

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 2021_22

Data da reunión: 30/05/2023

Data de aprobación na Xunta de Centro: 30/05/2023

Fdo. Decana Facultade de Comunicación

Fdo. Vicedecano de calidade e docencia

Índice de contidos

- I. [ASPECTOS INTRODUTORIOS \(p3\)](#)
 - II. [DATOS E INDICADORES \(p5\)](#)
 - III. [ANÁLISE DE RESULTADOS DAS TITULACIÓN DO CENTRO - SEGUIMENTO DAS TITULACIÓN \(p61\)](#)
 - IV. [MODIFICACIÓN NON SUSTANCIAS DAS TITULACIÓN \(p117\)](#)
 - V. [ESTADO DE SITUACIÓN DAS MELLORA PROPOSTAS NO\(S\) INFORME\(S\) ANTERIOR\(ES\) \(p118\)](#)
 - VI. [LISTAXE DE NOVAS ACCIÓN DE MELLORA PROPOSTAS \(p123\)](#)
 - VII. [CONCLUSIÓN E ACORDOS \(p125\)](#)
 - VIII. [ANEXOS \(p127\)](#)
-

I. ASPECTOS INTRODUTORIOS

I.1. Presentación/Obxecto da reunión

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, durante o curso 2021_22 (obxecto de análise neste informe) tivéronse en conta os seguintes cambios:

- Aprobación dos acordos do **comité asesor COVID-19**.(Consello de Goberno do 1/10 de 2021).
- Aprobación das memorias para as **solicitudes de verificación de títulos** de grao e mestrado (Consello de Goberno do 27/10 de 2021).
- Aprobación da **modificación do Regulamento da Comisión de Calidade** da Universidade de Vigo (Consello de Goberno do 27/10 de 2021).
- Nomeamento das persoas da Universidade de Vigo, que compoñen as **Comisións de Avaliación da III Convocatoria do Programa Docentia** (Consello de Goberno do 30/11 de 2021).
- Nomeamento dos **representantes de alumnado na Comisión de Calidade** da Universidade de Vigo (Consello de Goberno do 30/11 de 2021).
 - Paula Gil Hidalgo
 - Iván González Muñiz
 - Juan Jesús Rico Fuentes
- Aprobación do **calendario e o procedemento para a aprobación de verificación e modificación de titulacións** de grao, máster e doutoramento para o curso 2023/2024 (Consello de Goberno do 21/12 de 2021).
- Aprobación dunha modificación no artigo 6 do Regulamento polo que se establece o **régime de cambio de centro en titulacións** de grao co mesmo plan de estudos na UVigo (Consello de Goberno do 13/01 de 2022).
- Aprobación do modelo de **convenio específico de colaboración** para realizar traballos de fin de estudo (grao ou mestrado) entre a Universidade de Vigo e unha **entidade externa** (Consello de Goberno do 01/02 de 2022).
- Nomeamento de dous representantes na **Comisión de Igualdade** da Universidade de Vigo (Consello de Goberno do 01/02 de 2022).
- Aprobación do **calendario académico** da Universidade de Vigo para o curso 2022/23 (Consello de Goberno do 11/03 de 2022).
- Aprobación das **declaracións de interese de modificación/verificación de títulos** de grao, mestrado e doutoramento (Consello de Goberno do 11/03 de 2022).

- Aprobación da normativa para a **regulación dos concursos de PDI** con cargo a proxectos, axudas, grupos e convenios de investigación e transferencia do coñecemento (Consello de Goberno do 05/04 de 2022).
- **Constitución do Consello de Goberno** da Universidade de Vigo (Consello de Goberno extraordinario do 14/07 de 2022).
- Aprobación da modificación da **normativa de dedicación e recoñecementos docentes** do profesorado (Consello de Goberno do 28/07 de 2022).
- Aprobación da **normativa da matrícula condicionada** de acceso a máster (Consello de Goberno do 28/07 de 2022).
- Aprobación da tramitación de **novas propostas e de modificación de títulos** de grao, máster e doutoramento (Consello de Goberno do 28/07 de 2022).
- Aprobación da modificación da **normativa de coordinación de máster** (Consello de Goberno do 28/07 de 2022).

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

- P04G071V01 - Grao en Comunicación Audiovisual
- P04G190V01 - Grao en Publicidade e Relacións Públicas
- P04M082V11 - Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad
- P04M176V01 - Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales

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

Intégranse os coincidentes cos programas de acreditación e seguimento):

**Os indicadores deben ser consultado a través do [portal de transparencia](#) da Universidade de Vigo.*

Táboa resumen dos principais indicadores das titulacións do centro cursos 2021_22

INDICADORES curso 2021_22		PRP	CAV	MDART	MCONT
I1: Número de estudantes de novo ingreso do curso académico.		106	50	30/30	25/25
I12: Indicadores de resultados.	Tasa de graduación.	78,2%	80,85%	93,94%	69,57%
	Tasa de abandono.	12%	7,69%	3,13%	0%
	Tasa de eficiencia.	95%	98%	95%	99%
	Tasa de rendimento (IM03)	91%	95%	88%	95%
	Tasa de éxito (IM01)	96%	98%	100%	100%
	Tasa de avaliación (IM02)	95%	96%	88%	95%
I13: Relación de oferta/demanda das prazas de novo ingreso.		106	50	30/30	25/25
I010-DO: Duración media dos estudos		4,38	4,21	1,22	1,1
Tasa de ocupación		106	111,1	ND	ND
Tasa de preferencia		195	191,1	ND	ND
Tasa de adecuación		78,3	54	ND	ND

Táboa resumen coa evolución dos principais indicadores das titulacións do centro (cursos 2019_20, 2020_21 y 2021_22)

	Meta asociada	PRP				CAV				MDART				MCONT			
		21/22	20/21	19/20	Meta asociada	21/22	20/21	19/20	Meta asociada	21/22	20/21	19/20	Meta asociada	21/22	20/21	19/20	
I1: Evolución do número de estudantes de novo ingreso por curso académico		100	106	109	108	45	50	52	48	30	30	33	35	25	25	25	25
I12: Evolución dos Indicadores de resultados.	Tasa de graduación.	≥70%	78,2%	73,2%	55,7%	≥70%	80,9%	72,0%	53,3%	≥95%	93,94%	96,80%	77,78%	≥95%	69,57%	100%	90,48%
	Tasa de abandono.	≤12%	12%	8%	8%	≤10%	7,7%	4,9%	10,6%	≤0%	3,13%	7,41%	3,03%	≤0%	0,00%	9,52%	x
	Tasa de eficiencia.	≥95%	95%	95%	95%	≥95%	98,0%	98,0%	95,0%	≥99%	95%	96%	100%	≥99%	99%	100%	100%
	Tasa de rendimento (IM03)	≥90%	91%	92%	92%	≥90%	95,0%	95,2%	95,0%	≥95%	88%	95%	87%	≥95%	95%	93%	99%
	Tasa de éxito (IM01)	≥95%	96%	97%	99%	≥95%	98,0%	99,0%	99,0%	≥95%	100%	99%	98%	≥95%	100%	99%	100%
	Tasa de avaliación (IM02)	≥95%	95%	94%	x	≥95%	96,0%	95,9%	x	≥95%	88%	96%	x	≥95%	95%	94%	x
I13: Relación de oferta/demanda das prazas de novo ingreso.		100	106	109	108	45	50	52	48	30	30	33	35	25	25	25	25
I010-DO: Duración media dos estudos		4	4,38	x	4,77	4,5	4,21	4,5	4,7	1	1,22	x	1	1	1,1	1	1
Tasa de ocupación		≥100%	106	109	108	≥100%	111,1	115,56	106,67	100%	ND	94,29	91,43	100%	100	x	x
Tasa de preferencia		≥190%	195	185	159	≥200%	191,1	204,4	175,56	≥100%	ND	ND	ND	≥100%	ND	ND	ND
Tasa de adecuación		≥85%	78,3	85,32	82,41	≥80%	54	63,46	81,25	100%	ND	ND	ND	100%	ND	ND	ND

Tasas de ocupación, preferencia e adecuación dos Graos (cursos 2019 a 2022)

Titulación	Curso Académico	Nº de plazas ofertadas	Matrícula Nuevo Ingreso Preinscripción	Preinscritos en 1ª opción	Matrícula Nuevo Ingreso 1ª Opción	Nota Mínima Admisión
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	2021/2022	100	106	195	83	9,200
	2020/2021	100	109	185	93	8,840
	2019/2020	100	108	159	89	8,110
Grao en Comunicación Audiovisual	2021/2022	45	50	86	27	10,170
	2020/2021	45	52	92	33	9,360
	2019/2020	45	48	79	39	9,210

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%
Grao en Comunicación Audiovisual	2021/2022	111,11%	191,11%	54,00%
	2020/2021	115,56%	204,44%	63,46%
	2019/2020	106,67%	175,56%	81,25%

Comentarios aos principais indicadores

As 4 titulacións do centro manteñen estables os principais indicadores cuns cocientes, na maioría dos casos, por encima da media das titulacións da Universidade de Vigo.

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

As 4 titulacións do centro igualan o superan o número de estudantes de novo ingreso

Evolución dos Indicadores de resultados.

- Tasa de **graduación**: tendencia ascendente
- Tasa de **abandono**: estable. Vigilar Publicidade e RRPP.
- Tasa de **eficiencia**: As 4 titulacións do centro igualan o superan, na maioría dos casos a meta fixada.
- Tasa de **rendimento**: As 4 titulacións do centro igualan o superan, na maioría dos casos a meta fixada.
- Tasa de **éxito**: As 4 titulacións do centro igualan o superan, na maioría dos casos a meta fixada.
- Tasa de **avaliación**: As 4 titulacións do centro igualan o superan, na maioría dos casos a meta fixada.
- Relación de **oferta/demanda das prazas de novo ingreso**: A demanda iguala o supera a oferta nas 4 titulacións.

Duración media dos estudos: Nos parámetros razoables.

- Tasa de ocupación
- Tasa de preferencia
- Tasa de adecuación

As taxas de ocupación e preferencia mantéñense estables. Hai que estar pendente da evolución da taxa de adecuación do grao Comunicación Audiovisual.

Centro			Facultade de Comunicación			
Panel de Indicadores			Existe Meta de calidade asociada (obxectivo de calidade)	<u>Resultado</u> <u>Curso 2021-22</u>	<u>Resultado</u> <u>Curso 2020-21</u>	<u>Resultado</u> <u>Curso 2019-20</u>
Codg SGC	Codg ACSUG	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	ND	3,63	4
I01-DO	E2	Seguimento das titulacións	Si	Favorable	Favorable	Favorable
I02-DO	E2	Acreditación das titulacións	Si	Favorable	Favorable	Favorable

II.1.1.1. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación Grao en Comunicación Audiovisual

Panel de indicadores			¿Existe Meta de calidade asociada aos obxectivos de calidade do centro? Indicar valor establecido	Resultado Curso 2021-2022	Resultado Curso 2020-2021	Resultado Curso 2019-2020
Codg SGC	Codg AC SUG	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: ≥ 3 sobre 5		2,64	3,36
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: $\geq 3,8$ sobre 5		P04G070V01: 3,60 P04G071V01: 3,51	Non hai datos
I04-MC	I4	Grao satisfacción persoas tituladas	Si: $\geq 3,7$ sobre 5	3,20	3,50	3,16
I06-MC	I4	Grao satisfacción empregadores	X		3,51	A cubrir polo coordinador
I01-AC		Nota media de acceso	$\geq 8,8$	ANEXO 1	ANEXO 1	ANEXO 1
I01(2)-AC		Nota mínima de acceso	Si: $\geq 8,4$	10,170	9,360	9,21
I02-AC		Ocupación	Si: $\geq 100\%$	111,11%	115,56	106,67%
I03-AC		Preferencia	Si: $\geq 200\%$	191,11%	204,44%	175,56%
I03(2)-AC		Adecuación	Si: $\geq 80\%$	54,00%	63,46%	81,25%
I04-AC	I1	Matrícula de novo ingreso por preinscripción (Evolución do estudiantado matriculado en cada curso a académico)	C45	50	52	48
I03-DO	I8	Participación do alumnado nas enquisas de avaliación do profesorado (Enquisas de avaliación docente)		P04G070V01 34,09% P04G071V01 43,91%	non hai datos	36,80%
I04-DO	I8	Grao de satisfacción do estudiantado coa actividade docente do profesorado	$\geq 3,5$ sobre 5	P04G070V01: 3,77 P04G071V01:	non hai datos	3,84

		(Enquisas de avaliación docente)		4,04		
I05-DO		Grao de satisfacción do estudantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	≥ 3		2,52	3,51
I06-DO		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3,8$		P04G070:3,80 P04G071:3,48	
I07-DO		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino			3,00	2,78
I08-DO		Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas			4,22	3,69
I09-DO	I3	Estudantes que participan en programas de mobilidade internacionais		6	7	24
I09(2)-DO		Estudantes estranxeiros		4	2	11
I010-DO		Duración media dos estudos	4,5	4,21	4,28	4,50
I011-DO		Taxa de rendemento	Si: $\geq 90\%$	95%	92%	95%
I012-DO		Taxa de abandono	Si: $\leq 10\%$	7,69%	4,88%	10,64%
I013-DO		Taxa de eficiencia	$\geq 95\%$	98%	98%	95%
I014-DO		Taxa de graduación	Si: $\geq 70\%$	88,89%	72%	53,49%
I015-DO		Taxa de éxito	Si: $\geq 95\%$	98%	99%	99%
I016-DO		Tempo medio para atopar emprego			non hai datos	
I017-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación	$> 50\%$	30,56%	35,83%	33,33%
I017(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		11	14	10
I02-PE		Cualificación do PDI. Doutores	$\geq 0,6$		0,59	0,61
I03-PE		Resultados de investigación de carácter académico	≥ 10		30,23%	30%

