa formativo está actualizado e tense implantado de acordo ás condicións establecidas na memoria verificada. Analizar e valorar si o desenvolvemento do plan de estudos realizouse conforme á memoria verificada e non se produciron incidencias graves, o que permitiu unha correcta adquisición das competencias por parte do alumnado

**Reflexión/comentarios que Xustifiquen a valoración:**

O programa formativo do Mestrado en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais da Universidade de Vigo mantén a súa vixencia como título innovador desde o seu lanzamento no curso 2018-19. Dada a alta demanda de formación neste ámbito por parte do amplo colectivo de egresados da área de comunicación e o crecente mercado laboral, este título segue dotando ao mercado laboral dun tipo de profesional especializado, contribuíndo ao mesmo tempo a mellorar a xestión de departamentos de comunicación e márketing en empresas e administracións, e axencias de publicidade.

O plan de estudos do Máster desenvolveuse seguindo a oferta de módulos, materias e materias previstas na memoria verificada.

- Os módulos e as materias axústanse ao contido da memoria.
- O desenvolvemento das actividades académicas, metodoloxías docentes, sistemas de avaliación e cualificación, correspóndense co establecido na memoria de verificación e permite a consecución das competencias.
- O tamaño dos grupos adecuouse ás actividades formativas, mantendo o mesmo número de prazas en 25.

O título conta con mecanismos de coordinación docente apropiados á modalidade de ensino e á duración do título (un ano académico, 60 ECTS) xestionados directamente pola coordinación e a coordinación de PAT. Estes mecanismos de coordinación son os seguintes:

- Asistencia á Comisión de Calidade da Facultade de Comunicación. Esta comisión presidida pola persoa responsable de Calidade do centro reúnese periodicamente para tratar asuntos de calidade que afectan os títulos impartidos na Facultade.
- Reunións da Comisión Académica do Máster (CAM). A CAM integrada por 8 docentes do título é convocada regularmente (entre 8 e 10 veces ao ano) para atender tanto asuntos de trámite, de organización académica como de funcionamento da titulación.
- Plan de Acción Titorial (PAT). O PAT está orientado a informar o alumnado do funcionamento do máster e da Universidade en xeral, así como obter datos e unha valoración individualizada sobre o desenvolvemento das materias e a propia titulación. Ao mesmo tempo, a coordinación trata de incentivar a participación dos estudantes nos distintos foros aloxados na plataforma de teledocencia (Moovi) e motivalos en caso de desánimo ou axudalos en situacións persoais que poidan dificultar o seu rendemento académico.

Aparte das accións propias do PAT e a realización do seguimento con, polo menos, tres reunións anuais, desde a coordinación realízase un seguimento e comunicación constante con alumnos e profesorado.

- En setembro, o coordinador envía un correo electrónico personalizado dando a benvida ao alumnado e proporcionando información sobre o inicio das clases e o evento de benvida. O evento de benvida conta coa presenza da

dirección do centro, o coordinador de prácticas, o coordinador de TFM e o coordinador do programa para explicar as dinámicas operativas internas relacionadas con todos os aspectos fundamentais das actividades diarias.

- Ademais, os estudantes poden enviar correos electrónicos ou solicitar tutorías a través de Skype ou por teléfono en calquera momento cando o soliciten, ademais de contar con foros aloxados no Espazo Común do Máster e en cada unha das materias para presentar queixas, suxerencias, propostas ou enviar dúbidas e consultas sobre a titulación ou sobre o desenvolvemento dalgunha materia en particular.

En particular, con respecto á coordinación e organización relativa á docencia nas múltiples materias levan a cabo sistematicamente as seguintes accións.

- Contacto anual (febreiro-marzo) cos docentes responsables das materias para reaxustar, se é necesario, a carga docente de cada materia na PDA, respectando a normativa interna da Universidade de Vigo (entre 5 e 8 horas presenciais por cada crédito ETCS), así como revisión das súas impresións co profesorado externo que forma parte de cada materia que coordinan.

- Reunión e información aos docentes e organización das materias: Durante os meses de maio e xuño, a coordinación planifica e organiza a edición do curso seguinte utilizando a información proporcionada polos estudantes tanto nas tutorías PAT como nas enquisas aloxadas ao final de cada materia. Con isto búscase evitar duplicidades de contido e poñer en marcha actividades formativas que recollan as competencias de cada materia. Debido ao alto número de profesorado externo e á imposibilidade de reunirse conxuntamente, a coordinación ponse en contacto persoalmente a través de correo electrónico e/o teléfono cos docentes, e reúnese de forma conxunta co profesorado responsable de materias. Desta forma fíxanse pautas comúns para as guías docentes. Grazas a esta fórmula púidose garantir a correcta penalización do absentismo reiterado, toda vez a normativa interna da Universidade é ambigua respecto diso (obriga a unha presencialidade do 80% pero non estipula que facer en caso contrario).

- Comunicación fluída para acordar os horarios no mes de xuño, enviando ata dúas versións diferentes #de acordo con o feedback de cada profesor. É unha tarefa complexa tanto para profesorado interno (posible colisión con horarios de grao) como profesorado externo (limitacións de horarios no seu traballo).

- Mensaxes aos profesores ao comezo do curso. Unha vez que comeza o curso en setembro, o coordinador do programa envía un correo electrónico a cada coordinador de curso solicitando información voluntaria sobre o volume de traballo autónomo (tarefas, prazos, criterios de avaliación) para cada materia. Esta medida implementouse no ano académico 2020-21 e é seguida polo 90% do persoal docente. Neste punto tamén se lles lembra a necesidade de acompañar a puntuación numérica de cada exercicio cunha xustificación e comentario xeral sobre o desenvolvemento da actividade.

- Recordatorios semanais das clases. A semana anterior a cada clase envíase un mail ao profesorado desa semana para lembrarlle a súa clase e as cuestións operativas básicas como conectarse a internet ou utilizar o equipamento informático da aula

- Acompañamento presencial (profesorado externo). A coordinación do grao acompaña presencialmente ao docente externo para axudarlles con cuestións técnicas e contextualizar ao grupo ao que se dirixen.

- Seguimento da materia, entrega de notas e xeración de feedback: Outra das accións que corresponde á coordinación é o seguimento das materias durante a súa impartición, sobre todo a cobertura das actas académicas, unha cuestión fundamental nun título cun elevado número de alumnado estranxeiro que se acolle a programas de bolsas que lles esixe a metade de curso mostrar o correcto desempeño cunha certificación académica.

O perfil de ingreso do alumnado nesta institución é avaliado de acordo a certos criterios que se detallan a continuación. En primeiro lugar, valorárase o expediente académico dos estudantes, outorgando unha puntuación de 1 a 4 puntos segundo o procedemento regular en España. Este é un aspecto fundamental para determinar o nivel de coñecementos e habilidades que posúe o alumno.

Ademais, tomárase en conta a titulación universitaria do estudante, outorgando 1,5 puntos a aqueles que posúan unha titulación en Publicidade e Relacións Públicas, Comunicación Audiovisual ou Xornalismo. Aqueles que teñan unha

titulación no ámbito das Ciencias Sociais recibirán unha puntuación de 1 punto, mentres que aqueles con unha titulación nos ámbitos de Artes, Humanidades e Ciencias Xurídicas recibirán 0,5 puntos.

Outro aspecto que se ten en conta é o Currículo do estudante, o cal ten un valor máximo de 2 puntos. Neste apartado avalíase a experiencia laboral e as habilidades adquiridas noutras áreas.

Tamén se valorará o coñecemento e a acreditación do inglés, outorgando unha puntuación máxima de 1 punto a aqueles que teñan un nivel B2 ou superior dentro do Marco Común Europeo de Referencia para as linguas. Este é un aspecto importante, xa que unha boa comprensión do inglés é fundamental no mundo profesional actual.

Por último, considerarase o coñecemento e a acreditación do uso das TIC, outorgando unha puntuación máxima de 1 punto a aqueles que realizasen cursos de formación en competencias dixitais, segundo a carga lectiva e os contidos.

Este sistema de avaliación das solicitudes mantívose estable ao longo das 5 edicións, aínda que nas últimas edicións acometéronse algunhas lixeiras modificacións para ponderar a titulación de acceso cunha diferenza de peso inferior (no canto de puntuar ata tres puntos, ata un e medio)

En resumo, o perfil de ingreso do alumnado (ver I1, I2 e E3) nesta institución avalíase segundo diversos criterios, incluíndo o expediente académico, a titulación universitaria, o Currículo, o coñecemento e a acreditación do inglés e o uso das TIC. Todos estes aspectos son importantes para determinar o nivel de coñecementos e habilidades do estudante e a súa capacidade para desenvolverse no mundo laboral actual. É por este motivo polo que a nota media do expediente académico non é tan relevante (indicador E3), en tanto só supón ata 4 puntos dos 10 posibles. Esta valoración permite, ademais, que poida ingresar alumnado doutras ramas de coñecemento sen pechar a porta a outras formacións, en tanto esta titulación ten contidos transversais e aplicables a múltiples áreas de coñecemento.

#### Puntos débiles detectados:

- Non se detectan

#### Accións de mellora a implantar:

- Non se contemplan

#### Evidencias nas que basea a valoración:

E1: Memoria vixente do título

E2: Informes de verificación, modificación, seguimento e renovación da acreditación do título, incluíndo os plans de mellora

E3: Perfil de ingreso do alumnado(gra)

E4: Guías docentes (actividades formativas, metodoloxías docentes e sistemas de avaliación, por materia e curso académico)

E5: Actas das reunións da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade

E6: Listaxe de estudantes que solicitaron recoñecemento de créditos indicando o número de créditos recoñecidos (por prácticas, títulos propios, experiencia profesional, etc.).

QSP relacionadas coa organización e desenvolvemento da ensinanza

#### Indicadores nos que se basea a valoración:

I1/I04-AC: Matrícula de novo ingreso por prescrición

I2: No caso de mestrado, número de estudantes de novo ingreso por titulación de procedencia

I3/I09-DO: Indicadores de mobilidade (número de estudantes que participan en programas de mobilidade, relación entre estudantes que participan en programas de mobilidade e estudantes matriculados,...)