		(Sexenios)				
I03(2)-PE	Profesorado por categoría	Catedrático/a			ANEXO 2 I03(2)-PE- Profesorado por categoría	VER ANEXO 2
		Titular				
		Contratado/a				
		Doutor/a				
		Axudante				
		Doutor/a				
		Asociado/a				
		Contratado/a interino/a				
Predoutoral						
		Non aplicable				
Indicadores de Seguimento				<u>Resultado</u> <u>Curso</u> <u>2021-2022</u>	<u>Resultado</u> <u>Curso</u> <u>2020-2021</u>	<u>Resultado</u> <u>Curso</u> <u>2019-20</u>
E3	I2	Perfil de ingreso do alumnado (grao)- Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).	Bacharelato	VER ANEXO 3 PERFIL INGRESO	VER ANEXO 3 PERFIL INGRESO	VER ANEXO 3 PERFIL INGRESO
			FP			
			Maiores 25 Anos			
			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	SEN DATOS
			%		2,5%	SEN DATOS
I11		Distribución do alumnado por centro de prácticas	Nome da empresa			
			ANEXO 4			
I14		Resultados de inserción laboral			https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21	
I15		Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A	48,8	PO4G071:50 PO4G070:30	44,95
			Tamaño grupos B		PO4G071:17,86 PO4G070:12,73	18,85
			Tamaño grupos C	17,75	PO4G071:16,67	14,25

					Soamente 1 materia ten grupo C
--	--	--	--	--	---

II.1.1.2. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación P04G190V01 - Grao en Publicidade e Relacións Públicas

Panel de indicadores			Meta de calidade asociada	Resultado Curso 2021-2022	Resultado Curso 2020-2021	Resultado Curso 2019-2020
Codg SGC	Codg ACS UG	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: $\geq 3,3$ sobre 5	3,29	2,83	3,02
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: $\geq 3,8$ sobre 5		3,87	Sen datos
I04-MC	I4	Grao satisfacción persoas tituladas	Si: $\geq 3,5$ sobre 5	3,15	3,51	3,39
I06-MC	I4	Grao satisfacción empregadores	Si: X		Sen datos	Sen datos
I01-AC		Nota media de acceso	>8	ANEXO 1	ANEXO 1	
I01(2)-AC		Nota mínima de acceso		9,200	8,840	8,11
I02-AC		Ocupación	Si: $\geq 100\%$	106%	109,00	108%
I03-AC		Preferencia	Si: $\geq 190\%$	195%	185,00%	159%
I03(2)-AC		Adecuación	Si: $\geq 85\%$	78,30%	85,32%	82,41%
I04-AC	I1	Matrícula de novo ingreso por preinscripción do estudiantado matriculado en cada curso a académico)	100	106	109	108
I03-DO	I8	Participación do alumnado nas			non hai datos	28,60%

		enquisas de avaliación do profesorado (Enquisas de avaliación docente)		18,66%		
I04-DO	I8	Grao de satisfacción do estudiantado coa actividade docente do profesorado (Enquisas de avaliación docente)	$\geq 3,3$ sobre 5	4,02	non hai datos	4,06
I05-DO		Grao de satisfacción do estudiantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	≥ 3		2,87	3,28
I06-DO		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	$\geq 3,8$		4,01	Sen datos
I07-DO		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino			3,21	3,15
I08-DO		Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas	*Utilidade das prácticas	3,25	3,92	3,81
I09-DO	I3	Estudantes que participan en programas de mobilidade internacionais		71	27	52
I09(2)-DO		Estudantes estranxeiros		18	3	13
I010-DO		Duración media dos estudos	4	4,38	4,49	4,77
I011-DO		Taxa de rendemento	Si: >90%	91%	92%	92%
I012-DO		Taxa de abandono	Si: <12%	12%	8,42%	7,92%
I013-DO		Taxa de eficiencia	>95%	95%	95%	95%

I014-DO		Taxa de graduación	Si: >70%	74,19%	73,20%	55,67%
I015-DO		Taxa de éxito	Si: >95%	96%	97%	99%
I016-DO		Tempo medio para atopar emprego			non hai datos	
I017-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación		30,56	35,83%	33,33%
I017(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		16	21	20
I02-PE		Cualificación do PDI. Doutores	≥0,6		0.71	0,74
I03-PE		Resultados de investigación de carácter académico (Sexenios)	≥10		40%	36,62%
I03(2)-PE		Profesorado por categoría	Catedrático/a		ANEXO 2	ANEXO 2
			Catedrático/a escola universitaria			
			Titular			
			Contratado/a Dr/a			
			Axudante Doutor/a			
			Asociado/a			
			Contratado/a predoutoral			
			Contratado/a interino/a			
			Non aplicable			
Indicadores de Seguimento				<u>Resultados</u> <u>Curso</u> <u>2021-2022</u>	<u>Resultados</u> <u>Curso</u> <u>2020-2021</u>	<u>Resultados</u> <u>Curso</u> <u>2019-2020</u>
E3	I2		Bacharelato			

		Perfil de ingreso do alumnado (grao)- Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).	FP			ANEXO 3 PERFIL
			Maiores 25 Anos			ANEXO 3 PERFIL
			Titulados universitarios			ANEXO 3 PERFIL
			Equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros			ANEXO 3 PERFIL
			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	3	2	4
			%		3,70%	Non hai datos
I11		Distribución do alumnado por centro de prácticas	Nome da empresa Entidade			
			ANEXO 4			
I14		Resultados de inserción laboral				
I15		Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A	48,77	50,03	54,98
			Tamaño grupos B	24,06	24,69	27,13
			Tamaño grupos C	24,83	25,47	26,78

II.1.1.3. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación P04M082V11 - Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad

master.en dirección.de.arte publicitaria

Panel de indicadores			¿Existe Meta de calidade asociada aos obxectivo de calidade do centro? Indicar valor establecido	Resultado Curso 2021-2022	Resultado Curso 2020-2021	Resultado Curso 2019-2020
Codg SGC	Cod g ACS UG	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: ≥ 3 sobre 5	3,57	3,63	2,88
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: ≥ 4 sobre 5			Sen datos
I04-MC	I4	Grao satisfacción persoas tituladas		2,88	3,78	2,38
I06-MC	I4	Grao satisfacción empregadores	NO			A cubrir polo coordinador
I01-AC		Nota media de acceso	ANEXO I			
I01(2)-AC		Nota mínima de acceso	6		SEN DATOS	
I02-AC		Ocupación	Si: 100%		94,29%	91,43%
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)	≥ 30		33	35
I03-DO	I8	Participación do alumnado nas enquisas de avaliación do profesorado (Enquisas de avaliación docente)		36,61%		37,42 %

I04-DO	I8	Grao de satisfacción do estudantado coa actividade docente do profesorado (Enquisas de avaliación docente)	≥3,3 sobre 5	4,10		3,92
I05-DO		Grao de satisfacción do estudantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	≥ 3		3,63	2,77
I06-DO		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	≥4		4,20	SEN DATOS
I07-DO		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino			3,78	2,38
I08-DO		Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas	*Utilidade das prácticas	4,00		3,20
I09-DO	I3	Estudantes que participan en programas de mobilidade internacionais		SEN DATOS		SEN DATOS
I09(2)-DO		Estudantes estranxeiros		SEN DATOS		SEN DATOS
I10-DO		Duración media dos estudos	1	1,22	1,20	1,00
I11-DO		Taxa de rendemento	Si: ≥95%	88%	95%	87%
I12-DO		Taxa de abandono	Si: ≤0%	3,13%	7,41%	3,03%
I13-DO		Taxa de eficiencia	≥99%	95%	96%	100%
I14-DO		Taxa de graduación	Si: ≥95%	90,91%	96,88%	77,78%
I15-DO		Taxa de éxito	Si: ≥95%	100%	99%	98%
I16-DO		Tempo medio para atopar emprego	NO		SEN DATOS	
I17-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación		30,56%	35,83%	33,33%
I17(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		6	1	6
I02-PE		Cualificación do PDI. Doutores	≥0,5		45,45%	55,56%
I03-PE		Resultados de investigación de carácter académico (Sexenios)	≥10		28,57%	25%
I03(2)-PE		Profesorado por categoría	Catedrático/a Titular U.	ANEXO 2	ANEXO	- 2

			Contratado/a Dr/a			5
			Axudante Doutor/a			1
			Asociado/a			3
			Non aplicable			7
Indicadores de Seguimento				Resultados Curso 2021-2022	Resultado/s Curso 2020-2021	Resultado/s Curso 2019/2020
E3	I2	Perfil de ingreso do alumnado (grao)- Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).		ANEXO 3	ANEXO 2 PERFIL	
I9		% de profesorado do título avaliado polo programa DOCENTIA (quinquenal)			Coordinador	
I10		Nº e % de profesorado que participa en programas de mobilidade	Nº	2	0	Sen datos
			%		--	
I11		Distribución do alumnado por centro de prácticas		ANEXO 4		ANEXO 3
					BAP&CON DE IMAXE INTERME DIA MARKEA NO NECESARI AMENTE ROI DIGITAL BUSINESS SRA NONA BRAND	
I14		Resultados de inserción laboral				
I15		Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A		26,53	25,53

II.1.1.4. Resultados do panel de Indicadores do SGIC da titulación P04M176V01 - Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais y Creación de Contenidos Digitales



Panel de indicadores			Meta de calidade asociada aos obxectivo de calidade do centro	Resultado Curso 20221-2022	Resultado Curso 2020-2021	Resultado Curso 2019-2020
Codg SGC	Codg ACS UG	Descrición				
I02-MC	I4	Grao satisfacción estudiantado	Si: ≥ 3 sobre 5	3,03	2,65	3,68
I03-MC	I4	Grao satisfacción profesorado	Si: ≥ 4 sobre 5			
I04-MC	I4	Grao satisfacción persoas tituladas			3,33	2,79
I06-MC	I4	Grao satisfacción empregadores	NO			
I01-AC		Nota media de acceso		ANEXO 1		
I01(2)-AC		Nota mínima de acceso			SEN DATOS	
I02-AC		Ocupación			92%	92%
I03-AC		Preferencia			SEN DATOS	
I03(2)-AC		Adecuación			SEN DATOS	
I04-AC	I1	Matrícula de novo ingreso por preinscripción (Evolución do estudiantado matriculado en cada curso a académico)	≥ 30		23	24
I03-DO	I8	Participación do alumnado nas enquisas de avaliación do profesorado (Enquisas de avaliación docente)		47,20%		27,17%
I04-DO	I8	Grao de satisfacción do	$\geq 3,3$ sobre 5			3,74

		estudantado coa actividade docente do profesorado (Enquisas de avaliación docente)		3,70		
I05-DO		Grao de satisfacción do estudantado coa planificación e desenvolvemento do ensino	≥3		2,65	3,44
I06-DO		Grao de satisfacción do profesorado coa planificación e desenvolvemento do ensino	≥4		4,09	
I07-DO		Grao de satisfacción das persoas tituladas coa planificación e desenvolvemento do ensino			3,33	2,79
I08-DO		Grao de satisfacción coas prácticas académicas externas	*Utilidade das prácticas	3,33		3,08
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	1,10	1,0	1,0
I011-DO		Taxa de rendemento	Si: ≥95%	95%	93%	99%
I012-DO		Taxa de abandono		0%	9,52%	-
I013-DO		Taxa de eficiencia		99%	100%	100%
I014-DO		Taxa de graduación	Si≥95%	100%	100%	90,48%
I015-DO		Taxa de éxito	Si≥95%	100%	99%	100%
I016-DO		Tempo medio para atopar emprego	NO			
I017-PE	I7	Porcentaxe de PAS en formación		30,56%	35,83%	33,33%
I017(2)-PE	I6	Profesorado en programas de formación		11	11	11
I02-PE		Cualificación do PDI	≥0,5		51,35%	0,54

I03-PE	Resultados de investigación de carácter académico (Sexenios)	≥10		53,33%	40,00	
I03(2)-PE	Profesorado por categoría	Catedrático/a	ANEXO 2	ANEXO	-	
		Titular			8	
		Contratado/a			8	
		Doutor/a			1	
		Asociado/a			2	
	Non aplicable	16				
Indicadores de Seguimento				Resultado Curso 2021-22	Resultado Curso 2020-21	Resultado Curso 2019-20
E3	I2	Alumnado por titulación de procedencia (mestrado).	Licenciado en Comunicación Audiovisual	ANEXO 3	ANEXO	ANEXO
			Lic. en Publicidade e Relacións Públicas			
			Licenciado en BBAA			
			Lic. en Tradución e Interpretación			
			Lic. en Ciencias da Información			
			Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros			
			Graduado en BBAA			
			Grad. en Publicidade e Relacións Públicas			
			Graduado en Comunicación Audiovisual			
			Graduado en Comunicación Audiovisual			
Grad. en Xornalismo						
I9	% de profesorado do título avaliado polo programa DOCENTIA (quinquenal)			Coordinador	Coordinador	
I10	Nº e % de profesorado que participa en programas de mobilidade	Nº		0		
		%		---		

I11	Distribución do alumnado por centro de prácticas		ANEXO 4	ANEXO	
				Mundos Digitales Palacio de Oriente	
I14	Resultados de inserción laboral		Ver datos no seguinte link: https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia/informe/show/5/69/21		
I15	Media de alumnos por grupo de docencia	Tamaño grupos A	23	23	24

II.1.2 Resultados das enquisas de satisfacción das titulacións oficiais

Informes por Titulacións Oficiais curso 2021-2022

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

Titulación	P04G071V01 - Grado en Comunicación Audiovisual				
Centro	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
Curso	2021/2022				
Encuestas realizadas	382	Encuestas potenciales	870	Porcentaje	43.91%

Informe de Titulación										
ITEM	Titulación Cursos					Global	Centro Global	Universidade Titulación		Global
	1	2	3	4	5			Grao	Mestrado	
1. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	4.16	4.09				4.13	4.19	4.15	4.20	4.15
2. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por mais de un/ha profesor/a)	3.88	3.92				3.90	4.02	4.02	4.15	4.04
3. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	4.12	4.10				4.11	4.11	3.98	4.02	3.99
4. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	3.77	4.00				3.89	3.95	3.92	3.95	3.92
5. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	3.92	4.15				4.03	3.99	3.93	3.98	3.94
6. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	4.06	4.14				4.10	4.10	4.11	4.06	4.1
7. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, tutorías, plataformas de docencia virtual...)	3.98	4.28				4.13	4.09	4.02	4.07	4.03
8. As probas e as actividades para a avaliación favorecen o meu aprendizaxe.	3.73	4.11				3.91	3.98	3.91	3.95	3.92
9. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	4.20	4.27				4.23	4.22	4.23	4.20	4.23
10. En xeral, estou satisfeito co seu labor docente.	3.88	4.08				3.98	3.98	3.95	4.00	3.96
GLOBAL	3.94	4.15				4.04	4.04	4.01	4.03	4.02

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

Titulación	P04G190V01 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas				
Centro	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
Curso	2021/2022				
Encuestas realizadas	581	Encuestas potenciales	3114	Porcentaje	18.66%

Informe de Titulación										
ITEM	Titulación Cursos					Global	Centro Global	Universidade Titulación		Global
	1	2	3	4	5			Grao	Mestrado	
1. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	4.14	3.91	4.15	4.25		4.07	4.19	4.15	4.20	4.15
2. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por mais de un/ha profesor/a)	4.07	4.09	3.72	4.21		4.02	4.02	4.02	4.15	4.04
3. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	4.08	3.93	4.07	4.15		4.03	4.11	3.98	4.02	3.99
4. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	3.94	3.87	4.05	4.05		3.95	3.95	3.92	3.95	3.92
5. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	4.05	3.88	4.04	4.04		3.98	3.99	3.93	3.98	3.94
6. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	4.27	4.03	4.24	4.28		4.17	4.10	4.11	4.06	4.1
7. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, tutorías, plataformas de docencia virtual...)	4.02	3.86	4.02	4.09		3.96	4.09	4.02	4.07	4.03
8. As probas e as actividades para a avaliación favorecen o meu aprendizaxe.	3.97	3.87	4.17	4.00		3.97	3.98	3.91	3.95	3.92
9. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	4.35	4.09	4.23	4.40		4.22	4.22	4.23	4.20	4.23
10. En xeral, estou satisfeito co seu labor docente.	3.92	3.81	4.01	4.03		3.91	3.98	3.95	4.00	3.96
GLOBAL	4.08	3.92	4.10	4.12		4.02	4.04	4.01	4.03	4.02

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

Titulación	P04M082V11 - Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad				
Centro	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
Curso	2021/2022				
Encuestas realizadas	123	Encuestas potenciales	336	Porcentaje	36.61%

Informe de Titulación										
ITEM	Titulación Cursos					Global	Centro Global	Universidade		Global
	1	2	3	4	5			Titulación	Global	
	Grao		Mestrado							
1. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	4.21					4.21	4.19	4.15	4.20	4.15
2. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por mais de un/ha profesor/a)	4.11					4.11	4.02	4.02	4.15	4.04
3. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	4.08					4.08	4.11	3.98	4.02	3.99
4. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	4.05					4.05	3.95	3.92	3.95	3.92
5. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	4.15					4.15	3.99	3.93	3.98	3.94
6. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	4.10					4.10	4.10	4.11	4.06	4.1
7. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, tutorías, plataformas de docencia virtual...)	4.11					4.11	4.09	4.02	4.07	4.03
8. As probas e as actividades para a avaliación favorecen o meu aprendizaxe.	4.12					4.12	3.98	3.91	3.95	3.92
9. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	4.09					4.09	4.22	4.23	4.20	4.23
10. En xeral, estou satisfeito co seu labor docente.	4.07					4.07	3.98	3.95	4.00	3.96
GLOBAL	4.10					4.10	4.04	4.01	4.03	4.02

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

Titulación	P04M176V01 - Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales				
Centro	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación				
Curso	2021/2022				
Encuestas realizadas	177	Encuestas potenciales	375	Porcentaje	47.20%

Informe de Titulación										
ITEM	Titulación Cursos					Global	Centro Global	Universidade		Global
	1	2	3	4	5			Titulación	Global	
	Grao		Mestrado							
1. A guía docente expón de xeito claro e comprensible como se desenvolve a materia (contidos, metodoloxías, sistemas de avaliación...).	3.78					3.78	4.19	4.15	4.20	4.15
2. A coordinación (para evitar solapamentos de contidos, incoherencias ...) entre o profesorado da materia é axeitada. (Contestar só no caso de materias impartidas por mais de un/ha profesor/a)	3.69					3.69	4.02	4.02	4.15	4.04
3. O volume de traballo do alumnado é proporcional aos créditos da materia.	3.79					3.79	4.11	3.98	4.02	3.99
4. As clases están organizadas para facilitar a aprendizaxe desta materia.	3.58					3.58	3.95	3.92	3.95	3.92
5. Os recursos didácticos (bibliografía, materiais, recursos virtuais, exercicios...) facilitados e recomendados son útiles.	3.60					3.60	3.99	3.93	3.98	3.94
6. As metodoloxías desenvolvidas nas clases adecúanse ó que se presenta na guía docente.	3.64					3.64	4.10	4.11	4.06	4.1
7. Orienta e resolve con claridade as dúbidas que se lle formulan (en clase, tutorías, plataformas de docencia virtual...)	3.89					3.89	4.09	4.02	4.07	4.03
8. As probas e as actividades para a avaliación favorecen o meu aprendizaxe.	3.64					3.64	3.98	3.91	3.95	3.92
9. Cumpre os criterios de avaliación establecidos na guía docente.	3.91					3.91	4.22	4.23	4.20	4.23
10. En xeral, estou satisfeito co seu labor docente.	3.66					3.66	3.98	3.95	4.00	3.96
GLOBAL	3.70					3.70	4.04	4.01	4.03	4.02

Resultado das Enquisas de satisfacción do Alumnado coas Titulacións Oficiais curso 2021-2022

Enquisa de satisfacción do Alumnado coas Titulacións Oficiais curso 2021-2022						
Poboación:		Alumnado de Grao que se matricula por 1ª vez nunha materia do curso (N-1), sendo (N) o nº de cursos totais nos que se estrutura o grao. Alumnado de Mestrado que se matricula por 1ª vez nunha materia no curso (N), sendo (N)" o nº de cursos totais nos que se estrutura o mestrado				
Escala:		De 1 (máis negativo) a 5 puntos (máis positivo)				
Indique, por favor, se vostede está satisfeito/a con:						
Dimensións	Bloques		Cuestións		Respostas	
1	Xestión da titulación	1	Organización e desenvolvemento	1	A distribución e orde das materias no plan de estudos	De 1 a 5
				2	A coordinación entre as materias do plan de estudos	De 1 a 5
				3	Os horarios da titulación	De 1 a 5
				4	O calendario das probas de avaliación	De 1 a 5
				5	A utilidade das prácticas da titulación	De 1 a 5
				6	A orientación académica recibida no plan de acción tutorial	De 1 a 5
	2	Información e transparencia	2	7	A facilidade para atopar contidos na páxina web	De 1 a 5
				8	A utilidade da páxina web da titulación	De 1 a 5
				9	A utilidade da información sobre a titulación transmitida por outros soportes (plataformas de teledocencia, taboleiros, pantallas audiovisuais...)	De 1 a 5
				10	A atención ás queixas, suxestións ou incidencias (respostas, resolucións e posta en marcha de accións)	De 1 a 5
				11	A implicación da Facultade/Escola na resolución de problemas e na mellora da titulación	De 1 a 5
2	Recursos humanos	5	Recursos materiais e servizos	12	A axuda recibida do persoal de administración e servizos do centro	De 1 a 5
				13	As aulas e o seu equipamento	De 1 a 5
				14	Os laboratorios, obradoiros e espazos experimentais, e o seu equipamento	De 1 a 5
	15		Os espazos para o traballo autónomo (biblioteca, aulas TIC, e o seu equipamento)	De 1 a 5		
	16		As plataformas de teledocencia e ferramentas multimedia	De 1 a 5		
	17		A formación adquirida	De 1 a 5		
3	Resultados	6	Resultados de aprendizaxe	18	O cumprimento das túas expectativas formativas	De 1 a 5
				19	En xeral, estou satisfeito coa titulación	Si / Non
Xerais				20	En xeral, que é o que máis valoras da titulación?	Resposta aberta
				21	Que melloras se poderían incorporar á titulación?	Resposta aberta
				22	Podes incluír outros comentarios ou matizacións que consideres	Resposta aberta

Cód Cent	Centro	Nivel	Ámbito	Código Titulación	Titulación	Nº Bloq	Bloque de pregunta	Sexo	Nº Respost.	Resultado
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	1	Organización e desenvolvemento	Total	17	3,00
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	2	Información e transparencia	Total	8	3,50
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	3	Sistema de garantía de calidade	Total	6	1,50
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	4	Recursos humanos	Total	3	2,67
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	5	Recursos materiais e servizos	Total	12	3,25
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	6	Resultados de aprendizaxe	Total	6	2,50
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1	Organización e desenvolvemento	Total	22	3,09
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	2	Información e transparencia	Total	12	3,42
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	3	Sistema de garantía de calidade	Total	8	2,75
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	4	Recursos humanos	Total	3	4,00
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	5	Recursos materiais e servizos	Total	16	3,38
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	6	Resultados de aprendizaxe	Total	8	3,75
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Máster en Dirección de Arte en Publicidade	1	Organización e desenvolvemento	Total	28	3,93
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Máster en Dirección de Arte en Publicidade	2	Información e transparencia	Total	15	3,27
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Máster en Dirección de Arte en Publicidade	3	Sistema de garantía de calidade	Total	10	2,50
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Máster en Dirección de Arte en Publicidade	4	Recursos humanos	Total	4	3,25
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Máster en Dirección de Arte en Publicidade	5	Recursos materiais e servizos	Total	19	3,37
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Máster en Dirección de Arte en Publicidade	6	Resultados de aprendizaxe	Total	10	4,60

204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Máster en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	1	Organización e desenvolvemento	Total	36	2,94
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Máster en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2	Información e transparencia	Total	18	3,00
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Máster en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	3	Sistema de garantía de calidade	Total	11	2,91
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Máster en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	4	Recursos humanos	Total	6	3,67
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Máster en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	5	Recursos materiais e servizos	Total	19	3,32
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Máster en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	6	Resultados de aprendizaxe	Total	12	2,67

Resultado das Enquisas de satisfacción das persoas tituladas coas Titulacións Oficiais curso 2021-2022

Enquisa de satisfacción das persoas egresadas coas titulacións curso 2021-2022										
Poboación:		Alumnado que finalizou os seus estudos no curso 20/21								
Escala:		De 1 (máis negativo) a 5 puntos (máis positivo)								
Indique, por favor, se vostede está satisfeito/a con:										
Dimensións	Bloques		Cuestións				Respostas			
1	Xestión da titulación	1	Organización e desenvolvemento	1	A distribución das materias do plan de estudos			De 1 a 5		
				2	O grao de actualización dos contidos do plan de estudos			De 1 a 5		
				3	As metodoloxías empregadas para o desenvolvemento do ensino			De 1 a 5		
				4	A orientación académica recibida			De 1 a 5		
				5	A orientación profesional e laboral recibida			De 1 a 5		
				6	Os programas de mobilidade, de ser o caso			De 1 a 5		
	2	Información e transparencia	7	A facilidade para atopar contidos na páxina web			De 1 a 5			
			8	A utilidade da páxina web da titulación			De 1 a 5			
	3	Sistema de garantía de calidade	9	A atención ás queixas, suxestións ou incidencias (resposta, resolución e posta en marcha de accións)			De 1 a 5			
			10	A implicación do Centro na resolución de problemas e na mellora da titulación			De 1 a 5			
2	Recursos	4	Recursos humanos	11	O desempeño do profesorado			De 1 a 5		
				12	A axuda recibida do persoal de administración e servizos do centro			De 1 a 5		
		5	Recursos materiais e servizos	13	As aulas e laboratorios			De 1 a 5		
				14	Espazos para o traballo autónomo (biblioteca., aulas TIC....)			De 1 a 5		
				15	As plataformas de teledocencia e ferramentas multimedia			De 1 a 5		
3	Resultados	6	Resultados de aprendizaxe	16	A formación adquirida			De 1 a 5		
				17	A utilidade da formación recibida para a carreira profesional			De 1 a 5		
4	Prácticas e experiencia	7	Prácticas Externas	18	Realizou algunha práctica externa			Si / Non		
				19	Formación adquirida na práctica.			De 1 a 5		
				20	Adecuación das tarefas ao perfil profesional e formación			De 1 a 5		
				21	Duración das prácticas			De 1 a 5		
	8	Situación Actual	22	Indique cales destas opcións reflicten a súa situación laboral ou académica na actualidade:			a) Estudante b) Opositor/a c) Empregado/a por conta propia d) Empregado/a por conta aliea e) En busca de emprego			
Preguntas abertas										
	Xerais	9	Preguntas abertas	23	Recomendaría esta titulación a outras persoas?			Si / Non		
				24	En xeral, que é o que máis valora da titulación?			Resposta aberta		
				25	Que melloras se poderían incorporar á titulación?			Resposta aberta		
				26	Podes incluír outros comentarios ou matizacións que consideres			Resposta aberta		

Cód Cent	Centro	Nivel	Ámbito	Código Titulación	Titulación	Nº Bloq	Bloque de pregunta	sexo	Nº Respostas: Non a participación	Total
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	1	Organización e desenvolvemento	Total	68	2,79
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	2	Información e transparencia	Total	26	3,50
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	3	Sistema de garantía de calidade	Total	25	2,60
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	4	Recursos humanos	Total	26	3,46
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	5	Recursos materiais e servizos	Total	39	3,79
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	6	Resultados de aprendizaxe	Total	26	3,04
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G070V01	Grao en Comunicación Audiovisual	7	Prácticas externas	Total	36	3,44

204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1	Organización e desenvolvemento	Total	48	2,77
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	2	Información e transparencia	Total	18	3,22
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	3	Sistema de garantía de calidade	Total	16	2,38
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	4	Recursos humanos	Total	18	3,67
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	5	Recursos materiais e servizos	Total	26	3,58
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	6	Resultados de aprendizaxe	Total	17	3,12
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Grao	Xurídico	P04G190V01	Grao en Publicidade e Relacións Públicas	7	Prácticas externas	Total	27	3,52
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Master en Dirección de Arte en Publicidade	1	Organización e desenvolvemento	Total	45	2,53
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Master en Dirección de Arte en Publicidade	2	Información e transparencia	Total	16	3,00
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Master en Dirección de Arte en Publicidade	3	Sistema de garantía de calidade	Total	16	2,06
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Master en Dirección de Arte en Publicidade	4	Recursos humanos	Total	11	3,27
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Master en Dirección de Arte en Publicidade	5	Recursos materiais e servizos	Total	21	3,71
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Master en Dirección de Arte en Publicidade	6	Resultados de aprendizaxe	Total	14	3,14
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M082V01	Master en Dirección de Arte en Publicidade	7	Prácticas externas	Total	15	3,00
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Master en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Digitais	1	Organización e desenvolvemento	Total	10	2,90
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Master en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Digitais	2	Información e transparencia	Total	4	3,25
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Master en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Digitais	3	Sistema de garantía de calidade	Total	4	3,25
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Master en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Digitais	4	Recursos humanos	Total	4	3,25
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Master en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Digitais	5	Recursos materiais e servizos	Total	6	3,67
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Master en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Digitais	6	Resultados de aprendizaxe	Total	4	4,00
204	Fac. de CC. Sociais e da Comunicación	Master	Xurídico	P04M176V01	Master en Comun. en Medios Sociais e Creación de Contidos Digitais	7	Prácticas externas	Total	6	4,33