I09(2)-DO: Estudantes estranxeiros

I4/I05-DO/ I06-DO/ I07-DO/ I08-DO: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a organización e desenvolvemento da ensinanza.

I01-AC: Nota media de acceso

I01(2)-AC: Nota mínima de acceso

I02-AC: Ocupación

I03-AC: Preferencia

I03(2)-AC: Adecuación

## CRITERIO 2. INFORMACIÓN E TRANSPARENCIA

**Estándar:** A institución dispón de mecanismos para comunicar de maneira axeitada a todos os grupos de interese as características do programa e dos procesos que garantan a súa calidade.

Analizar e valorar se a información relevante sobre o título é pública e se atopa dispoñible, en tempo e forma, para todos os axentes implicados no mesmo (estudantes, empregadores/as, administracións educativas e outros grupos de intereses).

### Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:

Tal e como se pode comprobar na E9, a información trasladada a través da páxina web oficial do Máster (<http://mastersocialmedia.webs.uvigo.es>) é de alta calidade e cumpre cos criterios necesarios para ser considerada información de calidade.

En primeiro lugar, a información é suficiente: a web proporciona toda a información necesaria para que os estudantes interesados no Máster poidan coñecer en detalle o plan de estudos, os requisitos de admisión, as datas de matrícula e outros aspectos relacionados co programa.

Ademais, destácase que a información é relevante: está relacionada co tema en cuestión e é importante para o contexto no que se utilizará. Neste caso, a información proporcionada na páxina web do Máster en Social Media está especificamente relacionada co programa e é importante para aqueles que buscan información sobre o mesmo. Mesmo está optimizada en termos de SEO.

A obxectividade tamén é un criterio importante: información está deseñada para ser precisa e fiable, o que é importante para aqueles que buscan información precisa sobre o programa.

A accesibilidade tamén se destaca, o que significa que a información proporcionada na páxina web é facilmente accesible para aqueles que a necesitan. A páxina web está deseñada para ser fácil de navegar e proporciona a información necesaria de maneira clara e concisa, aínda que está redactada exclusivamente en galego.

Por último, a información actualízase anualmente antes de cada convocatoria de matrícula, de forma regular para asegurarse de que a información estea actualizada e sexa aplicable á situación actual.

A páxina mantén a estrutura e información inicial, formada polos seguintes apartados

- **Descrición:** nesta sección descríbese a titulación e detállanse os módulos que a compoñen.
- **Competencias:** recóllense as competencias básicas, xerais, específicas e transversais da titulación.
- **Plan de estudos:** aquí pódense atopar as fichas e o acceso ás guías docentes de cada unha das 17 materias que conforman a titulación.
- **Profesorado:** permite acceder aos perfís en LinkedIn de todos os profesores do máster. Na portada dáse visibilidade ao profesorado externo.
- **Horarios:** nesta sección pódese atopar información sobre a localización da facultade, as clases e o horario a través do servizo Google Calendar. Desta forma, os estudantes poden importar os eventos do Máster (clases, xornadas especiais, actos etc.)/ etc.) ao seu calendario persoal.
- **TFM:** aquí explícase en que consiste o Traballo Fin de Máster e detállase o protocolo para a súa elaboración.
- **Matrícula:** nesta sección recompilase información actualizada sobre o calendario de matrícula e o proceso de admisión e matrícula. Esta sección é a que máis cambios acumula ao longo do tempo, xa que nela publicanse as listaxes provisionais e definitivas de persoas admitidas, excluídas e en lista de espera, así como un FAQ con preguntas frecuentes, como o custo da formación, o idioma de impartición, a modalidade ou dúbidas sobre o proceso de información e matrícula.

Doutra banda, o correo electrónico converteuse nunha ferramenta esencial na comunicación entre a coordinación e administración do posgraduado e o alumnado. Grazas á elaboración destes persoais de correo electrónico, lógrase unha maior eficiencia no proceso de resposta ás dúbidas dos estudantes. Ademais, isto permite que os alumnos reciban respostas rápidas e precisas ás súas preguntas, o que axuda a reducir a incerteza e a ansiedade que poden xurdir durante o proceso de admisión e matrícula.

Cabe destacar, ademais, que a documentación dos estudantes que non pertencen ao EEES pode resultar un proceso complexo. Neste sentido, a elaboración destes persoais de correo electrónico facilita a comunicación entre a coordinación e administración do posgraduado e os estudantes, o que axuda a asegurar que se cumpran todos os requisitos necesarios para a admisión e matrícula destes estudantes. Ademais, isto tamén axuda a garantir que os estudantes internacionais sentan benvidos e apoiados no seu proceso de admisión e matrícula na Universidade de Vigo.	
<b>Puntos febles detectados:</b>	<b>Accións de mellora a implantar:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>A web está nun único idioma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suxerir a Uvigo a creación de versións en castelán &amp; english</li> </ul>
<b>Evidencias nas que se baseou a valoración:</b>	
E6: Páxina web do título/centro/universidade (información referida ao anexo II)	
R1- DO0301P1: Plan operativo de información pública	
QSP relacionadas coa transparencia e/ou información pública	
<b>Indicadores nos que se baseou a valoración:</b>	
I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a satisfacción coa web e/ou a información pública.	

### CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDADE

<p><b>Estándar:</b> A institución dispón dun sistema interno de garantía da calidade formalmente establecido e implementado que asegura, de xeito eficaz, a mellora continua da titulación.</p> <p>Analizar a implantación do Sistema de Garantía de Calidade (SGC) e valorar a súa contribución á mellora continua do título.</p> <p><b>Reflexión/comentarios que xustifiquen la valoración:</b></p> <p>A Facultade de Comunicación conta cum <a href="#">Sistema de Garantía de Calidade</a> (SGIC) recollido no correspondente <a href="#">Manual de calidade</a> e o desenvolvemento de todos os procedementos estratéxicos. Precisamente estes procedementos son os que permiten o bo funcionamento no relativo á recollida da información de forma continua e directa. O bo funcionamento da <a href="#">Comisión de Calidade</a> garante, ademais, a análise do resultados e facilitar unha toma de decisións por parte do equipo de dirección en base a datos obxectivos e sempre tendo en conta o marco da Memoria do Grao (e as súas posteriores modificacións) como os <a href="#">Informes de Dirección</a>.</p> <p>Coa intención de contar cun sistema garantista, a incorporación do responsable de Calidade do centro na Comisión Académica do Máster garante que os procedementos do SGIC funcionan de forma correcta. A Comisión de Máster é o foro onde se tratan os aspectos relacionados coa docencia e o correcto desenvolvemento do Máster, polo que é nesta Comisión centralízanse as principais incidencias que se poden producir ademais de ser onde se deciden as accións de mellora.</p> <p>Obviamente, dentro do relativo á calidade do centro ten un especial papel o <a href="#">Plan de Acción Titorial (PAT)</a>. En caso do Máster noméase un titor que realiza entre dous e tres reunións anuais de seguimento (inicio do curso, final do primeiro semestre e final do segundo semestre). Esas reunións dan lugar a un informe das cuestións tratadas relativas ás preocupacións do alumnado. Estes informes expóñense nas Comisións de Máster, onde se toman decisións e adóptanse medidas para a mellora continua da calidade do título. Ademais, de forma anual, a Comisión do Máster recolle no informe de seguimento anual todas as cuestións do PAT, que envía á Comisión de Calidade, todas as accións trazadas. Ademais do seguimento regrado a través do PAT, tamén se buscan outras medidas que contribúen ao correcto desenvolvemento do grao. A coordinación de grao encárgase de convocar reunións con alumnado, coa coordinación de TFM, coa coordinación de prácticas, co profesorado etc.</p> <p>Finalmente, a Universidade conta cun procedemento de suxerencias e reclamacións, a través da Secretaría En liña, denominado <a href="#">“Buzón QSP”</a> en base á correspondente normativa de queixas, suxerencias e felicitacións da universidade. O sistema encárgase de dar trámite ás demandas presentadas de tal forma que as mesmas se dirixan directamente ao responsable institucional das mesmas. Establécese un prazo de 15 días para dar resposta.</p>
--

O centro conta cun manual, política, obxectivos e procedementos de calidade implantados, actualizados, accesibles e con regulamentos propios adaptados ás especificidades de título, o Sistema de Garantía Interna de Calidade tivo as seguintes valoracións:

Como xa se indicou, a integración do responsable de Calidade nas Comisións Académicas dos distintos títulos contribuíu a mellorar os procedementos de calidade en termos de implicación dos distintos grupos de interese (profesorado, alumnado e persoal de administración e servizos). Con todo, segue sendo necesario mellorar os resultados de valoración do SGIC por parte do alumnado, aínda que se entende que devanditos resultados gardan relación coa falta de coñecemento sobre o mesmo. Dunha forma clara, a existencia da plataforma do SGIC e a utilidade específica para a xestión das accións de mellora que se establecen ante as debilidades detectadas en cada titulación permite unha análise e revisión máis sinxelo e directo, no que se poden implicar a distintos públicos.

Todos os grupos de interese foron implicados no proceso de elaboración, implantación e seguimento das melloras do SGC. As evidencias do SGC manifestan a existencia dunha cultura de calidade consolidada no centro que Contribúe á mellora continua.

**Puntos febles detectados:**

- Baixo nivel de coñecemento do SGIC, o que supón unha mala valoración do mesmo.
- SGIC non acreditado

**Accións de mellora a implantar:**

- Retomar accións de comunicación en torno ao SGIC no centro, xerando unha cultura de calidade consolidada.
- Poñer en marcha o proceso de acreditación do SGIC

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E5: Actas das reunións celebradas, da Comisión Académica /Comisión de Titulación/Comisión de Garantía de Calidade

E10: Documentación do SGC (Política, **obxectivos de calidade**, manual e procedementos)

E11: Evidencias da implantación dos procedementos do SGC (procedementos completos, revisados e actualizados que desenvolven as directrices do SGC: Política de calidade, deseño, revisión periódica e mellora dos programas formativos, garantía da aprendizaxe, ensinanza, avaliación centrados no estudante, garantía e mellora da calidade dos recursos humanos, garantía e mellora da calidade dos recursos materiais e servizos e información pública)

E12: Plans de mellora derivados da implantación do SGC

EA4: Informe de certificación da implantación do SGC (no seu caso)

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre a xestión da calidade

**I5: Resultados dos indicadores asociados aos obxectivos de calidade do centro**

## CRITERIO 4. RECURSOS HUMANOS

**Estándar:** O persoal académico e de apoio é suficiente e axeitado de acordo coas características do título e o número de estudantes.

Analizar e valorar a adecuación do persoal académico e de apoio que participa no título obxecto de avaliación.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

O profesorado que participa no Título é suficiente e o seu grao de dedicación, a súa cualificación e experiencia son adecuados para levar a cabo o plan de estudos proposto.

A experiencia docente do profesorado desenvólvese en diferentes titulacións de Ciencias Sociais, predominando a área de Comunicación Audiovisual e Publicidade, contando tamén coa colaboración doutros expertos de recoñecido prestixio académico a nivel nacional e internacional relacionados co ámbito da comunicación.

No curso 2022-23, a planificación docente estivo formada por 39 profesores, dos cales 18 son profesores pertencentes á Universidade de Vigo e 21 son profesores externos. Este volume de profesores tamén queda latente no volume de horas por docentes internos e externos, sendo as horas de profesorado externo lixeiramente superiores ás de profesorado interno.

A necesidade de contar no persoal docente con persoal doutras universidades e/o centros de investigación e traballo xustifícase polo propio perfil multidisciplinar do Máster e pola decisión de dispoñer dos especialistas mellor cualificados nos contidos das materias impartidas, que complementen de maneira idónea os recursos docentes da Universidade de Vigo. O profesorado que imparte docencia no Máster é na súa maioría persoal a tempo completo estable (tan só cóntase cun bolseiro postdoutoral, dous profesores asociados e dous axudantes doutores), un índice que foi mellorando ao longo das diferentes edicións coa consolidación de boa parte do profesorado docente que consolidou a súa praza de contratado doutor ou titular de universidade.

Respecto a a experiencia investigadora e acreditación en tramos de investigación recoñecidos, actualmente o Máster conta con 12 sexenios de investigación vivos no momento de elaboración deste informe, duplicándose desde as primeiras edicións do Máster.

En canto ao volume de profesorado doutor, todos os membros da Uvigo son doutores (18) e catro dos 21 profesores externos tamén o son. En total, 22 profesores doutores fronte a 17 profesores non doutores.

En canto á experiencia docente, podemos afirmar que practicamente o 100% do profesorado interno (persoal docente) ten máis de 10 anos de experiencia docente en titulacións do ámbito da Comunicación en centros de educación universitaria. Ademais, o profesorado externo conta con ampla experiencia docente á marxe da súa participación nesta titulación (E15)

Loxicamente, polo propio perfil da titulación e ao tratarse dun Máster ofrecido desde a área da Comunicación, a maioría dos docentes da Universidade de Vigo pertencen á Área de Comunicación Audiovisual e Publicidade (15 docentes), aínda que atendendo ás diferentes materias ofertadas e ao perfil multidisciplinar do título, cóntase coa colaboración de docentes doutros departamentos da Universidade de Vigo, como é o caso da área de xornalismo do Departamento de Psicología Evolutiva e Comunicación (un profesor titular, unha profesora contratada doutora e unha profesora asociada)

Estímase que o profesorado que participa no Título é suficiente e o seu grao de dedicación, cualificación ou experiencia son adecuados, aínda que se estima que sería necesario incrementar o número de horas de profesorado interno, que ten unha tendencia á baixa ao longo dos anos.

Ademais, desde o inicio da súa impartición, o Máster En Comunicación En Medios Sociais E Creación De Contidos Dixitais contou coa colaboración de docentes doutras universidades e centros de investigación españois e estranxeiros, como o Instituto Politécnico de Lisboa ou a Universidade Complutense de Madrid, persoal de alto prestixio académico e recoñecemento non só a nivel nacional, senón tamén internacional.

En relación co profesorado externo, case na súa totalidade trátase de recoñecidos especialistas que complementan e desenvolven liñas de traballo relacionadas cos diferentes aspectos teóricos e aplicados ás materias nas que teñen docencia. Son, ademais, na súa gran maioría traballadores ou CEO's de empresas cunha gran reputación no sector como Avante Medios, Eloxia ou Quattro IDCP.

A incorporación de profesorado interno e externo se debate e somete á súa aprobación na CAM.

Pódese acceder aos CV do profesorado (perfil de LinkedIn) desde a portada da web do máster.

En relación co previsto na Memoria (véxase evidencia E1), a composición é similar ao indicado nela, aínda que mellora no volume de profesorado consolidado. A participación dos docentes nos programas de formación e mobilidade é adecuada aos obxectivos expostos na memoria.

En conclusión, tendo en conta os recursos humanos dispoñibles e os datos presentados, e baseándonos na experiencia de impartición do Máster durante cinco cursos, podemos afirmar que é perfectamente viable o desenvolvemento da Titulación aplicando criterios de adaptación ao EEES.

O persoal de administración e servizos (PAS) do Centro de impartición do Máster está vinculado á Facultade de Comunicación e presenta un perfil adecuado ás necesidades de impartición do título. O persoal de apoio que participa no título conta co nivel de cualificación esixido e é acorde coas previsións que se incluíron na memoria verificada.

**Puntos febles detectados:**

- Volume de horas do profesorado interno

**Accións de mellora a implantar:**

- Mellorar a implicación do profesorado interno para acumular un maior volume de horas.

**Evidencias nas que se baseou valoración:**

E15: Plan de ordenación docente do título: Información sobre o profesorado (número, experiencia docente e investigadora, categoría, materias que imparte, área, etc.). No caso de profesionais externos, solicitarase un currículo breve  
E16: Información sobre o persoal de apoio (número, experiencia profesional, categoría, etc.)  
R2-PE02 P1: Informe para os responsables académicos (DOCENTIA)

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción a todos os grupos de interese sobre aspectos relacionados co persoal docente e o PAS e fundamentalmente resultados da enquisa de satisfacción do PAS e PDI

I6/I017(2)-PE: Porcentaxe de participación do profesorado da titulación en plans de formación da Universidade e en actividades formativas específicas

I7/I017-PE: Porcentaxe de participación do persoal de apoio do centro en plans de formación da universidade e en actividades formativas específicas.

I8: Resultados das enquisas de avaliación da docencia e a súa evolución

I9: Porcentaxe de profesorado avaliado polo programa DOCENTIA ou similares e resultados obtidos

I10: Evolución dos indicadores de mobilidade (número, porcentaxe de profesores/as que participan en programas de mobilidade sobre o total do profesorado do título)

I15: Media de alumnos por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva,...)

I02-PE: Cualificación do PDI

I03-PE: Resultados de investigación de carácter académico(Sexenio)

I03(2)-PE: Profesorado por categoría

**CRITERIO 5. RECURSOS MATERIAIS E SERVIZOS**

**Estándar:** Os recursos materiais e servizos postos a disposición do desenvolvemento do título son os axeitados en función da natureza, modalidade do título, número de estudantes matriculados/as e competencias a adquirir polos/as mesmos/as. Analizar e valorar se os recursos materiais e servizos postos a disposición do estudiantado son os axeitados ás necesidades do título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

A aula é o principal recurso utilizado para a impartición de clases na Universidade de Vigo, ben dotadas de enchufes, con lousa tradicional e proxector dixital. É neste lugar onde se detectaron algunhas carencias en canto á conectividade sen cables a internet. Na actualidade, o uso da tecnoloxía e a conectividade a internet son elementos fundamentais no proceso de ensino e aprendizaxe, polo que é fundamental garantir que os equipos e a conexión a internet sexan adecuados e estean en bo estado. É importante destacar que a conectividade a internet nas aulas non só é clave para a impartición de clases, senón que tamén é esencial para a realización de traballos e proxectos por parte do alumnado. Por iso, é necesario asegurar que os equipos e a conexión a internet estean dispoñibles e sexan de calidade para garantir o éxito académico dos estudantes.

Durante un par de anos desde a coordinación dotouse á aula dun router con conectividade móbil, pero esa solución non foi efectiva e refugouse .

Debido ao alto número de profesorado externo tamén se dotou ao máster dun computador portátil que se conecta automaticamente á rede wifi de persoal da Uvigo, facilitando a docencia a este perfil concreto de profesor.

Outros espazos físicos como laboratorios ou zonas de uso común empréganse con normalidade e con boa aceptación por parte do alumnado.

En canto aos recursos dixitais, o principal recurso utilizado neste Máster é a plataforma de teledocencia Moovi (<https://moovi.uvigo.gal/>) onde se aloxan os espazos virtuais das materias, así como unha serie de espazos comúns no Campus Remoto, lugar no que se realizaron clases virtuais durante a pandemia e híbridas cando foi necesario.

O alumnado tamén pode acceder ás instalacións da Facultade, en especial, á biblioteca central do Campus, a laboratorios e salas de reunións debidamente equipadas. O uso destes espazos atópase regulado polo Plan de autoprotección do centro (<http://csc.uvigo.es/facultade/plan-de-autoproteccion/>).

En canto aos equipos informáticos, os estudantes matriculados contan cos seus propios dispositivos e conexión a Internet, seguindo sen ningún tipo de dificultade técnica o ritmo das materias. Unha acción importante que se implementa no acto de benvinda é o recordatorio de acceso aos servizos dixitais da universidade mediante o seu correo electrónico xerado coa matrícula na institución.

O Servizo de Teledocencia da UVigo garante o seu mantemento e actualiza periodicamente os equipos e programas informáticos. Entre as súas principais funcións atópase a de crear, en cada curso académico, os espazos virtuais destinados tanto á coordinación (Master Social Media) como ás materias do Máster e ao TFM.

Nestes espazos o alumnado ten acceso aos materiais de estudo, ás distintas ferramentas de comunicación e aos recursos e actividades evaluativas.