Resultado das Enquisas de satisfacción do PAS (Persoal de Administración e Servizos en activo nos centros) coas Titulacións Oficiais curso 2021-2022*

Enquisa Bianual, os datos son do curso 2020_21

Enquisa de satisfacción das persoas tituladas coas titulacións curso 2020-2021							
Poboación:		Persoal de Administración e Servizos en activo nos centros					
Escala:		De 1 (máis negativo) a 5 puntos (máis positivo)					
Indique, por favor, se vostede está satisfeito/a con:							
Dimensións	Bloques		Cuestións		Respostas		
1	Xestión da titulación	1	Información xeral sobre o centro e as súas titulacións	1	A información dispoñible para o alumnado	De 1 a 5	
				2	A información recibida para o desenvolvemento do seu traballo	De 1 a 5	
				3	A información dispoñible na páxina web do centro	De 1 a 5	
	2	Comunicación	2	Comunicación	4	A comunicación cos/as responsables académicos/as do centro, departamentos e titulacións	De 1 a 5
					5	A comunicación co alumnado	De 1 a 5
					6	A comunicación co profesorado	De 1 a 5
					7	A comunicación con outros servizos que traballan no ámbito académico	De 1 a 5
2	Recursos	3	Recursos humanos	8	A formación para facilitar o desempeño das súas funcións.	De 1 a 5	
				9	A dotación do PAS adscrito	De 1 a 5	
		4	Recursos materiais e servizos	10	As instalacións e o equipamento onde se desenvolven as titulacións do centro	De 1 a 5	
3	Xeral	5	Xestión da calidade	11	As instalacións e o equipamento onde realiza o seu traballo	De 1 a 5	
				12	A información dispoñible sobre a xestión da calidade	De 1 a 5	
				13	As canles para realizar queixas, suxestións e parabéns	De 1 a 5	
				14	As vías de participación para a mellora da calidade	De 1 a 5	
4	Preguntas abertas	7	Xeral	15	A xestión das titulacións	De 1 a 5	
				23	Que é que é o que máis valora das titulacións?	Resposta aberta	
4	Preguntas abertas	7	Xeral	24	Que melloras considera que se deberían incorporar ás titulacións?	Resposta aberta	

Cód Centro	Centro	Grupo	Nº Bloq	Bloque de pregunta	Nº Preg	Pregunta	Resultados Pregunta			
							Nº Ítems Respondidos	Total	Homes	Mulleres
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	1	Información xeral	1	A información dispoñible para o alumnado	4	4,00	4,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	1	Información xeral	2	A información recibida para o desenvolvemento do seu traballo	4	3,25	4,00	3,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	1	Información xeral	3	A información dispoñible na páxina web do centro	4	3,75	3,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	2	Comunicación	4	A comunicación cos/as responsables académicos/as do centro, departamentos e titulacións	4	3,75	3,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	2	Comunicación	5	A comunicación co alumnado	4	4,00	4,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	2	Comunicación	6	A comunicación co profesorado	4	3,75	4,00	3,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	2	Comunicación	7	A comunicación con outros servizos que traballan no ámbito académico	4	4,00	4,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	3	Recursos humanos	8	A formación para facilitar o desempeño das súas funcións.	4	3,00	4,00	2,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	3	Recursos humanos	9	A dotación do PAS adscrito	4	4,25	4,00	4,33
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	4	Recursos materiais e servizos	10	As instalacións e o equipamento onde se desenvolven as titulacións do centro	4	3,75	4,00	3,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	4	Recursos materiais e servizos	11	As instalacións e o equipamento onde realiza o seu traballo	4	4,00	4,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	5	Xestión da calidade	12	A información dispoñible sobre a xestión da calidade	4	3,00	4,00	2,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	5	Xestión da calidade	13	As canles para realizar queixas, suxestións e parabéns	4	3,00	4,00	2,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	5	Xestión da calidade	14	As vías de participación para a mellora da calidade	4	3,00	4,00	2,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Graos	6	Xeral	15	A xestión das titulacións	4	4,00	4,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	1	Información xeral	1	A información dispoñible para o alumnado	4	3,75	4,00	3,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	1	Información xeral	2	A información recibida para o desenvolvemento do seu traballo	5	3,80	4,50	3,33
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	1	Información xeral	3	A información dispoñible na páxina web do centro	5	3,40	3,50	3,33
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	2	Comunicación	4	A comunicación cos/as responsables académicos/as do centro, departamentos e titulacións	5	4,20	4,00	4,33
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	2	Comunicación	5	A comunicación co alumnado	5	3,80	3,50	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	2	Comunicación	6	A comunicación co profesorado	5	3,60	3,50	3,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	2	Comunicación	7	A comunicación con outros servizos que traballan no ámbito académico	5	3,60	3,50	3,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	3	Recursos humanos	8	A formación para facilitar o desempeño das súas funcións.	5	3,40	4,00	3,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	3	Recursos humanos	9	A dotación do PAS adscrito	5	3,20	3,50	3,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	4	Recursos materiais e servizos	10	As instalacións e o equipamento onde se desenvolven as titulacións do centro	3	3,33	3,00	3,50
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	4	Recursos materiais e servizos	11	As instalacións e o equipamento onde realiza o seu traballo	5	4,00	4,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	5	Xestión da calidade	12	A información dispoñible sobre a xestión da calidade	3	4,00	4,00	4,00
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	5	Xestión da calidade	13	As canles para realizar queixas, suxestións e parabéns	5	2,80	3,00	2,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	5	Xestión da calidade	14	As vías de participación para a mellora da calidade	5	3,00	3,50	2,67
204	Facultade de CC. Sociais e da Comunicación	Másters	6	Xeral	15	A xestión das titulacións	5	3,40	3,50	3,33

Resultado das Enquisas de satisfacción do PDI coas Titulacións Oficiais curso 2021-2022*

Enquisa Bianual, os datos son do curso 2020_21

Enquisa de Satisfacción do Profesorado coas Titulacións Oficiais curso 2020-21						
Poboación:		Profesorado que imparte docencia en graos e mestrados segundo o POD				
Escala:		De 1 (máis negativo) a 5 puntos (máis positivo)				
Indique, por favor, se vostede está satisfeito/a con:						
Dimensións		Bloques		Cuestións		Respostas
1	Xestión da titulación	1	Organización e desenvolvemento	1	A estruturación ou organización temporal das materias do plan de estudos	ns/nc e de 1 a 5
				2	A coordinación entre as materias do plan de estudos	ns/nc e de 1 a 5
				3	Os horarios da titulación	ns/nc e de 1 a 5
				4	O calendario das probas de avaliación	ns/nc e de 1 a 5
				5	As prácticas realizadas nas materias da titulación	ns/nc e de 1 a 5
				6	A orientación académica programada no plan de acción tutorial	ns/nc e de 1 a 5
		2	Información e transparencia	7	A accesibilidade da información sobre a titulación publicada na web	ns/nc e de 1 a 5
				8	A utilidade da información sobre a titulación publicada na web	ns/nc e de 1 a 5
				9	A utilidade da información sobre a titulación transmitida por outros soportes (plataformas de teledocencia, taboleiros, pantallas audiovisuais...)	ns/nc e de 1 a 5
				10	A información sobre as actividades de extensión universitaria (actividades culturais, deportivas, sociais...)	ns/nc e de 1 a 5
3	Sistema de garantía de calidade	11	As canles de participación na mellora da titulación (caixa de queixas, suxestións e parabéns, delegación de alumnos, participación nas comisións, comunicación cos responsables da titulación...)	ns/nc e de 1 a 5		
2	Recursos	4	Recursos humanos	12	A atención do persoal de administración e servizos do centro	ns/nc e de 1 a 5
				13	A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado	ns/nc e de 1 a 5
		5	Recursos materiais e servizos	14	As aulas e o seu equipamento	ns/nc e de 1 a 5
				15	Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu equipamento	ns/nc e de 1 a 5
				16	Os espazos auxiliares (biblioteca...) e o seu equipamento	ns/nc e de 1 a 5
				17	As plataformas de teledocencia e ferramentas multimedia	ns/nc e de 1 a 5
3	Resultados	6	Resultados de aprendizaxe	18	A formación adquirida polo estudiantado (coñecementos e contidos)	ns/nc e de 1 a 5
				19	A capacidade do estudiantado para aplicar as habilidades e destrezas adquiridas	ns/nc e de 1 a 5
Preguntas abertas						
	Xerais			20	En xeral, estou satisfeito coa titulación	Si / Non
				21	En xeral, que é o que máis valoras da titulación?	Resposta aberta
				22	Que melloras se poderían incorporar á titulación?	Resposta aberta
				23	Podes incluír outros comentarios ou matizacións que consideres	Resposta aberta

Titulación	Bloque	Pregunta	Sexo	Recuento	Promedio
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	17. As plataformas de teleeducación e ferramentas multimedia	T	5	4,00
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	09. A utilidade da información sobre a titulación transmitida por outros soportes (plataforma T	T	19	3,72
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	10. A información sobre as actividades de extensión universitaria (actividades culturais, dep T	T	19	3,59
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	08. A utilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	19	3,72
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	06. A orientación académica programada no plan de acción tutorial	T	19	3,78
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	07. A accesibilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	19	3,89
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	14. As aulas e o seu equipamento	T	19	2,76
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	15. Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu e T	T	19	2,54
Grao en Comunicación Audiovisual	4. Recursos humanos	13. A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado	T	19	2,75
Grao en Comunicación Audiovisual	3. Sistema de garantía de calidade	11. As canles de participación na mellora da titulación (caixa de queixas, suxestións e parabé T	T	19	3,53
Grao en Comunicación Audiovisual	4. Recursos humanos	12. A atención do persoal de administración e servizos do centro	T	19	3,50
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	04. O calendario das probas de avaliación	T	19	3,94
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	05. As prácticas realizadas nas materias da titulación	T	19	4,06
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	03. Os horarios da titulación	T	19	3,89
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	01. A estruturação ou organización temporal das materias do plan de estudos	T	19	3,56
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	02. A coordinación entre as materias do plan de estudos	T	19	3,61
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	16. Os espazos auxiliares (biblioteca...) e o seu equipamento	T	19	3,69
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	10. A información sobre as actividades de extensión universitaria (actividades culturais, dep T	T	5	4,20
Grao en Comunicación Audiovisual	3. Sistema de garantía de calidade	11. As canles de participación na mellora da titulación (caixa de queixas, suxestións e parabé T	T	5	3,75
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	09. A utilidade da información sobre a titulación transmitida por outros soportes (plataforma T	T	5	3,80
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	07. A accesibilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	5	3,80
Grao en Comunicación Audiovisual	2. Información e transparencia	08. A utilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	5	3,75
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	15. Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu e T	T	5	2,00
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	16. Os espazos auxiliares (biblioteca...) e o seu equipamento	T	5	4,00
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	14. As aulas e o seu equipamento	T	5	3,40
Grao en Comunicación Audiovisual	4. Recursos humanos	12. A atención do persoal de administración e servizos do centro	T	5	4,40
Grao en Comunicación Audiovisual	4. Recursos humanos	13. A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado	T	5	2,40
Grao en Comunicación Audiovisual	7. Preguntas de resposta si/non:	20. En xeral, estou satisfeito coa titulación	T	17	100,00
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	01. A estruturação ou organización temporal das materias do plan de estudos	T	5	3,25
Grao en Comunicación Audiovisual	6. Resultados de aprendizaxe	19. A capacidade do estudante para aplicar as habilidades e destrezas adquiridas	T	19	3,82
Grao en Comunicación Audiovisual	5. Recursos materiais e servizos	17. As plataformas de teleeducación e ferramentas multimedia	T	19	3,78
Grao en Comunicación Audiovisual	6. Resultados de aprendizaxe	18. A formación adquirida polo estudante (coñecementos e contidos)	T	19	3,83
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	03. Os horarios da titulación	T	5	3,50
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	06. A orientación académica programada no plan de acción tutorial	T	5	3,00
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	04. O calendario das probas de avaliación	T	5	4,00
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	02. A coordinación entre as materias do plan de estudos	T	5	3,00
Grao en Comunicación Audiovisual	1. Organización e desenvolvemento	03. Os horarios da titulación	T	5	3,80
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	4. Recursos humanos	12. A atención do persoal de administración e servizos do centro	T	31	3,86
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	4. Recursos humanos	13. A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado	T	31	3,39
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	3. Sistema de garantía de calidade	11. As canles de participación na mellora da titulación (caixa de queixas, suxestións e parabé T	T	31	4,00
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	2. Información e transparencia	09. A utilidade da información sobre a titulación transmitida por outros soportes (plataforma T	T	31	4,11
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	2. Información e transparencia	10. A información sobre as actividades de extensión universitaria (actividades culturais, dep T	T	31	3,60
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	5. Recursos materiais e servizos	17. As plataformas de teleeducación e ferramentas multimedia	T	31	3,90
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	6. Resultados de aprendizaxe	18. A formación adquirida polo estudante (coñecementos e contidos)	T	31	4,18
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	5. Recursos materiais e servizos	16. Os espazos auxiliares (biblioteca...) e o seu equipamento	T	31	3,79
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	5. Recursos materiais e servizos	14. As aulas e o seu equipamento	T	31	3,24
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	5. Recursos materiais e servizos	15. Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu e T	T	31	2,96
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1. Organización e desenvolvemento	02. A coordinación entre as materias do plan de estudos	T	31	3,75
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1. Organización e desenvolvemento	03. Os horarios da titulación	T	31	4,17
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1. Organización e desenvolvemento	01. A estruturação ou organización temporal das materias do plan de estudos	T	31	3,86
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	2. Información e transparencia	07. A accesibilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	31	4,27
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	2. Información e transparencia	08. A utilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	31	4,15
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1. Organización e desenvolvemento	06. A orientación académica programada no plan de acción tutorial	T	31	4,04
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1. Organización e desenvolvemento	04. O calendario das probas de avaliación	T	31	4,32
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	1. Organización e desenvolvemento	05. As prácticas realizadas nas materias da titulación	T	31	3,93
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	4. Recursos humanos	13. A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado	T	11	3,30
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	5. Recursos materiais e servizos	14. As aulas e o seu equipamento	T	11	3,55
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	4. Recursos humanos	12. A atención do persoal de administración e servizos do centro	T	11	3,80
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	2. Información e transparencia	10. A información sobre as actividades de extensión universitaria (actividades culturais, dep T	T	11	4,10
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	3. Sistema de garantía de calidade	11. As canles de participación na mellora da titulación (caixa de queixas, suxestións e parabé T	T	11	4,00
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	6. Resultados de aprendizaxe	18. A formación adquirida polo estudante (coñecementos e contidos)	T	11	4,60
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	6. Resultados de aprendizaxe	19. A capacidade do estudante para aplicar as habilidades e destrezas adquiridas	T	11	4,40
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	5. Recursos materiais e servizos	17. As plataformas de teleeducación e ferramentas multimedia	T	11	4,09
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	5. Recursos materiais e servizos	15. Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu e T	T	11	3,50
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	5. Recursos materiais e servizos	16. Os espazos auxiliares (biblioteca...) e o seu equipamento	T	11	4,00
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	1. Organización e desenvolvemento	03. Os horarios da titulación	T	11	4,55
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	1. Organización e desenvolvemento	04. O calendario das probas de avaliación	T	11	4,55
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	1. Organización e desenvolvemento	02. A coordinación entre as materias do plan de estudos	T	11	4,18
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	1. Organización e desenvolvemento	01. A estruturação ou organización temporal das materias do plan de estudos	T	17	4,47
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	5. Recursos materiais e servizos	15. Os laboratorios, as aulas de informática, os obradoiros e espazos experimentais e o seu e T	T	17	3,12
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	5. Recursos materiais e servizos	16. Os espazos auxiliares (biblioteca...) e o seu equipamento	T	17	3,94
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	5. Recursos materiais e servizos	14. As aulas e o seu equipamento	T	17	3,35
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	4. Recursos humanos	12. A atención do persoal de administración e servizos do centro	T	17	3,59
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	4. Recursos humanos	13. A oferta de formación permanente da Universidade de Vigo para o profesorado	T	17	2,75
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	7. Preguntas de resposta si/non:	20. En xeral, estou satisfeito coa titulación	T	17	94,12
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	6. Resultados de aprendizaxe	19. A capacidade do estudante para aplicar as habilidades e destrezas adquiridas	T	17	4,25
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	5. Recursos materiais e servizos	17. As plataformas de teleeducación e ferramentas multimedia	T	17	4,13
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	6. Resultados de aprendizaxe	18. A formación adquirida polo estudante (coñecementos e contidos)	T	17	4,35
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	1. Organización e desenvolvemento	05. As prácticas realizadas nas materias da titulación	T	17	4,44
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	1. Organización e desenvolvemento	06. A orientación académica programada no plan de acción tutorial	T	17	4,59
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	1. Organización e desenvolvemento	04. O calendario das probas de avaliación	T	17	4,47
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	1. Organización e desenvolvemento	02. A coordinación entre as materias do plan de estudos	T	17	4,41
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	1. Organización e desenvolvemento	03. Os horarios da titulación	T	17	4,24
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2. Información e transparencia	10. A información sobre as actividades de extensión universitaria (actividades culturais, dep T	T	17	3,81
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	3. Sistema de garantía de calidade	11. As canles de participación na mellora da titulación (caixa de queixas, suxestións e parabé T	T	17	4,46
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2. Información e transparencia	09. A utilidade da información sobre a titulación transmitida por outros soportes (plataforma T	T	17	4,47
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2. Información e transparencia	07. A accesibilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	17	4,53
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	2. Información e transparencia	08. A utilidade da información sobre a titulación publicada na web	T	17	4,41