Dado que o grupo máximo é de 25 persoas, considérase que a media de alumnos por grupo de docencia é acertada e adecuada para os recursos humanos e técnicos.

Así mesmo, podemos concluír, en función dos datos, que o nivel de satisfacción das persoas usuarios cos recursos materiais e o funcionamento dos servizos é elevado, tendo durante os catro cursos unha puntuación por encima de 4.

Esta valoración considérase positiva, xa que os recursos materiais e servizos son elementos fundamentais para garantir unha educación de calidade e adecuada ás necesidades actuais dos estudantes.

**Puntos febles detectados:**

- Non se detectan.

**Accións de mellora a implantar:**

- Non se contemplan.

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**

E18: Información sobre os recursos materiais directamente relacionados co título

E19: Información sobre os servizos de orientación académica e programas de acollida-PAT

E20: Listaxe dos centros/entidades para a realización de prácticas externas curriculares e Extracurriculares.

E21: Fondos bibliográficos e outros recursos documentais relacionados coa temática do título

E22: Materiais didácticos e/ou tecnolóxicos que permiten unha aprendizaxe a distancia

E23: Convenios en vigor coas entidades onde se realizan as prácticas externas

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción a tódolos grupos de interese sobre os recursos materiais e servizos

I08-D0: Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas

I11: N° de alumnado por centro de prácticas.

I15: Media de alumnado por grupo de docencia (docencia expositiva, interactiva,...)

## CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAXE

**Estándar:** Os resultados de aprendizaxe acadados polos/as titulados/as son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES da titulación.

Analizar os resultados da aprendizaxe acadados polos/as estudantes e se son coherentes co perfil de egreso e se corresponden co nivel del MECES del título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

O Máster en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais garante o logro dos resultados de aprendizaxe previstos, grazas ao adecuado desenvolvemento das actividades académicas, metodoloxías docentes e sistemas de avaliación establecidos.

En primeiro lugar, as actividades formativas como clases maxistras, talleres, seminarios e ou prácticas, permiten ao estudante adquirir os coñecementos e desenvolver as competencias correspondentes a cada materia do máster. As metodoloxías docentes, tanto presenciais como en liña, empregan recursos didácticos diversos e adaptación a cada resultado de aprendizaxe. Axústanse ao establecido nas fichas das materias do título.

En segundo lugar, os sistemas de avaliación empregados, como probas obxectivas, traballos individuais ou de grupo, participación, exposición de proxectos etc., contribúen a avaliar o grao de consecución dos resultados de aprendizaxe de cada estudante. Os criterios de cualificación de cada instrumento de avaliación están detallados nas guías docentes das materias e aplícanse de forma coherente segundo os estándares de avaliación do máster. Ademais, o alumnado posúe con antelación os traballos e as indicacións da rúbrica de avaliación antes de que se fixen as datas, permitindo unha organización académica optimizada.

O "nivel MECES" fai referencia ao Marco Español de Cualificacións para a Educación Superior (MECES). Este marco ten como obxectivo establecer unha clasificación e comparabilidade das distintas titulacións no ámbito da educación superior en

España. O MECES baséase no Marco Europeo de Cualificacións (MEC), que á súa vez, facilita a comparación e o recoñecemento das cualificacións a nivel europeo.

A efectos desta informe, referímonos ao nivel 3 - Máster, que se outorga a quen completou estudos de posgraduado, como un Máster Universitario.

Este nivel do MECES baséase nunha serie de descriptores que definen as competencias, habilidades e coñecementos que debe posuír un individuo para obter unha titulación nese nivel específico. Estes descriptores xogan un papel fundamental en garantir o cumprimento do establecido na memoria do título (E1), xa que proporcionan unha referencia clara e coherente para o deseño, a implementación e a avaliación dos programas académicos. Desta maneira, asegúrase a calidade e a coherencia entre as expectativas expostas na memoria do título e as competencias adquiridas polos estudantes ao completar os seus estudos.

En canto ao desenvolvemento das clases, a media por grupo de docencia sitúase nun máximo de 25 estudantes, en sintonía co establecido na memoria do título, un número satisfactorio para abordar con certa eficacia o proceso de ensino-aprendizaxe de forma presencial. A metodoloxía docente xira ao redor das presentacións expositivas - clase maxistral - e seminarios prácticos para asentar os conceptos teóricos. A parte práctica combínase con traballo autónomo dos estudantes e ao seguimento permanente por parte dos docentes, poñendo á súa disposición unha serie de calendarios (etapa, semestre, folla de roteiro e actividades) que marcan o estudo e as diferentes opcións de entrega das actividades evaluativas (durante as semanas que dura a materia, ao final de semestre ou na convocatoria extraordinaria de xullo)

Ao mesmo tempo, o profesorado abandona o seu rol tradicional de transmisor de coñecementos e convértese en guía, apoio e facilitador de recursos para a adquisición de competencias por parte do alumnado. Neste sentido, unha das súas principais prioridades é tratar de crear un clima distendido no grupo incentivando a participación a través dos diferentes foros e abrindo canles de comunicación.

Con iso búscase establecer un marco flexible que permita adaptar o proceso de ensino-aprendizaxe ao ritmo de cada estudante, facilitándolle o material de estudo e deseñando unha variedade.

En relación coas guías docentes (ver E4), unha sorte de contrato entre alumnado e profesorado, revísanse anualmente e son aprobadas pola Comisión Académica do Máster. Previo paso á apertura do período de revisión das guías, infórmase o profesorado mediante correo electrónico para lembrarlles os aspectos que deben avaliar e modificar.

O rendemento xeral dos alumnos foi moi satisfactorio, cunha ausencia practicamente total de suspensos e unha concentración maioritaria nas cualificacións máis altas (notable e sobresaliente). A matrícula de honra, aínda que minoritaria, reflicte a excelencia dalgúns estudantes.

Estes datos suxiren que a ampla maioría dos alumnos do máster obtivo un alto rendemento, dominando amplamente os contidos e competencias asociados aos diferentes módulos e materias. O baixo índice de suspensos denota a alta taxa de éxito do máster.

En resumo, a análise das cualificacións obtidas pon de manifesto o excelente rendemento e nivel de éxito dos estudantes no máster.

En relación ás prácticas realizadas polos estudantes, cóntase cun total de 69 empresas conveniadas. É importante destacar que estes convenios foron asinados a petición ou por iniciativa do propio programa de mestría. Con todo, cabe mencionar que a lista de empresas colaboradoras é aínda máis ampla, xa que se comparten convenios cos graos en Publicidade e Relacións Públicas, Comunicación Audiovisual, así como co Máster en Dirección de Arte. É relevante sinalar que os convenios se establecen por institución e non por título académico. En todo caso, sempre se xeran máis ofertas de prácticas que volume de alumnado en disposición de facelas, e salvo unha persoa durante a pandemia, todo o alumnado matriculado realizou prácticas curriculares en empresas.

En conclusión, aínda que os niveis de satisfacción demostran o acerto das estratexias metodolóxicas e recursos didácticos empregados, o máster debe seguir traballando para homoxeneizar o nivel de competencias previo do alumnado e, con iso, favorecer en maior medida a aprendizaxe de todos os estudantes, independentemente da súa formación ou experiencia previa. Accións como unha avaliación temperá de competencias, contidos introductorios niveladores ou unha maior orientación ao estudante desde inicio de curso, permitirán deseñar un ensino máis personalizado e axustada ao perfil de cada alumno. Deste xeito, o máster poderá garantir unha experiencia máis proveitosa e os resultados de aprendizaxe previstos para a totalidade do alumnado matriculado no programa.

**Puntos febles detectados:**

- Non se detectan

**Accións de mellora a implantar:**

- Non se contemplan

**Evidencias nas que se se baseou a valoración:**

E4: Guías docentes das materias

E24: Listaxe de traballos fin de grao/ fin de mestrado (título,tutor e calificación)

E25/: Informes de cualificación por materia

EA11: Informes de prácticas

**Indicadores nos que se baseou a valoración:**

I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese-Análisis xeral de resultados de todas as enquisas de satisfacción

I12: Indicadores de resultados (taxa de éxito global do título e taxa de éxito por materia)

## CRITERIO 7. RESULTADOS DE SATISFACIÓN E RENDEMENTO

**Estándar: Os resultados dos indicadores do programa formativo son congruentes co deseño, a xestión e os recursos postos ao dispor do título e satisfán as demandas sociais da súa contorna.**

Analizar os principais datos e resultados do título e valorar a evolución dun núcleo de indicadores mínimo. Comprobar se Os resultados adecúanse ás previsións e características do título.

**Reflexión/comentarios que xustifiquen a valoración:**

Os resultados dos indicadores relativos á taxa de rendemento lanzan un 89% e a satisfacción dos alumnos sitúase nun 4,07 sobre 5 e do profesorado nun 4,46.

Tal e como reflicte o indicador I13, os datos de matriculación están asociados a unha titulación de alta demanda. Ademais as taxas de éxito, rendemento e avaliación por materia IM01,02,03 lanzan resultados moi favorables. A maior parte deles alcanzan o 100%. Para a desagregación dos datos da inserción laboral por titulación consultar na web dá ACSUG:

<http://www.acsug.es/gl/node/5104>**Indicadores**

O bo funcionamento do Máster confirmase nos bos datos de matrícula que se contemplan ano tras ano, cun grao de ocupación neste curso do 103,33%. As prazas ofertadas son ocupadas na totalidade na primeira convocatoria. Aínda que non se conta con datos de preferencia e adecuación non se pode cuestionar a adecuada demanda do título. Por tanto unha correcta relación entre a oferta e a demanda que se confirma cun bo índice de inserción laboral que levou a unha dinámica pola cal unha importante porcentaxe dos alumnos e alumnas en prácticas continúan con contratos de traballo tras as mesmas, sendo necesario realizar un seguimento deste dato para contar cunha referencia para os próximos cursos. A duración media dos estudos é de 1,23 anos (o establecido no plan de estudos).

Máis info no punto: II.1.3 Indicadores (tasas y cualificacións) por títulos e materias.

	MCONT				
	Meta asociada	22/23	21/22	20/21	19/20
Tasa de graduación.	≥95%	ND	69,57%	100%	90,48%
Tasa de abandono.	≤9%	13%	0,00%	9,52%	x
Tasa de eficiencia.	≥99%	100%	99%	100%	100%
Tasa de rendimento (IM03)	≥95%	98%	95%	93%	99%
Tasa de éxito (IM01)	≥95%	100%	100%	99%	100%
Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	98%	95%	94%	x
Tasa de ocupación	100%	ND	100	x	x
Tasa de preferencia	≥100%	ND	ND	ND	ND
Tasa de adecuación	100%	ND	ND	ND	ND
Evolución número de alumnos matriculados	NO	28	31	23	23
Duración media dos estudos	1	1,04	1,1	1	1

Os resultados de inserción laboral do máster son moi bos, reflectindo a alta empregabilidade e adecuación da formación ás necesidades e demandas do mercado laboral.

<b>Puntos febles detectados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Escasa participación dos alumnado nas enquisas de satisfacción.</li> </ul>	<b>Accións de mellora a implantar:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Implicar á coordinación e desenvolver medidas para sensibilizar ó alumnado da importancia da participación nas enquisas de satisfacción.</li> </ul>
--	---

**Evidencias nas que se baseou a valoración:**  
E9: Plans de mellora derivados da implantación do SGC

**Indicadores:**  
 I1: Evolución do número de estudantes de novo ingreso por curso académico  
 I12: Evolución dos indicadores de resultados  
 Tasa de graduación  
 Tasa de abandono  
 Tasa de eficiencia  
 Tasa de rendimento  
 Tasa de éxito  
 Tasa de avaliación (distinguir entre alumnado a tempo completo e a tempo parcial)  
 I13: Relación de oferta/demanda das prazas de novo ingreso  
 I14/I016-D0: Resultados de inserción laboral/Tempo medio para atopar empresa  
 I010-DO: Duración media dos estudos

## IV. MODIFICACIÓNS NON SUSTANCIAS DAS TITULACIÓNS

### ***Modificacións na titulación de Grao en Publicidade e Relacións Públicas:***

Inclúiranse as modificacións non substanciais, que se corresponden con aqueles cambios menores que melloran a titulación e que a Universidade pode implantar como resultado do proceso de seguimento, tal e como se recolle noe “Procedemento para a solicitude de Modificacións nos Títulos Verificados de Grao e Mestrado” de ACSUG. Estas modificacións deben ser notificadas e xustificadas nos informes de seguimento e incorporadas na memoria do título cando se teña que someter a un proceso de modificación.

Non se contemplan modificacións non substanciais. Renovación acreditación 2020\_21.

### ***Modificacións na titulación de Grao en Comunicación Audiovisual:***

Inclúiranse as modificacións non substanciais, que se corresponden con aqueles cambios menores que melloran a titulación e que a Universidade pode implantar como resultado do proceso de seguimento, tal e como se recolle noe “Procedemento para a solicitude de Modificacións nos Títulos Verificados de Grao e Mestrado” de ACSUG. Estas modificacións deben ser notificadas e xustificadas nos informes de seguimento e incorporadas na memoria do título cando se teña que someter a un proceso de modificación.

Non se contemplan modificacións non substanciais. Renovación acreditación 2020\_21.

### ***Modificacións na titulación de Mestrado en Dirección de Arte en Publicidade:***

Inclúiranse as modificacións non substanciais, que se corresponden con aqueles cambios menores que melloran a titulación e que a Universidade pode implantar como resultado do proceso de seguimento, tal e como se recolle noe “Procedemento para a solicitude de Modificacións nos Títulos Verificados de Grao e Mestrado” de ACSUG. Estas modificacións deben ser notificadas e xustificadas nos informes de seguimento e incorporadas na memoria do título cando se teña que someter a un proceso de modificación.

Non se contemplan modificacións non substanciais. Verificación en 2024. Renovación acreditación 2025.

### ***Modificacións na titulación de Mestrado en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais***

Inclúiranse as modificacións non substanciais, que se corresponden con aqueles cambios menores que melloran a titulación e que a Universidade pode implantar como resultado do proceso de seguimento, tal e como se recolle noe “Procedemento para a solicitude de Modificacións nos Títulos Verificados de Grao e Mestrado” de ACSUG. Estas modificacións deben ser notificadas e xustificadas nos informes de seguimento e incorporadas na memoria do título cando se teña que someter a un proceso de modificación.

Non se contemplan modificacións non substanciais. Verificación en 2023. Renovación acreditación 2024.

## V. ESTADO DE SITUACIÓN DAS MELLORA PROPOSTAS NO(S) INFORME(S) ANTERIOR(ES)

### *Grao en Comunicación Audiovisual*

Accións de mellora	Estado situación	Comentarios /observación
Sistema de Garantía Interna de Calidade. Desenvolvemento de accións informativas para familiarizar ó alumnado co Sistema de Garantía Interna de Calidade e coas canles de participación na mellora de titulación.	Desenvolvida parcialmente	Se ben se evidencia que algúns dos grupos de interese xa están familiarizados co Sistema de Garantía Interna de Calidade do centro, resulta preciso continuar co desenvolvemento das iniciativas para lograr unha satisfacción global ó respecto.
Rendemento: Traballo de Fin de Grao. Desenvolvemento de accións para cambiar a percepción do alumnado respecto do traballo de fin de grao: sesións informativas, especificacións docentes, etc.	Desenvolvida completamente	Incrementouse o rendemento da materia Traballo de Fin de Grao. Deberá facerse fincapé para evitar volver a cifras anteriores.
Satisfacción: Plan de Acción Titorial. Reactivación das reunións do PAT segundo as liñas marcadas na normativa actual.	Desenvolvida completamente.	Tense aumentando a frecuencia de reunións da Comisión Académica de Grao para permitir a organización, dende este órgano, das actividades habituais de coordinación.
Desenvolvemento da docencia: Coordinación de materias. Reactivación dos módulos de materias que permitan a coordinación de aspectos organizativos e de contido.	Desenvolvida completamente	Tense aumentando a frecuencia de reunións da Comisión Académica de Grao para permitir a organización, dende este órgano, das actividades habituais de coordinación.

*Grao en Publicidade e Relacións Públicas*

Accións de mellora	Estado situación	Comentarios /observación
Orientación. Integración do programa PIUNE no PAT (tal e como se expón no novo procedemento de calidade de Orientación ao alumnado e atención ás necesidades específicas (implántase no curso 2020-2021).	Desenvolvida completamente	O descenso a 2 alumnos atendidos baixo este programa no curso 2020-2021 fixo posible o seguimento directo por parte da coordinadora, que, non obstante, a través da coordinación do Grao, trasladou aos responsables de PAT as diferentes necesidades e evolución dos usuarios. En calquera caso, en previsión dun incremento futuro da demanda, débese completar a integración plena no PAT.
Coordinación. Procura de sistema de compensación que permita contar con recursos humanos para a coordinación do título.	Desenvolvida completamente.	No curso 2020-2021 renovouse o coordinador do título e o centro contribúe, na medida das súas posibilidades, a compensar o esforzo e horas de dedicación que implica esta labor, recoñecéndolle ao seu responsable un desconto docente de 30 horas con cargo á bolsa de horas do centro, claramente insuficiente, pero o problema de fondo segue pendente, posto que non existe remuneración económica e o recoñecemento curricular é escaso; cuestións estas que superan as competencias da Facultade.
Recursos materiais. Mellora da a rede wifi do centro para evitar os picos de demanda que provocan saturacións no servizo.	Pendente (no depende do centro).	O plan de mellora da rede wifi é unha competencia dos servizos informáticos da Universidade, que xestionan este asunto de xeito centralizado. Desde a renovación de puntos de acceso acometida nos anos 2018 e 2019 non se levou a cabo ningunha acción deste tipo.
Orientación. Deseño e posta en marcha de accións encamiñadas á mellora da orientación profesional e laboral e á orientación académica para a continuación dos estudos: sesións informativas, etc.	Desenvolvida completamente.	Incrementouse a oferta informativa ao estudiantado sobre este aspecto, a través do PAT e, fundamentalmente, a través do

<p>Coordinación. Desenvolvemento e implementación de medidas para mellorar a coordinación nas materias e entre as materias: planificación, calendarizacións, reunións de módulo, etc.</p>	<p>Desenvolvida completamente</p>	<p>Servicio de Orientación Laboral (SOL) del Área de Empleo da a UVigo, co que se teñen programado charlas destinadas a mellorar, especificamente, a empregabilidade do alumnado de Publicidade e Relacións Públicas. Uns obradoiros que se desenvolverán xa no curso 2021-2022.</p>
<p>Información e transparencia. Actualización da información existente na Web e transmisión doutra información relevante demandada en relación ós títulos a través de redes, pantallas, sesións etc.</p>	<p>Desenvolvida completamente</p>	<p>Téñense agrupado todas as materias do título en tres módulos formativos, designando coordinadores/ as para cada un deles, que forman parte da Comisión Académica do Grao, na que se revisa e aproba, tamén, a planificación semanal de contidos teóricos e prácticos de cada materia, reducindo, así, duplicidades e fomentando a complementariedade entre elas.</p> <p>A información relevante sobre o título é pública e atópase dispoñible, en tempo e forma, para os axentes implicados. Xa non se detecta insatisfacción ó respecto.</p>
<p>Sistema de Garantía Interna de Calidade. Desenvolvemento de accións informativas para familiarizar ó alumnado co Sistema de Garantía Interna de Calidade e coas canles de participación na mellora de titulación.</p>	<p>Desenvolvida parcialmente</p>	<p>Se ben se evidencia que algúns dos grupos de interese xa están familiarizados co Sistema de Garantía Interna de Calidade do centro, resulta preciso continuar co desenvolvemento das iniciativas para lograr unha satisfacción global ó respecto.</p>
<p>Rendemento. Traballo de Fin de Grao. Desenvolvemento de accións para cambiar a percepción do alumnado respecto do traballo de fin de grao: sesións informativas, especificacións docentes, etc.</p>	<p>Desenvolvida completamente</p>	<p>Incrementouse o rendemento da materia Traballo de Fin de Grao.</p>