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

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

Titulación: Grao en Comunicación Audiovisual		
Panel de indicadores por materia		Resultado Curso 2021-22
IM01	Taxa de éxito	98%
IM02	Taxa de avaliación	96%
IM03	Taxa de rendimientto	95%

Tasas de éxito, avaliación y rendimientto por materias

Asignatura		Sexo	Nº créditos matriculados	Nº Créditos Presentados	Nº Créditos Superados	T. Eval.	T. Exito	T. Ren.
G070204	Teoría e historia da comunicación	Muller	6,00	6,0	6,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	6,00	6,0	6,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070304	Técnicas de edición dixital	Muller	18,00	18,0	6,0	100,00%	33,33%	33,33%
		Total	18,00	18,0	6,0	100,00%	33,33%	33,33%
G070502	Guión, produción e realización para televisión	Home	120,00	120,0	120,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	324,00	312,0	312,0	96,30%	100,00%	96,30%
		Total	444,00	432,0	432,0	97,30%	100,00%	97,30%
G070503	Narrativa audiovisual	Home	66,00	66,0	66,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	162,00	162,0	156,0	100,00%	96,30%	96,30%
		Total	228,00	228,0	222,0	100,00%	97,37%	97,37%
G070501	Estratexias publicitarias e de relacións públicas para produtos audiovisuais	Home	84,00	84,0	84,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	180,00	180,0	180,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	264,00	264,0	264,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070902	Técnicas de programación para televisión	Home	36,00	36,0	30,0	100,00%	83,33%	83,33%
		Muller	90,00	90,0	84,0	100,00%	93,33%	93,33%
		Total	126,00	126,0	114,0	100,00%	90,48%	90,48%
G070901	Guión e deseño multimedia	Home	36,00	30,0	30,0	83,33%	100,00%	83,33%
		Muller	42,00	42,0	42,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	78,00	72,0	72,0	92,31%	100,00%	92,31%
G070602	Guión, produción e realización de programas de ficción	Home	198,00	198,0	198,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	486,00	486,0	486,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	684,00	684,0	684,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070601	Estrutura do sistema audiovisual	Home	78,00	78,0	78,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	168,00	168,0	168,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	246,00	246,0	246,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070904	Teoría e técnica do documental	Home	78,00	72,0	72,0	92,31%	100,00%	92,31%
		Muller	168,00	168,0	168,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	246,00	240,0	240,0	97,56%	100,00%	97,56%

G070903	Proxectos interactivos en novos medios: web	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	36,00	36,0	36,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	54,00	54,0	54,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070703	Propaganda en medios audiovisuais	Home	132,00	132,0	126,0	100,00%	95,45%	95,45%
		Muller	126,00	126,0	126,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	258,00	258,0	252,0	100,00%	97,67%	97,67%
G070701	Dirección artística e escénica	Home	144,00	138,0	138,0	95,83%	100,00%	95,83%
		Muller	156,00	156,0	156,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	300,00	294,0	294,0	98,00%	100,00%	98,00%
G070702	Posproducción audiovisual	Home	144,00	138,0	132,0	95,83%	95,65%	91,67%
		Muller	150,00	150,0	144,0	100,00%	96,00%	96,00%
		Total	294,00	288,0	276,0	97,96%	95,83%	93,88%
G070906	Guión, produción e realización para programas de entretemento	Home	90,00	84,0	84,0	93,33%	100,00%	93,33%
		Muller	84,00	84,0	78,0	100,00%	92,86%	92,86%
		Total	174,00	168,0	162,0	96,55%	96,43%	93,10%
G070905	Crítica audiovisual	Home	48,00	48,0	42,0	100,00%	87,50%	87,50%
		Muller	78,00	72,0	72,0	92,31%	100,00%	92,31%
		Total	126,00	120,0	114,0	95,24%	95,00%	90,48%
G070908	Videoxogos: Deseño e desenvolvemento	Home	60,00	60,0	60,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	60,00	60,0	60,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070907	Proxectos interactivos en novos medios: telefonía móbil e TDT	Home	96,00	96,0	96,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	108,00	108,0	108,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	204,00	204,0	204,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070909	Produción e realización en novos formatos	Home	102,00	102,0	102,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	96,00	96,0	96,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	198,00	198,0	198,0	100,00%	100,00%	100,00%
G070910	Redes audiovisuais en internet	Home	54,00	48,0	48,0	88,89%	100,00%	88,89%
		Muller	72,00	60,0	60,0	83,33%	100,00%	83,33%
		Total	126,00	108,0	108,0	85,71%	100,00%	85,71%
G070991	Traballo de Fin de Grao	Home	360,00	240,0	240,0	66,67%	100,00%	66,67%
		Muller	324,00	264,0	264,0	81,48%	100,00%	81,48%
		Total	684,00	504,0	504,0	73,68%	100,00%	73,68%
G070982	Prácticas externas	Home	264,00	240,0	240,0	90,91%	100,00%	90,91%
		Muller	276,00	264,0	264,0	95,65%	100,00%	95,65%
		Total	540,00	504,0	504,0	93,33%	100,00%	93,33%
G071101	Lingua Española: Expresión textual e visual	Home	138,00	138,0	138,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	132,00	132,0	126,0	100,00%	95,45%	95,45%
		Total	270,00	270,0	264,0	100,00%	97,78%	97,78%
G071102	Socioloxía: Socioloxía da comunicación	Home	138,00	138,0	120,0	100,00%	86,96%	86,96%
		Muller	132,00	132,0	108,0	100,00%	81,82%	81,82%
		Total	270,00	270,0	228,0	100,00%	84,44%	84,44%
G071103	Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	Home	108,00	108,0	108,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	126,00	120,0	120,0	95,24%	100,00%	95,24%
		Total	234,00	228,0	228,0	97,44%	100,00%	97,44%
G071104	Comunicación: Comunicación escrita	Home	132,00	132,0	126,0	100,00%	95,45%	95,45%
		Muller	132,00	126,0	102,0	95,45%	80,95%	77,27%
		Total	264,00	258,0	228,0	97,73%	88,37%	86,36%

G071105	Teoría e técnica da fotografía	Home	126,00	126,0	126,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Total	258,00	252,0	252,0	97,67%	100,00%	97,67%
G071106	Comunicación: Teoría e historia da comunicación	Home	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Muller	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Total	264,00	252,0	252,0	95,45%	100,00%	95,45%
G071107	Comunicación: Documentación audiovisual	Home	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Muller	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Total	264,00	252,0	252,0	95,45%	100,00%	95,45%
G071108	Comunicación: Tecnoloxía dos medios audiovisuais	Home	108,00	108,0	108,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	126,00	120,0	120,0	95,24%	100,00%	95,24%
		Total	234,00	228,0	228,0	97,44%	100,00%	97,44%
G071109	Teoría e técnica cinematográfica	Home	144,00	144,0	144,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Total	276,00	270,0	270,0	97,83%	100,00%	97,83%
G071110	Comunicación radiofónica	Home	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Muller	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Total	264,00	252,0	252,0	95,45%	100,00%	95,45%
G071201	Língua: Lingua galega	Home	120,00	120,0	120,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	138,00	138,0	138,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	258,00	258,0	258,0	100,00%	100,00%	100,00%
G071202	Empresa: Dirección e xestión de empresas audiovisuais	Home	96,00	96,0	96,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	132,00	132,0	132,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	228,00	228,0	228,0	100,00%	100,00%	100,00%
G071203	Xéneros cinematográficos	Home	120,00	120,0	114,0	100,00%	95,00%	95,00%
		Muller	144,00	144,0	144,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	264,00	264,0	258,0	100,00%	97,73%	97,73%
G071204	Teoría e técnica da montaxe	Home	120,00	114,0	114,0	95,00%	100,00%	95,00%
		Muller	144,00	144,0	138,0	100,00%	95,83%	95,83%
		Total	264,00	258,0	252,0	97,73%	97,67%	95,45%
G071205	Dirección de fotografía	Home	132,00	126,0	126,0	95,45%	100,00%	95,45%
		Muller	150,00	150,0	150,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	282,00	276,0	276,0	97,87%	100,00%	97,87%
G071206	Empresa: Marketing de produtos audiovisuais e multimedia	Home	96,00	90,0	90,0	93,75%	100,00%	93,75%
		Muller	138,00	132,0	132,0	95,65%	100,00%	95,65%
		Total	234,00	222,0	222,0	94,87%	100,00%	94,87%
G071207	Narrativa audiovisual	Home	120,00	114,0	114,0	95,00%	100,00%	95,00%
		Muller	144,00	144,0	144,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	264,00	258,0	258,0	97,73%	100,00%	97,73%
G071208	Expresión sonora	Home	150,00	144,0	144,0	96,00%	100,00%	96,00%
		Muller	150,00	150,0	144,0	100,00%	96,00%	96,00%
		Total	300,00	294,0	288,0	98,00%	97,96%	96,00%
G071209	Guión audiovisual	Home	120,00	114,0	114,0	95,00%	100,00%	95,00%
		Muller	144,00	144,0	138,0	100,00%	95,83%	95,83%
		Total	264,00	258,0	252,0	97,73%	97,67%	95,45%
G071210		Home	120,00	120,0	120,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	144,00	132,0	132,0	91,67%	100,00%	91,67%

	Deseño e desenvolvemento de produtos interactivos	Total	264,00	252,0	252,0	95,45%	100,00%	95,45%
			10.578,00	10.176,0	10.014,0	96,20%	98,41%	94,67%

Informe de cualificacións CAV por materias

Código	Asignatura	Sexo	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH
G070204	Teoría e historia da comunicación	Muller			1			
		Total			1			
G070304	Técnicas de edición dixital	Muller		2		1		
		Total		2		1		
G070502	Guión, produción e realización para televisión	Home			1	9		
		Muller	1		3	19	3	1
		Total	1		4	28	3	1
G070503	Narrativa audiovisual	Home				8	3	
		Muller		1	2	14	8	2
		Total		1	2	22	11	2
G070501	Estratexias publicitarias e de relacións públicas para produtos audiovisuais	Home			6	7		1
		Muller			6	18	5	1
		Total			12	25	5	2
G070902	Técnicas de programación para televisión	Home		1	2	2	1	
		Muller		1	6	7	1	
		Total		2	8	9	2	
G070901	Guión e deseño multimedia	Home	1		2	2	1	
		Muller			1	3	2	1
		Total	1		3	5	3	1
G070602	Guión, produción e realización de programas de ficción	Home			2	9		
		Muller			7	20		
		Total			9	29		
G070601	Estrutura do sistema audiovisual	Home			8	5		
		Muller			10	17	1	
		Total			18	22	1	
G070904	Teoría e técnica do documental	Home	1		3	5	4	
		Muller			4	17	6	1
		Total	1		7	22	10	1
G070903	Proxectos interactivos en novos medios: web	Home				2	1	
		Muller			1	5		
		Total			1	7	1	
G070703	Propaganda en medios audiovisuais	Home		1	6	15		
		Muller			3	15	1	2
		Total		1	9	30	1	2
G070701	Dirección artística e escénica	Home	1		2	13	8	
		Muller				17	8	1
		Total	1		2	30	16	1
G070702	Posproducción audiovisual	Home	1	1	16	6		
		Muller		1	21	3		