*Mestrado en Dirección de Arte en Publicidade*

Accións de mellora	Estado situación	Comentarios /observación
Información e transparencia. Actualización da información existente na Web e transmisión doutra información relevante demandada en relación ós títulos a través de redes, pantallas, sesións etc.	Desenvolvida completamente	A información relevante sobre o título é pública e se atopa dispoñible, en tempo e forma, para os axentes implicados. Xa non se detecta insatisfacción ó respecto.
Sistema de Garantía Interna de Calidade. Desenvolvemento de accións informativas para familiarizar ó alumnado co Sistema de Garantía Interna de Calidade e coas canles de participación na mellora de titulación.	Desenvolvida parcialmente	Se ben se evidencia que algúns dos grupos de interese xa están familiarizados co Sistema de Garantía Interna de Calidade do centro, resulta preciso continuar co desenvolvemento das iniciativas para lograr unha satisfacción global ó respecto. Xa se desenvolveron completamente algunhas das accións de mellora propostas. Outras aínda se atopan en proceso de desenvolvemento.
Mejora de la información pública sobre los convenios	Desenvolvida completamente.	Es necesario solicitar a la OTRI listados actualizados de los convenios en vigor de empresas relacionadas con los contenidos de la titulación donde los alumnos puedan hacer prácticas.
Mellora da relación co colectivo de empregadores	Desenvolvida completamente.	Sen comentarios
Análise dos resultados de aprendizaxe, satisfacción e rendemento	Desenvolvida completamente.	

*Mestrado en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais*

Accións de mellora	Estado situación	Comentarios /observación
Revisión das iniciativas xa planificadas e posta en marcha de novas medidas orientadas á familiarizar ós grupos de interese co Sistema de Garantía de Calidade.	Desenvolvida parcialmente	Reforzouse a comunicación neste sentido, informando dende o acto de benvida do SGC da Uvigo
Implicar á coordinación e desenvolver medidas para sensibilizar ó alumnado da importancia da participación nas enquisas de satisfacción.	Desenvolvida parcialmente	Reforzouse a comunicación neste sentido, lembrando en reiteradas ocasións a dispoñibilidade das enquisas e a importancia do seu cumprimento. No entanto, dificulta aumentar as cifras o feito de que os avisos non podan incluír un link directo á cada enquisa, xa que obriga ao estudantado a facer máis pasos para poder cubrir a enquisa.

## VI. LISTAXE DE (NOVAS) ACCIÓNS DE MELLORA PROPOSTAS

[https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/sgic/admin/pm/accion\\_mejora/list](https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/sgic/admin/pm/accion_mejora/list)

Denominación	Tipo
Sistema de Garantía Interna de Calidade. Revisión das iniciativas xa planificadas e posta en marcha de novas medidas orientadas á familiarizar ós grupos de interese co Sistema de Garantía de Calidade.	Centro
Reforzo da comunicación xenérica que leva a cabo a UVigo, implicando ao profesorado e coordinadores de módulo e PAT, para a mellora da participación nas enquisas de satisfacción por parte do alumnado e PAS.	
Satisfacción coas titulacións. Implicación das coordinacións e desenvolvemento de medidas para sensibilizar ós grupos de interese da importancia da participación nas enquisas de satisfacción.	Centro
Recursos materiais. Realizar as demandas correspondentes para conseguir melloras na rede Wifi do centro.	Centro
Orientación. Seguir co deseño e posta en marcha de accións encamiñadas á mellora da orientación profesional e laboral e á orientación académica para a continuación dos estudos: sesións informativas, etc.	Centro
Coordinación. Desenvolvemento e implementación de medidas para mellorar a coordinación nas materias e entre as materias: planificacións, calendarizacións, reunións de módulo, etc.	Título: Grao en Comunicación Audiovisual
Organización e desenvolvemento. Redacción e aprobación dun novo plan de estudos.	Título: Grao en Publicidade e Relacións Públicas.
Recursos humanos. Mellorar a participación do profesorado en accións de mobilidade internacional, creando un rexistro da súa participación en programas deste tipo.	Títulos: Grao en Publicidade e Relacións Públicas. Grao en Comunicación Audiovisual
Coordinación. Reclamar á Reitoría e ás autoridades universitarias un sistema de compensación que permita contar con recursos humanos para a coordinación do título.	Título: Grao en Publicidade e Relacións Públicas.

## VII. CONCLUSIÓNS E ACORDOS

### Conclusións relevantes

Tras analizar toda a información previa relacionada co funcionamento do sistema de garantía/xestión de calidade:

1. As catro titulacións do centro gozan de boa saúde e mantén uns indicadores estables e/o por encima da media da Universidade. Haberá que estar vixiante a determinados indicadores do Grao CAV e do Máster MCONT.
2. É preciso familiarizar ós grupos de interese co Sistema de Garantía Interna de Calidade do centro.
3. Resulta convinte incrementar a participación dos grupos de interese nas enquisas de satisfacción coas titulacións.
4. É necesario a subsanación das deficiencias na rede wifi do centro.

Así mesmo acórdase:

### Acordos

1. Revisar as iniciativas xa planificadas e poñer en marcha novas medidas orientadas á familiarizar ós grupos de interese co Sistema de Garantía de Calidade.
  2. Implicar ás coordinacións e desenvolver medidas para sensibilizar ós grupos de interese da importancia da participación nas enquisas de satisfacción coas titulacións.
  3. Implementar o listaxe de accións de mellora propostas.
  4. Manter e potenciar o que xa funciona
-

## VIII. ANEXOS

- ANEXO I: Nota media de acceso
- ANEXO II: Profesorado doutor por categoría y por sexenios
- ANEXO III: Perfil de ingreso estudiantado que accede por primeira vez á titulación
- ANEXO IV: Distribución do alumnado por centro de prácticas
- ANEXO V: Catálogo de indicadores de centros e titulacións
- ANEXO VI: (novidade) Evolución do alumnado matriculado en Graos e Másters
- ANEXO VII: (novidade) Evolución do alumnado do programa PIUNE

## ANEXO I: Nota media de acceso

Centro	Código SIU	Titulación	Nota Media Expediente (Media RD 1125)
204 Facultade de Comunicación	2500467	Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	7,6598
204 Facultade de Comunicación	2500466	Grao en Comunicación Audiovisual	7,7847
204 Facultade de Comunicación	4316521	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	8,2573
204 Facultade de Comunicación	4312604	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	8,2769

## Estudantado e nota media que accede por primeira vez á titulación. Curso 2022\_23

## Titulacións de Grao

Titulación	Estudio Acceso	Sexo	Nº de ingresos	Nota media acceso	Nota media acceso Sin Sexo	
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	Admisión por recoñecemento dun mínimo de 30 ECTS	Muller	1	7,550	7,550	
	Acceso para maiores de 45 anos (LOE).	Muller	1	8,500	8,500	
	Acreditación ou credencial de equivalencia ou homologación do título de bacharel	Muller	1	8,870	8,870	
	Título de grao do sistema universitario español	Muller	1	7,868	7,868	
	Título Superior de Formación Profesional		Home	2	10,545	9,605
			Muller	10	9,417	9,605
	Título Superior de Artes Plásticas e Deseño	Muller	1	7,960	7,960	
Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español		Home	19	9,210	10,023	
		Muller	62	10,272	10,023	
Grao en Comunicación Audiovisual	Título Superior de Formación Profesional	Home	1	5,910	8,758	
		Muller	3	9,707	8,758	
	Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español	Home	23	9,988	10,247	
		Muller	20	10,545	10,247	

## Estudiantado e nota media que accede por primeira vez á titulación

### Titulacións de Máster

Titulación	Estudio Acceso	Sexo	Nº de ingreso	Nota media acceso	Nota media acceso Sin
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	Licenciado en Historia da Arte	Home	1	7,036	7,036
	Estudos realizados no estranxeiro	Home	3		
		Muller	5		
	Graduado en Publicidade e Relacións Públicas	Muller	2	7,447	7,447
	Graduado en Estudos Ingleses	Muller	1	6,470	6,470
	Graduado en Comunicación Audiovisual	Home	1	6,811	6,811
	Graduado en Comercio Internacional	Muller	1	7,280	7,280
	Graduado en Xornalismo	Home	1	9,148	8,609
		Muller	1	8,070	8,609
	Graduado en Historia da Arte	Muller	1	6,456	6,456
	Graduado en Publicidade e Relacións Públicas	Muller	1	7,132	7,132
	Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	1	7,762	7,762
	Credencial de homologación (MECD) ao grao académico español de licenciado	Muller	1		
	Graduado/a en Xestión Industrial da Moda	Muller	3	7,944	7,944
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	Estudos realizados no estranxeiro	Home	1		
		Muller	7		
	Graduado en Belas Artes	Home	2		
		Muller	8		
	Graduado en Publicidade e Relacións Públicas	Home	2	8,391	7,964
		Muller	2	7,537	7,964
	Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	1	7,453	7,453
	Graduado en Comunicación Audiovisual	Home	1	6,905	6,905
	Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	1	7,743	7,743
	Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	1	7,400	7,400
	Titulado Superior de Deseño	Muller	2		
	Estudos Superiores de deseño, especialidade deseño gráfico	Muller	2	8,290	8,290
Graduado en Deseño e Xestión de Moda	Muller	1	8,240	8,240	

## ANEXO II: Profesorado doutor por categoría y por sexenios

## Profesorado doutor por categorías. Titulaciones de Grao e Máster

Titulación	Categoría Laboral	Curso Académico	Total
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	Non Aplicable	2022/2023	5
		2020/2021	3
	Catedrático/a de universidade	2022/2023	1
		2021/2022	1
		2020/2021	1
	Profesor/a asociado/a T3	2022/2023	9
		2021/2022	12
		2020/2021	15
	Profesor/a titular de universidade	2022/2023	16
		2021/2022	13
		2020/2021	15
	Profesor/a contratado/a doutor/a	2022/2023	7
		2021/2022	10
		2020/2021	11
	Catedrático/a de escola univer.	2022/2023	1
		2021/2022	1
		2020/2021	1
	Profesor/a axudante doutor/a	2022/2023	4
		2021/2022	4
		2020/2021	2
Profesor/a contratado/a de substitución	2022/2023	5	
	2021/2022	5	
	2020/2021	4	
Postos Non Docentes	2022/2023	1	
	2021/2022	1	
		2020/2021	1