		Total	1	2	37	9		
G070906	Guión, produción e realización para programas de entretemento	Home	1		10	3	1	
		Muller		1	8	5		
		Total	1	1	18	8	1	
G070905	Crítica audiovisual	Home		1	3	4		
		Muller	1		2	9	1	
		Total	1	1	5	13	1	
G070908	Videoxogos: Deseño e desenvolvemento	Home				6	3	1
		Total				6	3	1
G070907	Proxectos interactivos en novos medios: telefonía móbil e TDT	Home			4	8	3	1
		Muller			3	13	2	
		Total			7	21	5	1
G070909	Produción e realización en novos formatos	Home				12	4	1
		Muller				11	5	
		Total				23	9	1
G070910	Redes audiovisuais en internet	Home	1		2	5	1	
		Muller	2		1	5	3	1
		Total	3		3	10	4	1
G070991	Traballo de Fin de Grao	Home			2	8	10	
		Muller			1	14	5	2
		Total			3	22	15	2
G070982	Prácticas externas	Home	2			6	14	
		Muller	1			4	18	
		Total	3			10	32	
G071101	Lingua Española: Expresión textual e visual	Home			2	16	3	2
		Muller		1	3	15	3	
		Total		1	5	31	6	2
G071102	Socioloxía: Socioloxía da comunicación	Home		3	12	8		
		Muller		4	12	5	1	
		Total		7	24	13	1	
G071103	Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	Home			1	12	4	1
		Muller	1		1	17	2	
		Total	1		2	29	6	1
G071104	Comunicación: Comunicación escrita	Home		1	12	9		
		Muller	1	4	7	9		1
		Total	1	5	19	18		1
G071105	Teoría e técnica da fotografía	Home			5	9	5	2
		Muller	1		4	11	6	
		Total	1		9	20	11	2
G071106	Comunicación: Teoría e historia da comunicación	Home	1		10	11		
		Muller	1		9	10	2	
		Total	2		19	21	2	
G071107	Comunicación: Documentación audiovisual	Home	1		1	16	4	
		Muller	1		1	8	10	2
		Total	2		2	24	14	2
G071108	Comunicación: Tecnoloxía dos medios audiovisuais	Home			3	12	2	1
		Muller	1		4	16		

		Total	1		7	28	2	1
G071109	Teoría e técnica cinematográfica	Home			2	20	2	
		Muller	1			12	8	1
		Total	1		2	32	10	1
G071110	Comunicación radiofónica	Home	1		7	14		
		Muller	1		6	13		2
		Total	2		13	27		2
G071201	Lingua: Lingua galega	Home			2	11	6	1
		Muller			2	14	6	1
		Total			4	25	12	2
G071202	Empresa: Dirección e xestión de empresas audiovisuais	Home			2	11	3	
		Muller				14	7	1
		Total			2	25	10	1
G071203	Xéneros cinematográficos	Home		1	10	5	3	1
		Muller			7	16	1	
		Total		1	17	21	4	1
G071204	Teoría e técnica da montaxe	Home	1		6	11	1	1
		Muller		1	4	17	1	1
		Total	1	1	10	28	2	2
G071205	Dirección de fotografía	Home	1		9	10	2	
		Muller			9	15	1	
		Total	1		18	25	3	
G071206	Empresa: Marketing de produtos audiovisuais e multimedia	Home	1		1	12	2	
		Muller	1		2	16	4	
		Total	2		3	28	6	
G071207	Narrativa audiovisual	Home	1		3	11	4	1
		Muller			2	16	5	1
		Total	1		5	27	9	2
G071208	Expresión sonora	Home	1		12	12		
		Muller		1	7	17		
		Total	1	1	19	29		
G071209	Guión audiovisual	Home	1		6	11		2
		Muller		1	3	17	3	
		Total	1	1	9	28	3	2
G071210	Deseño e desenvolvemento de produtos interactivos	Home			7	6	5	2
		Muller	2		2	18	2	
		Total	2		9	24	7	2
		TOTAL	33	27	347	855	231	40

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

Titulación: Grao en Publicidade e Relacións Públicas		
Panel de indicadores por materia		Resultado Curso 2021-22
IM01	Taxa de éxito	96%
IM02	Taxa de avaliación	95%
IM03	Taxa de rendimento	91%

Tasas de éxito, avaliación y rendimento por materias

Asignatura	Sexo	Nº créditos matriculados	Nº Créditos Presentados	Nº Créditos Superados	T. Eval.	T. Exito	T. Ren.	
G190301	Administración pública e análise estatística	Home	174,00	156,0	156,0	89,66%	100,00%	89,66%
		Muller	432,00	426,0	426,0	98,61%	100,00%	98,61%
		Total	606,00	582,0	582,0	96,04%	100,00%	96,04%
G190203	Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida	Home	120,00	108,0	60,0	90,00%	55,56%	50,00%
		Muller	510,00	480,0	396,0	94,12%	82,50%	77,65%
		Total	630,00	588,0	456,0	93,33%	77,55%	72,38%
G190302	Empresa: Fundamentos de mercadotecnia	Home	162,00	156,0	150,0	96,30%	96,15%	92,59%
		Muller	390,00	390,0	390,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	552,00	546,0	540,0	98,91%	98,90%	97,83%
G190202	Empresa: Fundamentos de organización e xestión empresarial	Home	108,00	96,0	96,0	88,89%	100,00%	88,89%
		Muller	456,00	432,0	432,0	94,74%	100,00%	94,74%
		Total	564,00	528,0	528,0	93,62%	100,00%	93,62%
G190101	Economía: Economía	Home	108,00	96,0	96,0	88,89%	100,00%	88,89%
		Muller	462,00	450,0	450,0	97,40%	100,00%	97,40%
		Total	570,00	546,0	546,0	95,79%	100,00%	95,79%
G190102	Lingua: Linguaxe publicitaria en galego	Home	54,00	48,0	48,0	88,89%	100,00%	88,89%
		Muller	318,00	312,0	312,0	98,11%	100,00%	98,11%
		Total	372,00	360,0	360,0	96,77%	100,00%	96,77%
G190201	Comunicación: Comunicación escrita	Home	150,00	120,0	96,0	80,00%	80,00%	64,00%
		Muller	522,00	492,0	450,0	94,25%	91,46%	86,21%
		Total	672,00	612,0	546,0	91,07%	89,22%	81,25%
G190104	Comunicación: Teoría e historia da comunicación	Home	138,00	114,0	78,0	82,61%	68,42%	56,52%
		Muller	516,00	504,0	420,0	97,67%	83,33%	81,40%
		Total	654,00	618,0	498,0	94,50%	80,58%	76,15%
G190910	Teoría e técnica da comunicación radiofónica	Home	30,00	30,0	30,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	48,00	48,0	48,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	78,00	78,0	78,0	100,00%	100,00%	100,00%
G190501	Deontoloxía da comunicación	Home	144,00	138,0	126,0	95,83%	91,30%	87,50%
		Muller	444,00	432,0	408,0	97,30%	94,44%	91,89%
		Total	588,00	570,0	534,0	96,94%	93,68%	90,82%
G190905	Opinión pública	Home	60,00	60,0	60,0	100,00%	100,00%	100,00%

		Muller	144,00	144,0	144,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	204,00	204,0	204,0	100,00%	100,00%	100,00%
G190105	Teoría e práctica da comunicación publicitaria	Home	102,00	96,0	84,0	94,12%	87,50%	82,35%
		Muller	468,00	468,0	414,0	100,00%	88,46%	88,46%
		Total	570,00	564,0	498,0	98,95%	88,30%	87,37%
G190405	Teoría e práctica da comunicación televisiva	Home	186,00	186,0	156,0	100,00%	83,87%	83,87%
		Muller	438,00	432,0	408,0	98,63%	94,44%	93,15%
		Total	624,00	618,0	564,0	99,04%	91,26%	90,38%
G190305	Teoría e práctica da fotografía publicitaria	Home	186,00	186,0	180,0	100,00%	96,77%	96,77%
		Muller	414,00	414,0	414,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	600,00	600,0	594,0	100,00%	99,00%	99,00%
G190106	Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	Home	96,00	84,0	84,0	87,50%	100,00%	87,50%
		Muller	474,00	462,0	462,0	97,47%	100,00%	97,47%
		Total	570,00	546,0	546,0	95,79%	100,00%	95,79%
G190204	Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade	Home	108,00	96,0	96,0	88,89%	100,00%	88,89%
		Muller	486,00	474,0	474,0	97,53%	100,00%	97,53%
		Total	594,00	570,0	570,0	95,96%	100,00%	95,96%
G190304	Creatividade publicitaria	Home	198,00	192,0	162,0	96,97%	84,38%	81,82%
		Muller	456,00	450,0	414,0	98,68%	92,00%	90,79%
		Total	654,00	642,0	576,0	98,17%	89,72%	88,07%
G190401	Elaboración da mensaxe publicitaria	Home	192,00	180,0	156,0	93,75%	86,67%	81,25%
		Muller	450,00	444,0	420,0	98,67%	94,59%	93,33%
		Total	642,00	624,0	576,0	97,20%	92,31%	89,72%
G190906	Publicidade, artes gráficas e tipografía	Home	42,00	42,0	42,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	240,00	240,0	240,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	282,00	282,0	282,0	100,00%	100,00%	100,00%
G190402	Estratexias da comunicación publicitaria	Home	180,00	162,0	138,0	90,00%	85,19%	76,67%
		Muller	384,00	378,0	318,0	98,44%	84,13%	82,81%
		Total	564,00	540,0	456,0	95,74%	84,44%	80,85%
G190403	Estruturas e actividade da axencia publicitaria	Home	174,00	168,0	156,0	96,55%	92,86%	89,66%
		Muller	420,00	420,0	408,0	100,00%	97,14%	97,14%
		Total	594,00	588,0	564,0	98,99%	95,92%	94,95%
G190601	Avaliación da eficacia publicitaria	Home	120,00	108,0	108,0	90,00%	100,00%	90,00%
		Muller	426,00	408,0	402,0	95,77%	98,53%	94,37%
		Total	546,00	516,0	510,0	94,51%	98,84%	93,41%
G190907	Publicidade internacional	Home	48,00	48,0	48,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	162,00	156,0	150,0	96,30%	96,15%	92,59%
		Total	210,00	204,0	198,0	97,14%	97,06%	94,29%
G190502	Métodos e técnicas de investigación de medios e audiencias	Home	144,00	138,0	126,0	95,83%	91,30%	87,50%
		Muller	450,00	426,0	402,0	94,67%	94,37%	89,33%
		Total	594,00	564,0	528,0	94,95%	93,62%	88,89%
G190602	Planificación e xestión de medios publicitarios	Home	120,00	102,0	96,0	85,00%	94,12%	80,00%
		Muller	480,00	462,0	462,0	96,25%	100,00%	96,25%
		Total	600,00	564,0	558,0	94,00%	98,94%	93,00%
G190903	Comunicación alternativa: Medios	Home	36,00	36,0	36,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	240,00	240,0	240,0	100,00%	100,00%	100,00%

	virtuais e novos soportes publicitarios	Total	276,00	276,0	276,0	100,00%	100,00%	100,00%
G190902	Cine e publicidade	Home	72,00	66,0	66,0	91,67%	100,00%	91,67%
		Muller	156,00	156,0	144,0	100,00%	92,31%	92,31%
		Total	228,00	222,0	210,0	97,37%	94,59%	92,11%
G190504	Produción publicitaria en medios audiovisuais	Home	120,00	114,0	102,0	95,00%	89,47%	85,00%
		Muller	426,00	414,0	414,0	97,18%	100,00%	97,18%
		Total	546,00	528,0	516,0	96,70%	97,73%	94,51%
G190505	Produción publicitaria impresa	Home	126,00	126,0	102,0	100,00%	80,95%	80,95%
		Muller	456,00	444,0	420,0	97,37%	94,59%	92,11%
		Total	582,00	570,0	522,0	97,94%	91,58%	89,69%
G190801	Produción publicitaria na web e multimedia	Home	114,00	114,0	114,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	456,00	450,0	444,0	98,68%	98,67%	97,37%
		Total	570,00	564,0	558,0	98,95%	98,94%	97,89%
G190404	Redacción e locución publicitaria	Home	162,00	156,0	156,0	96,30%	100,00%	96,30%
		Muller	426,00	426,0	426,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	588,00	582,0	582,0	98,98%	100,00%	98,98%
G190901	Campañas de imaxe e de relacións públicas	Home	30,00	30,0	30,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	252,00	252,0	252,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	282,00	282,0	282,0	100,00%	100,00%	100,00%
G190904	Comunicación de crise	Home	30,00	24,0	24,0	80,00%	100,00%	80,00%
		Muller	204,00	204,0	204,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	234,00	228,0	228,0	97,44%	100,00%	97,44%
G190701	Dirección de comunicación	Home	126,00	126,0	114,0	100,00%	90,48%	90,48%
		Muller	438,00	438,0	438,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	564,00	564,0	552,0	100,00%	97,87%	97,87%
G190303	Comunicación: Imaxe corporativa	Home	186,00	186,0	168,0	100,00%	90,32%	90,32%
		Muller	390,00	384,0	378,0	98,46%	98,44%	96,92%
		Total	576,00	570,0	546,0	98,96%	95,79%	94,79%
G190503	Planificación estratéxica das relacións públicas	Home	120,00	120,0	114,0	100,00%	95,00%	95,00%
		Muller	426,00	420,0	420,0	98,59%	100,00%	98,59%
		Total	546,00	540,0	534,0	98,90%	98,89%	97,80%
G190908	Relacións públicas e comunicación solidaria	Home	54,00	54,0	54,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	210,00	210,0	210,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	264,00	264,0	264,0	100,00%	100,00%	100,00%
G190909	Relacións públicas e protocolo	Home	36,00	36,0	36,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	240,00	240,0	240,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	276,00	276,0	276,0	100,00%	100,00%	100,00%
G190603	Técnicas de comunicación electoral e institucional	Home	114,00	108,0	108,0	94,74%	100,00%	94,74%
		Muller	438,00	426,0	414,0	97,26%	97,18%	94,52%
		Total	552,00	534,0	522,0	96,74%	97,75%	94,57%
G190506	Técnicas de propaganda política	Home	126,00	114,0	114,0	90,48%	100,00%	90,48%
		Muller	468,00	456,0	456,0	97,44%	100,00%	97,44%
		Total	594,00	570,0	570,0	95,96%	100,00%	95,96%
G190604	Técnicas de relacións públicas	Home	108,00	102,0	102,0	94,44%	100,00%	94,44%
		Muller	438,00	432,0	420,0	98,63%	97,22%	95,89%
		Total	546,00	534,0	522,0	97,80%	97,75%	95,60%