Titulación	Categoría Laboral	Curso Académico	Total
Grao en Comunicación Audiovisual	Non Aplicable	2022/2023	6
		2021/2022	2
		2020/2021	1
	Profesor/a asociado/a T3	2022/2023	11
		2021/2022	14
		2020/2021	16
	Profesor/a titular de universidade	2022/2023	8
		2021/2022	7
		2020/2021	7
	Profesor/a contratado/a doutor/a	2022/2023	9
		2021/2022	10
		2020/2021	11
	Profesor/a axudante doutor/a	2022/2023	1
		2021/2022	1
		2020/2021	2
Profesor/a contratado/a de substitución	2021/2022	6	
	2020/2021	2	
Postos Non Docentes	2022/2023	1	
		2021/2022	1

Titulación	Categoría Laboral	Curso Académico	Total
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	Non Aplicable	2022/2023	19
			1
		2021/2022	17
			1
		2020/2021	17
	Profesor/a asociado/a T3	2022/2023	3
		2021/2022	2
		2020/2021	4
	Profesor/a titular de universidade	2022/2023	6
		2021/2022	7
		2020/2021	8
	Profesor/a contratado/a doutor/a	2022/2023	6
		2021/2022	7
		2020/2021	7
	Profesor/a axudante doutor/a	2022/2023	2
		2021/2022	2
2020/2021		1	
Profesor/a contratado/a de substitución	2021/2022	1	
Postos Non Docentes	2022/2023	1	
	2021/2022	1	

Titulación	Categoría Laboral	Curso Académico	Total
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	Non Aplicable	2022/2023	21
			1
		2021/2022	18
			1
		2020/2021	10
	Profesor/a asociado/a T3	2022/2023	2
		2021/2022	2
		2020/2021	3
	Profesor/a titular de universidade	2022/2023	3
		2021/2022	1
2020/2021		2	
Profesor/a contratado/a doutor/a	2022/2023	5	
	2021/2022	7	
	2020/2021	5	
Profesor/a axudante doutor/a	2022/2023	1	
	2021/2022	2	
	2020/2021	1	
Profesor/a contratado/a de	2021/2022	1	
	2020/2021	1	

## Profesorado por sexenios

Titulación	Curso Académico	Categoría Laboral	Nº Profesorado con Sexenios	Nº Profesorado	% PDI Doctor
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	2022/2023	Catedrático/a de universidade	1	1	100,00%
		Profesor/a titular de universidade	14	16	87,50%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	5	7	71,43%
		Catedrático/a de escola univer.	1	1	100,00%
		<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>25</b>	<b>84,00%</b>
	2021/2022	Catedrático/a de universidade	1	1	100,00%
		Profesor/a titular de universidade	11	13	84,62%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	6	10	60,00%
		Catedrático/a de escola univer.	1	1	100,00%
		<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>25</b>	<b>76,00%</b>
	2020/2021	Catedrático/a de universidade	1	1	100,00%
		Profesor/a titular de universidade	10	15	66,67%
Profesor/a contratado/a doutor/a		7	11	63,64%	
Catedrático/a de escola univer.		1	1	100,00%	
<b>Total</b>		<b>19</b>	<b>28</b>	<b>67,86%</b>	
Grao en Comunicación Audiovisual	2022/2023	Profesor/a titular de universidade	5	8	62,50%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	5	9	55,56%
		<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>17</b>	<b>58,82%</b>
	2021/2022	Profesor/a titular de universidade	4	7	57,14%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	5	10	50,00%
		<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>52,94%</b>
	2020/2021	Profesor/a titular de universidade	4	7	57,14%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	6	11	54,55%
		<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>55,56%</b>
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Contidos Dixitais	2022/2023	Profesor/a titular de universidade	5	6	83,33%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	6	6	100,00%
		<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>91,67%</b>
	2021/2022	Profesor/a titular de universidade	6	7	85,71%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	5	7	71,43%
		<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>78,57%</b>
	2020/2021	Profesor/a titular de universidade	6	8	75,00%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	5	7	71,43%
		<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>73,33%</b>
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	2022/2023	Profesor/a titular de universidade	3	3	100,00%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	5	5	100,00%
		<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>
	2021/2022	Profesor/a titular de universidade	1	1	100,00%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	4	7	57,14%
		<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>62,50%</b>
	2020/2021	Profesor/a titular de universidade	1	2	50,00%
		Profesor/a contratado/a doutor/a	3	5	60,00%
		<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>57,14%</b>

+ INFO en: <https://fcom.uvigo.gal/profesorado/>

**ANEXO III: Perfil de ingreso estudiantado que accede por primeira vez á titulación****Titulacións de Grao Curso 2022\_23**

Titulación	Estudio Acceso	Sexo		Total de ingresos
		Home Nº de ingresos	Muller Nº de ingresos	
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Admisión por recoñecemento dun mínimo de 30 ECTS		1	1
	Acceso para maiores de 45 anos (LOE).		1	1
	Acreditación ou credencial de equivalencia ou homologación do título de bacharel		1	1
	Título de grao do sistema universitario español		1	1
	Título Superior de Formación Profesional	2	10	12
	Título Superior de Artes Plásticas e Deseño		1	1
	Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español	19	62	81
Grao en Comunicación Audiovisual	Título Superior de Formación Profesional	1	3	4
	Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español	23	20	43

**Titulacións de Máster Curso 2022\_23**

Titulación	Estudio Acceso	Sexo		Total Nº de ingresos
		Home Nº de ingresos	Muller Nº de ingresos	
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	Licenciado en Historia da Arte	1		1
	Estudos realizados no estranxeiro	3	5	8
	Grado en Publicidade e Relacións Públicas		2	2
	Grado en Estudos Ingleses		1	1
	Grado en Comunicación Audiovisual	1		1
	Grado en Comercio Internacional		1	1
	Grado en Xornalismo	1	1	2
	Grado en Historia da Arte		1	1
	Grado en Publicidade e Relacións Públicas		1	1
	Grado en Comunicación Audiovisual		1	1
	Credencial de homologación (MECD) ao grao académico español de licenciado		1	1
	Grado/a en Xestión Industrial da Moda		3	3
	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	Estudos realizados no estranxeiro	1	7
Grado en Belas Artes		2	8	10
Grado en Publicidade e Relacións Públicas		2	2	4
Grado en Comunicación Audiovisual			1	1
Grado en Comunicación Audiovisual		1		1
Grado en Comunicación Audiovisual			1	1
Grado en Comunicación Audiovisual			1	1
Título Superior de Deseño			2	2
Estudios Superiores de deseño, especialidade deseño gráfico			2	2
Grado en Deseño e Xestión de Moda		1	1	

## ANEXO IV: Distribución do alumnado por centro de prácticas.

## Titulacións de Grao y Máster Curso 2022\_23

## Grao en Publicidade e Relacións Públicas

Empresa	Nº prácticas
PASO A PASO AGENCY	1
SRA. NONA BRAND	1
PABLO MEDRAÑO GONZÁLEZ-KOON	1
CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN	1
GALICIA, S.A.	1
CULTURGAL	1
ANÓNIMO ADVERTISING	1
A MOVIDA	1
CULTURGAL	1
RADIO VIGO	1
Sinergia Eventos	2
Innovación Ágil	1
MR. TURISMO	1
RELINTRE S.L	1
DEPUTACIÓN DE PONTEVEDRA	1
CREAR GALICIA - PONTEVEDRA DIGIT	1
CITADEL SL (GRUPO HOTUSA)	1
RECLAM PUBLICIDAD	4
OCEANO AZUL COMUNICACION, SL	1
ABANCA	1
Emotiv/Creando Marcas	3
AEMPE	1
Bolanda, ediciones y marketing	1
CRUZ ROJA ESPAÑOLA OFICINA PROVINCIAL DE PONTEVEDRA	1
REAL CLUB CELTA DE VIGO, SAD	1
PONTECERCA	3
CREAR GALICIA PONTEVEDRA DIGITAL	1
DIARIO DE PONTEVEDRA	1
TORRES Y CARRERA	1
FUNDACIÓN CIDADE DA CULTURA DE GALICIA	1
CONCELLO DE CANGAS	1
PONTEVEDRAVIVA	2
Zink Marketing	1
BALNEARIO DE MONDARIZ, SA	1
PONTEVEDRAVIVA	1
CACTUS DIGITAL, SL	1
Pazo Quinteiro da Cruz	1
SOCIMENT, SL	1
Innovación Ágil	1
IMAXE INTERMEDIA	1
DIARIO DE PONTEVEDRA	2
CORRE LOLA, CORRE, S.L.	4
SRA. NONA BRAND	1
GESTORÍA FUENTES FERNÁNDEZ, S.L.	1
ERA COMUNICACIÓN SL	1
Concello de Ribadumia	1
22grados	1
FORMACOM	1
Krack Co. 2	2
Promoción y Gestión Cultural Trisquelia S.L. 2	1

## Grao en Comunicación Audiovisual

Empresa	Nº prácticas
Trece Amarillo	1
Pixeleger audiovisual	1
ICON	1
EVOURBE, S.L.	1
KOOLBRAND	1
GRUPO RADIO PONTEVEDRA	1
Borja Ferrer Pilato	1
CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A.	1
ESMERARTE INDUSTRIAS CREATIVAS, S.L.U.	1
Miraveo Assets, S.L.	1
PUMPUN DIXITAL SL	1
PONTEVEDRAVIVA	1
A MOVIDA	1
ATLANTICA COMUNICACION	1
Chantre Global S.L.	1
DIARIO DE PONTEVEDRA	1
CTV, S.A.	1
MATRIUSKA PRODUCCIONES S.L.	1
CTV, S.A.	1
José Manuel Aragunde Pereira	1
Chantre Global S.L.	1
CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA S.A.	1
SDI MEDIA IBERIA, S.L.	1
REGALAMÚSICA S.L.	1
GRUPO RADIO PONTEVEDRA	1
KOOLBRAND	1
BALNEARIO DE MONDARIZ, S.A.	1
GRUPO RADIO PONTEVEDRA	1
La Catrina	1
IDEA CREATIVIDAD Y COMUNICACION	1