G190205	Teoría e práctica das relacións públicas	Home	114,00	102,0	102,0	89,47%	100,00%	89,47%
		Muller	486,00	468,0	462,0	96,30%	98,72%	95,06%
		Total	600,00	570,0	564,0	95,00%	98,95%	94,00%
G190103	Lingua: Linguaxe publicitaria en español	Home	60,00	48,0	48,0	80,00%	100,00%	80,00%
		Muller	150,00	150,0	150,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	210,00	198,0	198,0	94,29%	100,00%	94,29%
G190991	Traballo de Fin de Grao	Home	468,00	324,0	324,0	69,23%	100,00%	69,23%
		Muller	1.200,00	864,0	864,0	72,00%	100,00%	72,00%
		Total	1.668,00	1.188,0	1.188,0	71,22%	100,00%	71,22%
G190981	Prácticas externas: Proxecto práctico profesional	Home	264,00	240,0	240,0	90,91%	100,00%	90,91%
		Muller	912,00	900,0	900,0	98,68%	100,00%	98,68%
		Total	1.176,00	1.140,0	1.140,0	96,94%	100,00%	96,94%
G190982	Obradoiro de prácticas profesionais (seminario de experiencias profesionais)	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
			24.024,00	22.866,0	21.954,0	95,18%	96,01%	91,38%

Informe de cualificacións PRP por materias

Código	Asignatura	Sexo	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH	c*
G190301	Administración pública e análise estatística	Home	3		10	15	1		
		Muller	1		17	37	15	2	
		Total	4		27	52	16	2	
G190203	Socioloxía: Estrutura social, consumo e estilos de vida	Home	2	8	9	1			
		Muller	5	14	60	6			
		Total	7	22	69	7			
G190302	Empresa: Fundamentos de mercadotecnia	Home	1	1	10	13	2		
		Muller			9	48	5	3	
		Total	1	1	19	61	7	3	
G190202	Empresa: Fundamentos de organización e xestión empresarial	Home	2		2	11	3		
		Muller	4		5	42	21	4	
		Total	6		7	53	24	4	
G190101	Economía: Economía	Home	2		8	8			
		Muller	2		23	47	3	2	
		Total	4		31	55	3	2	
G190102	Lingua: Linguaxe publicitaria en galego	Home	1			8			
		Muller	1		6	40	3	3	
		Total	2		6	48	3	3	
G190201	Comunicación: Comunicación escrita	Home	5	4	15	1			
		Muller	5	7	50	21		4	1
		Total	10	11	65	22		4	1
G190104	Comunicación: Teoría e historia da comunicación	Home	4	6	6	7			
		Muller	2	14	48	21		1	1
		Total	6	20	54	28		1	1
G190910		Home			1	4			

	Teoría e técnica da comunicación radiofónica	Muller			3	4		1	
		Total			4	8		1	
G190501	Deontoloxía da comunicación	Home	1	2	11	6	1	3	
		Muller	1	4	18	40	1	9	
		Total	2	6	29	46	2	12	
G190905	Opini3n p3blica	Home			3	4	3		
		Muller			5	14	4	1	
		Total			8	18	7	1	
G190105	Teoría e práctica da comunicación publicitaria	Home	1	2	4	9	1		
		Muller		9	16	51	2		
		Total	1	11	20	60	3		
G190405	Teoría e práctica da comunicación televisiva	Home		5	10	15	1		
		Muller	1	4	19	46	3		
		Total	1	9	29	61	4		
G190305	Teoría e práctica da fotografía publicitaria	Home		1	7	16	5	2	
		Muller			12	49	5	3	
		Total		1	19	65	10	5	
G190106	Comunicación: Teoría e técnica da imaxe	Home	2		5	8	1		
		Muller	2		12	63		2	
		Total	4		17	71	1	2	
G190204	Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade	Home	2		9	6	1		
		Muller	2		34	36	6	3	
		Total	4		43	42	7	3	
G190304	Creatividade publicitaria	Home	1	5	13	14			
		Muller	1	6	25	43	1		1
		Total	2	11	38	57	1		1
G190401	Elaboración da mensaxe publicitaria	Home	2	4	15	11			
		Muller	1	4	30	40			
		Total	3	8	45	51			
G190906	Publicidade, artes gráficas e tipografía	Home			1	5	1		
		Muller			6	25	7	2	
		Total			7	30	8	2	
G190402	Estratexias da comunicación publicitaria	Home	3	4	10	13			
		Muller	1	10	7	44	2		
		Total	4	14	17	57	2		
G190403	Estruturas e actividade da axencia publicitaria	Home	1	2	6	20			
		Muller		2	21	45		2	
		Total	1	4	27	65		2	
G190601	Avaliación da eficacia publicitaria	Home	2		6	10		2	
		Muller	2	1	15	41	2	9	
		Total	4	1	21	51	2	11	
G190907	Publicidade internacional	Home				8			
		Muller	1	1		20	4	1	
		Total	1	1		28	4	1	
G190502	Métodos e técnicas de investigación de medios e audiencias	Home	1	2	15	5		1	
		Muller	3	4	34	17		16	
		Total	4	6	49	22		17	

G190602	Planificación e xestión de medios publicitarios	Home	3	1	4	11		1	
		Muller	2		19	38	6	14	
		Total	5	1	23	49	6	15	
G190903	Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios	Home				2	3	1	
		Muller			4	18	16	2	
		Total			4	20	19	3	
G190902	Cine e publicidade	Home	1		8	2	1		
		Muller		2	8	14	1	1	
		Total	1	2	16	16	2	1	
G190504	Producción publicitaria en medios audiovisuais	Home	1	2	9	7		1	
		Muller	1		23	31	2	13	
		Total	2	2	32	38	2	14	
G190505	Producción publicitaria impresa	Home		4	7	9		1	
		Muller	1	4	24	38		8	
		Total	1	8	31	47		9	
G190801	Producción publicitaria na web e multimedia	Home			14	4		1	
		Muller	1	1	30	41		3	
		Total	1	1	44	45		4	
G190404	Redacción e locución publicitaria	Home	1		12	14			
		Muller			25	45	1		
		Total	1		37	59	1		
G190901	Campañas de imaxe e de relacións públicas	Home				4		1	
		Muller			7	29	5	1	
		Total			7	33	5	2	
G190904	Comunicación de crise	Home	1		2	2			
		Muller			17	12	4	1	
		Total	1		19	14	4	1	
G190701	Dirección de comunicación	Home		2	8	9		2	
		Muller			26	40	6	1	
		Total		2	34	49	6	3	
G190303	Comunicación: Imaxe corporativa	Home		3	22	5	1		
		Muller	1	1	33	26	1	3	
		Total	1	4	55	31	2	3	
G190503	Planificación estratéxica das relacións públicas	Home		1	8	11			
		Muller			20	34	6	10	
		Total		1	28	45	6	10	
G190908	Relacións públicas e comunicación solidaria	Home			4	4	1		
		Muller			17	15	1	2	
		Total			21	19	2	2	
G190909	Relacións públicas e protocolo	Home			1	4	1		
		Muller			6	30	4		
		Total			7	34	5		
G190603	Técnicas de comunicación electoral e institucional	Home	1		6	8		4	
		Muller	1	2	16	41	5	7	
		Total	2	2	22	49	5	11	
G190506	Técnicas de propaganda política	Home	2		13	4	1	1	
		Muller	1		29	39	2	6	

		Total	3		42	43	3	7	
G190604	Técnicas de relacións públicas	Home	1		1	12	3	1	
		Muller		2	7	37	15	11	
		Total	1	2	8	49	18	12	
G190205	Teoría e práctica das relacións públicas	Home	2		10	7			
		Muller	3	1	30	40	3	4	
		Total	5	1	40	47	3	4	
G190103	Lingua: Linguaxe publicitaria en español	Home	2		3	3	2		
		Muller			6	18	1		
		Total	2		9	21	3		
G190991	Traballo de Fin de Grao	Home			10	8	9		
		Muller			15	42	14	1	
		Total			25	50	23	1	
G190981	Prácticas externas: Proxecto práctico profesional	Home	1		2	2	16		
		Muller	1		2	7	66		
		Total	2		4	9	82		
G190982	Obradoiro de prácticas profesionais (seminario de experiencias profesionais)	Home				1			
		Total				1			
*C = Apto por compensación		TOTAL	99	152	1.159	1.826	301	178	3

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

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad		
Panel de indicadores por materia		Resultado Curso 2021-22
IM01	Taxa de éxito	100%
IM02	Taxa de avaliación	88%
IM03	Taxa de rendemento	88%

Tasas de éxito, avaliación y rendimientoy e por materias

Asignatura	Sexo	Nº créditos matriculados	Nº Créditos Presentados	Nº Créditos Superados	T. Eval.	T. Exito	T. Ren.
M082207	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082208	Home	48,00	48,0	48,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	48,00	48,0	48,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082111	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	90,00	90,0	90,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082112	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%

	Dirección e xestión publicitaria	Muller	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	90,00	90,0	90,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082113	Tendencias do sector	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	90,00	90,0	90,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082114	Planificación estratéxica	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	72,00	72,0	69,0	100,00%	95,83%	95,83%
		Total	90,00	90,0	87,0	100,00%	96,67%	96,67%
M082115	Creatividade e mensaxe publicitaria	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	90,00	90,0	90,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082116	Deseño gráfico	Home	36,00	36,0	36,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	144,00	144,0	144,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	180,00	180,0	180,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082117	Deseño para medios dixitais	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	90,00	90,0	90,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082118	Fotografía publicitaria	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	90,00	90,0	90,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082119	Creación publicitaria para medios audiovisuais	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	90,00	90,0	90,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082211	Deseño e produción para novas tendencias en comunicación	Home	36,00	36,0	36,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	144,00	144,0	144,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	180,00	180,0	180,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082212	Proxectos: creación e presentación	Home	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	54,00	54,0	54,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	72,00	72,0	72,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082213	Produción para medios gráficos	Home	6,00	6,0	6,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	27,00	27,0	27,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	33,00	33,0	33,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082214	Produción para medios audiovisuais	Home	3,00	3,0	3,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	18,00	18,0	18,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	21,00	21,0	21,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082215	Produción para medios dixitais	Home	9,00	9,0	9,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	45,00	45,0	45,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	54,00	54,0	54,0	100,00%	100,00%	100,00%
M082217	Prácticas académicas externas	Home	36,00	30,0	30,0	83,33%	100,00%	83,33%
		Muller	144,00	144,0	144,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	180,00	174,0	174,0	96,67%	100,00%	96,67%
M082218	Traballo de Fin de Máster	Muller	288,00	168,0	168,0	58,33%	100,00%	58,33%
		Total	288,00	168,0	168,0	58,33%	100,00%	58,33%
			1.788,00	1.662,0	1.659,0	92,95%	99,82%	92,79%

Informe de cualificacións MDART por materias

Código	Asignatura	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH
M082207	Prácticas en Empresas					2	
M082208	Traballo de Fin de Máster	2		1	1	1	1
M082218	Traballo de Fin de Máster	16		4	8	2	
M082111	Teorías do deseño e a creatividade				1	29	
M082112	Dirección e xestión publicitaria			2	23	5	
M082113	Tendencias do sector				22	8	
M082114	Planificación estratéxica		1	15	14		
M082115	Creatividade e mensaxe publicitaria			4	22	4	
M082116	Deseño gráfico				27	3	
M082117	Deseño para medios dixitais			1	11	18	
M082118	Fotografía publicitaria					30	
M082119	Creación publicitaria para medios audiovisuais				18	12	
M082211	Deseño e produción para novas tendencias en comunicación			4	23	3	
M082212	Proxectos: creación e presentación			1	10	13	
M082213	Produción para medios gráficos			1	10		
M082214	Produción para medios audiovisuais				7		
M082215	Produción para medios dixitais			1	14	3	
M082217	Prácticas académicas externas	1			4	25	
TOTAL		19	1	34	215	158	1

II.1.3.4. Tasas de éxito, avaliación y rendimento y cualificacións 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 2021-22
IM01	Taxa de éxito	100%
IM02	Taxa de avaliación	95%
IM03	Taxa de rendimento	95%

Tasas de éxito, avaliación y rendimento por materias

Asignatura	Sexo	Nº créditos matriculados	Nº Créditos Presentados	Nº Créditos Superados	T. Eval.	T. Exito	T. Ren.
M176101 Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176102 Dirección estratéxica de comunicación dixital	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176103 Estratexia de contidos	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	60,0	60,0	95,24%	100,00%	95,24%
	Total	75,00	72,0	72,0	96,00%	100,00%	96,00%
M176104 Comunicación de crise e reputación dixital	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176105 Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	60,0	60,0	95,24%	100,00%	95,24%
	Total	75,00	72,0	72,0	96,00%	100,00%	96,00%
M176106 Dixital Media Planning	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176107 Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176108 Redación para medios dixitais e redes sociais	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176109 Fotografía para web e redes sociais	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176110 Emprendemento en social media	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
	Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%

		Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176201	Deseño para medios dixitais	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176202	Infografía e visualización de datos	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	63,00	63,0	60,0	100,00%	95,24%	95,24%
		Total	75,00	75,0	72,0	100,00%	96,00%	96,00%
M176203	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176204	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	63,00	60,0	60,0	95,24%	100,00%	95,24%
		Total	75,00	72,0	72,0	96,00%	100,00%	96,00%
M176206	Traballo Fin de Máster	Home	30,00	18,0	18,0	60,00%	100,00%	60,00%
		Muller	156,00	102,0	102,0	65,38%	100,00%	65,38%
		Total	186,00	120,0	120,0	64,52%	100,00%	64,52%
M176207	Prácticas profesionais 1	Home	12,00	12,0	12,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	63,00	63,0	63,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	75,00	75,0	75,0	100,00%	100,00%	100,00%
M176208	Prácticas profesionais 2	Home	36,00	36,0	36,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Muller	189,00	189,0	189,0	100,00%	100,00%	100,00%
		Total	225,00	225,0	225,0	100,00%	100,00%	100,00%
			1.536,00	1.461,0	1.458,0	95,12%	99,79%	94,92%