## Máster en Dirección de Arte en Publicidad

Empresa	Nº prácticas
Agencia Trend	1
Ide Comunicación	1
Anónimo Advertising	1
Teófilo Com.	1
Chachacha Studio	1
Anónimo Advertising	1
Gráficas Anduriña	1
Incubarte	1
Rinoceronte Editor	1
Culebra Studio	1
Koolbrand	1
Koolbrand	1
Ana Seoane	1
Ydewey	1
Miraveo Assets	1
Era Comunicación	1
Pontecerca	1
Pontecerca	1
Closet Comunicación	1
Era Comunicación	1
Canal Uno	1
MV360	1
Arte DArdo	1
CorreLolaCorre	1
Reclam	1
Imaxe	1
Trisquelia	1
CorreLolaCorre	1

## Máster en Comunicación en medios sociais e creación de contidos dixitais

Empresa	Nº prácticas
COLEF	1
Setga	1
Punto Gá	1
Bambú	1
DPI Estrategia	1
Mundinova	1
Alola Publicidad	1
Incubarte	1
Kolors	1
Culebra Studio	1
Avante	1
Koolbrand	1
Pontevedraviva	1
Pepe Vieira	1
Ser Radio Vigo	1
A Movidia	1
SDWeb	1
Glau Fonseca	1
Closet Comunicación	1
Sidi Media	1
Markea	1
RTVE	1
Ambrosía	1
Torres y Carrera	1
Reclam	1
Imaxe	1
CorreLolaCorre	1

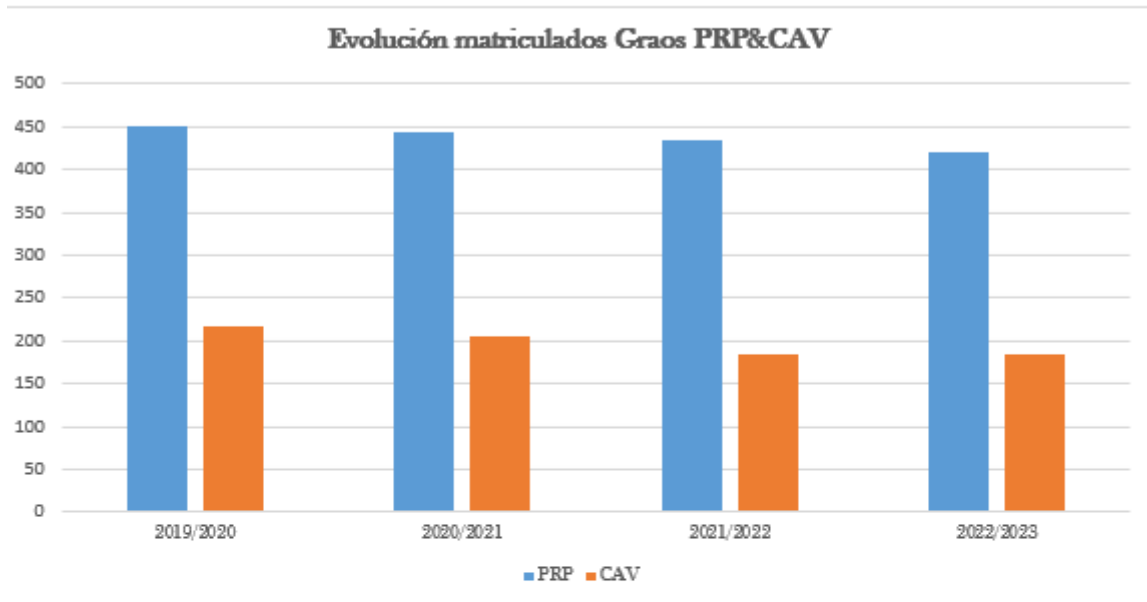
**ANEXO V: Catálogo de indicadores de centros e titulacións**

<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/51/57>

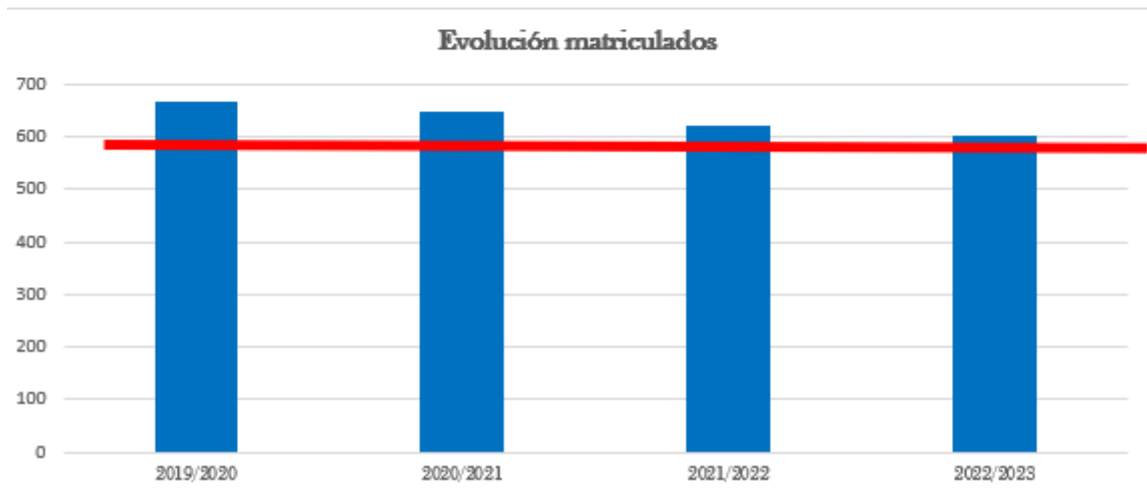
**ANEXO VI (novidade): Evolución do alumnado matriculado en Graos e Mestrados****Estudiantes matriculados/as en Grados**

Titulación	Curso Académico	Nº Matrículas		
		Home	Muller	Total
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	2022/2023	94	326	420
Grao en Comunicación Audiovisual	2022/2023	84	100	184
<b>Total</b>		<b>178</b>	<b>426</b>	<b>604</b>
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	2021/2022	107	328	435
Grao en Comunicación Audiovisual	2021/2022	84	101	185
<b>Total</b>		<b>191</b>	<b>429</b>	<b>620</b>
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	2020/2021	122	322	444
Grao en Comunicación Audiovisual	2020/2021	85	121	206
<b>Total</b>		<b>207</b>	<b>443</b>	<b>650</b>
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	2019/2020	112	338	450
Grao en Comunicación Audiovisual	2019/2020	93	124	217
<b>Total</b>		<b>205</b>	<b>462</b>	<b>667</b>

	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023
PRP	450	444	435	420
CAV	217	206	185	184
<b>TOTAL</b>	<b>667</b>	<b>650</b>	<b>620</b>	<b>604</b>



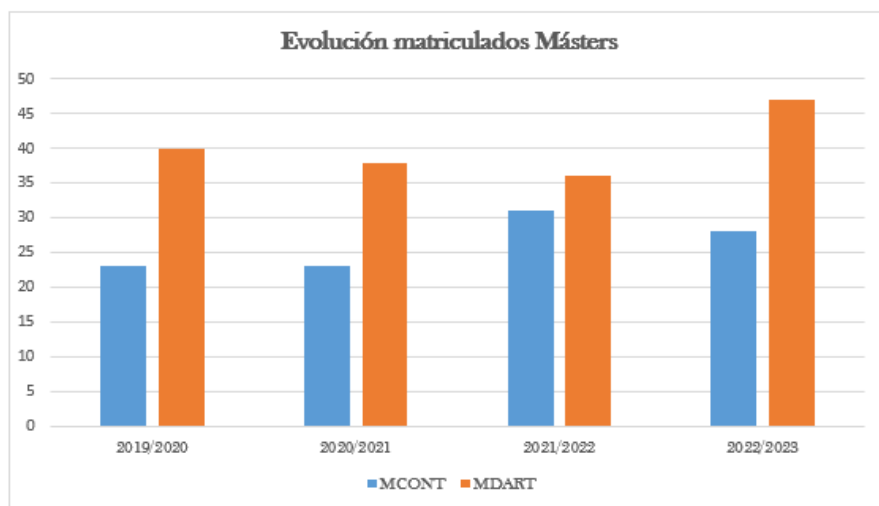
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023
<b>TOTAL</b>	<b>667</b>	<b>650</b>	<b>620</b>	<b>604</b>



Estudiantes matriculados/as en Máster

Titulación	Curso Académico	Nº Matrículas		
		Home	Muller	Total
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2022/2023	8	20	28
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	2022/2023	12	35	47
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>55</b>	<b>75</b>
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2021/2022	5	26	31
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	2021/2022	10	26	36
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>52</b>	<b>67</b>
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2020/2021	1	22	23
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	2020/2021	11	27	38
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>49</b>	<b>61</b>
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2019/2020	6	17	23
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	2019/2020	8	32	40
<b>Total</b>		<b>14</b>	<b>49</b>	<b>63</b>

	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023
<b>MCONT</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>31</b>	<b>28</b>
<b>MDART</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>47</b>
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>61</b>	<b>67</b>	<b>75</b>



**ANEXO VII (novidade): Evolución do alumnado do programa PIUNE**

	2016_17				2017_18				2018_19				2019_20				2020_21				2021_22				2022_23			
	PRP	CAV	MDART	MCONT	PRP	CAV	MDART	MCONT	PRP	CAV	MDART	MCONT	PRP	CAV	MDART	MCONT	PRP	CAV	MDART	MCONT	PRP	CAV	MDART	MCONT	PRP	CAV	MDART	MCONT
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>				<b>1</b>				<b>1</b>				<b>3</b>				<b>5</b>				<b>6</b>				<b>15</b>			