Informe de cualificacións MCONT por materias

Código	Asignatura	Sexo	NP	SUSP	AP	NT	SB	MH
M176101	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais	Home				4		
		Muller			2	15	4	
		Total			2	19	4	
M176102	Dirección estratéxica de comunicación dixital	Home					4	
		Muller				7	14	
		Total				7	18	
M176103	Estratexia de contidos	Home				3	1	
		Muller	1			12	7	1
		Total	1			15	8	1
M176104	Comunicación de crise e reputación dixital	Home					4	
		Muller				3	18	
		Total				3	22	
M176105	Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais	Home			3	1		
		Muller	1		8	9	2	1
		Total	1		11	10	2	1
M176106	Dixital Media Planning	Home			1	3		
		Muller			3	18		
		Total			4	21		
M176107		Home				2	2	

	Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS	Muller			1	11	9	
		Total			1	13	11	
M176108	Redación para medios dixitais e redes sociais	Home				3	1	
		Muller			2	12	7	
		Total			2	15	8	
M176109	Fotografía para web e redes sociais	Home				1	3	
		Muller				3	18	
		Total				4	21	
M176110	Emprendemento en social media	Home				3	1	
		Muller			3	14	4	
		Total			3	17	5	
M176201	Deseño para medios dixitais	Home				3	1	
		Muller				19	2	
		Total				22	3	
M176202	Infografía e visualización de datos	Home			2	2		
		Muller		1	16	3		1
		Total		1	18	5		1
M176203	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais	Home				1	3	
		Muller			1	10	9	1
		Total			1	11	12	1
M176204	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes	Home				4		
		Muller	1		1	17	2	
		Total	1		1	21	2	
M176206	Traballo Fin de Máster	Home	2		1	2		
		Muller	9		1	11	5	
		Total	11		2	13	5	
M176207	Prácticas profesionais 1	Home				2	2	
		Muller				15	6	
		Total				17	8	
M176208	Prácticas profesionais 2	Home					4	
		Muller				3	18	
		Total				3	22	
		TOTAL	14	1	45	216	151	4

II.1.4. Datos relativos a QSP* recibidas

Tipoloxía QSP	Resultado Curso 2021-22*	Resultado Curso 2020-21	Resultado Curso 2019-20
Queixas	20	11	4
Suxestións	3	8	3
Parabéns	1	2	3

*QSP = as siglas de Queixas, Suxestións e Parabéns

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:

E importante aclarar que un total das 8 queixas (Queixas QSP-21/0381, QSP-21/0383, QSP-21/0385, QSP-21/0386, QSP-21/0387, QSP-21/0388, QSP-21/0389, QSP-21/0391 y QSP-21/0393) están referidas a un mesmo tema: falta de docente en materia “Dirección de Fotografía”. Por tanto, serían 8 queixas referidas a un mesmo tema.

Como se explicou ao alumnado, os problemas derivados da falta de docente non se poden achacar á Dirección do centro, senón aos prazos e procedementos que segue a Universidade nos procesos de contratación; adxunto extracto literal en castelán:

“Desde el mes de junio en la Vicerreitoría de Organización Académica y Profesorado, tienen constancia de las necesidades de contratar a un docente para impartir la materia “Dirección de Fotografía”.

En la Universidad como entidad pública que es, la forma de contratar los docentes es mediante concurso público, el dicho proceso conlleva unos plazos de tramitación y también de reclamación, estos plazos son necesarios para permitir un concurso justo y transparente.

Más, no fue hasta finales de julio cuando dicha plaza fue convocada. Como es preciso seguir el reglamento administrativo de cara a cumplir los plazos, el mes de agosto es inhábil a nivel administrativo y además la universidad estuvo cerrada desde el día 6 a 24 de agosto, esto supuso un mayor retraso en el flujo de los trabajos administrativos.

Hoy, aun no se recibió la documentación necesaria para conocer el docente asignado y por tal motivo se va a cursar una invitación a un profesional de reconocido prestigio que comenzará a impartir docencia desde el próximo lunes 13 de septiembre.”

Destá forma, o número de queixas manteríase en parámetros normais sen comparámoslos con outros cursos.

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: https://csc.uvigo.es/calidade/titulacions/informes-da-direccion/	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 calidad.	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 P04G070V01 - Grado en Comunicación Audiovisual

Registro	Procedimientu	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 2021-2022 no se ha iniciado ningún proceso de modificación de la memoria del Grado en Comunicación Audiovisual.	<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 renovación de la acreditación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se produjo 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: https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81	<u>1</u>

			N-FCSC-Curso-2020_21.pdf Se adjunta también en PDF.	
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.	<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 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 P04G190V01 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

<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 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: https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf 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 Comunicación Audiovisual, superó el preceptivo proceso de renovación de la acreditación.	<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 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 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: https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf 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.	0
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.	0
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: https://csc.uvigo.es/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-DE-REVISION-POLA-DIRECCIO%CC%81N-FCSC-Curso-2020_21.pdf Se adjunta también en PDF.	1

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 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 Xustificuen 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 (50 prazas cubertas sobre 45 de oferta e 86 solicitantes de primeira opción que aumentan ata 125 na segunda) a pesares de ter rexistro un pequeno descenso no índice de satisfacción do alumnado, que pasou do 2,52 puntos no curso 2021-2022. Sen dúbida este cambio garda relación directa coa ausencia dun Coordinador de Grao derivada, a súa vez, da falla de recoñecemento académico desta figura a pesares da importante responsabilidade que asume na xestión do título, de tal xeito que non se conta con docentes dispostos a desempeñar esta función. Atopámonos, por tanto, con que os datos de satisfacción do alumnado os distintos bloques durante o curso 2021- 2022 non chega aos tres puntos en case ningún dos ítems (cunha media de 2,64 puntos). Especialmente importante é a valoración de 2,52 puntos do bloque de Organización e Desenvolvemento, onde se marca unha baixada respecto a cursos anteriores. Fronte a este dato negativo, atopamos a valoración de 3,25 puntos dos recursos humanos, nunha clara valoración do profesorado do Grao en Comunicación Audiovisual.

A pesares disto, as consecuencias deste grave problema de xestión non se teñen percibido aínda nos egresados sendo o índice de satisfacción das persoas superior 3 puntos sobre un máximo de 5, excepto no curso 2017/18 (2,97) e chegando no 2020- 2021 de 3,5 puntos e neste último ano académico (2021-2022) descende ata 3,2 puntos. A análise por bloques dos últimos resultados arroxa datos moi homoxéneo 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: 2,16 en 17/18, 2,3 en 18/19, 2,65 en 19/20 e 3,00 no 20/21 a descender a 2,60 no 21/22; e os resultados asociados ao bloque de organización e desenvolvemento, que ata o curso 20/21 sempre estiver por riba do 3 e que quedou no 3,00 no 20/21, e que no curso 21/22 descende a 2,79 nun claro reflexo dos problemas de organización xa referidos e converténdose na cualificación máis baixa do sistema xunto co bloque de Sistema de Garantía de Calidade (2,60). Debemos destacar, o descenso doutros ítems que a pesar de ser superior a 3 baixan considerablemente. Como é o caso das prácticas externas que se no curso 20/21 obtiveron unha nota de 4,22, no curso 21/22 descende a 3,44 probablemente debido, en gran medida aos efectos da crise da Covid e a paralización do sector o que provocou a incerteza tanto no desenvolvemento como nos calendarios de realización. Os recursos humanos aumentan pasando dun 3,68 no curso 20/21 a 3,79 no 21/22 o que nos da unha idea do modelo de docencia están valorando máis os egresados, dando por válido un modelo no que, unha vez máis, son maioritarios os profesores asociados (16) e minoritario o profesorado titular (7). 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 13 sexenios de investigación entre o profesorado.

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. Publicanse 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).

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.

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 a través do Decanato do centro (en ausencia de coordinador) 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 conseguiu 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 50 estudantes nos grupos A de teoría, 17,75 nos grupos de prácticas e 2,75 nos de seminario. 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.

A participación do alumnado nos programas de mobilidade tense visto afectada pola situación da COVID-19. A incerteza polas viaxes ao exterior provocou que no ano 2021-2022 2 alumnos saíron do noso centro: un con destino nacional e outro internacional. En canto ao alumnado que proveñen de institucións de fóra recibiron un alumno nacional e tres internacionais. Aínda que os datos de solicitudes que se presentaron este ano de cara ao curso 2022-2023 xa fan prever unha recuperación das cifras anteriores á pandemia.

No relativo a atención do alumnado, unha vez máis, debemos facer alusión a ausencia do Coordinador de Grao o que supuxo unha menor actividade da Comisión Académica do Grao en Comunicación Audiovisual, delegada da Xunta de Facultade do centro. Dita comisión era 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 titores de PAT como coa dirección do centro e co profesorado. O seguimento e os correspondentes informes de PAT foron realizados sen continuidade no curso 2021-2022.

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 dirixase 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 Tráballo de Fin de Grao (TFG) xa que este foi obxecto dun especial seguimento durante o curso 2021-2022 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 2021-2022 matriculáronse 57 alumnos dos que 47 foron de primeira matrícula e 20 repetidores. Defendéronse un total de 42 traballaos. Este ano obtivéronse unha moi boa taxa de alumnado que superou o Tráballo 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.

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 mellore 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(graio)

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
 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 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.

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:

- 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.
- Reforzo da comunicación xenérica que leva a cabo a UVigo, implicando ao profesorado e coordinadores de módulo e PAT.

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 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.

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.

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”:

<https://fcom.uvigo.gal/comunicacion-audiovisual/profesorado-comunicacion-audiovisual/>

A participación das e os docentes nos programas de formación e mobilidade é adecuada aos obxectivos expostos na memoria. No curso 2021/22 un total de 11 profesores participaron dos programas de formación e 1 participou nun programa de mobilidade, este dato aínda que é moi baixo vén determinado pola situación de incerteza provocados pola COVID 19. Os resultados das enquisas de satisfacción cumpren as metas de calidade nos cursos dos que hai datos dispoñibles e tanto para profesorado, estudantes e 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 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 contemplan.

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:

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.

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 -mitíns, 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 Enxeñaría 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 microfónia 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).

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 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 estudantado 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 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.

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 cousas, 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/á 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 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.

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/>

Puntos febles detectados:

- Obsolescencia do estudio de TV

Accións de mellora a implantar:

- Adicar unha partida do orzamento específico anual á renovación do Plató de Televisión

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:

A taxa de éxito global do título mantívose ao longo de catro anos académicos nun 99%. No curso 2021-2022 descendeu a un 98%. Deste xeito, unha vez máis, debe incidirse na necesidade de que os estudantes rematen os seus TFG nos prazos establecido xa que, a pesares da taxa de éxito indicada a taxa de gradación queda nun 80,85%. Hai que sinalar que esta descendeu cinco puntos respecto do curso anterior.

Chamamos á atención sobre a notable mellora da taxa de abandono que pasou do 10,64% en 2019-2020 e finalmente ao 7,77% no 2021-2022.

En canto aos resultados por materia, as taxas de éxito presentan unha tendencia constante e, durante o curso 21-22, aportaron cifras positivas de forma que só dúas materia están por debaixo do 90%. Chama a atención o caso de Técnicas de edición dixital cuxa taxa sitúase nun 33%

Non se evidencian incidencias relacionadas cos resultados de aprendizaxe.

Puntos febles detectados:

- Non se detectan.

Accións de mellora a implantar:

- Non se contemplan.

Evidencias nas que se se baseou la valoración:

E4: Guías docentes das materias
 E24: Listaxe de traballos fin de grao/ fin de mestrado (título,titor 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.

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 2021/22 presentou unha nota mínima de admisión de 10,1 cun aumento ao curso anterior que estaba situada en 9,3.

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 e Técnicas de Edición Dixital. 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 no último curso se no curso 20-21 estaba no 17.02% este curso non atopamos datos. 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 funciones 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>.

Puntos febles detectados:

- Coordinación de materias.

Accións de mellora a implantar:

- Reactivación do sistema de módulos.

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 rendemento
 - ☐ 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-D0: Duración media dos estudos

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 demostrase cos datos de ocupación do mesmo, sempre ao 100% (o 109% en 2020-2021). Desta forma, confirmamos que existe unha demanda estable para este Grao que, ademais, posicionouse como un título actual. De feito, o grao de satisfacción dos estudantes que están a cursar este Grao sitúase no entorno dos tres puntos sobre cinco (3,00 en 2017-2018; 3,17 en 2018-2019, 3,02 en 2019-2020 e 2,83 en 2020-2021) demostrando unha boa saúde e vixencia, aínda que cunha necesidade de actualización do plano de estudos da que se falará máis adiante.

Os novos requisitos da disciplina aténdense claramente nos contidos deseñados e este extremo confírmase 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 é sempre superior ao 3 (a puntuación máxima é 5) e moi similar nos catro 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. 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, cun 2,87 no curso 2020-2021 (3,15 no curso 2019/20) e o Bloque 4, Recursos Humanos, que cun 3,40 no curso 2020-2021 é o mellor puntuado. Con todo, a cualificación global baixa un pouco porque a simple desviación nalgún dos bloques fai baixar a avaliación total.

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>.

A Comisión Académica do Grao, coa colaboración de todos os profesores/as do título, realizou no ano 2015 unha revisión das competencias da titulación. Con esta revisión quíxose dar resposta á recomendación da ACSUG que no seu informe provisional, tras o proceso de renovación da acreditación de título en 2014, recomendaba corrixir uns desaxustes detectados entre as competencias recollidas na memoria verificada do título e as competencias recollidas nas guías docentes das materias, e tamén para adaptalas ao novo sistema de clasificación das competencias establecido na Universidade de Vigo (competencias básicas, competencias xerais e competencias específicas) e aos cambios e necesidades da titulación.

Esta actualización das competencias aprobouse na Comisión Académica celebrada o 11 de maio, e na Xunta do Centro do 22 de maio. Desde entón traballouse coas mesmas competencias, e as metodoloxías docentes, os sistemas de avaliación e cualificación recollidas durante estes anos nas Guías docentes axústanse ás fichas das materias recollidas na memoria verificación e permiten a consecución das competencias.

En relación con esta actualización das competencias, a ACSUG sinalou no seu Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación do título de Grao en Publicidade e Relacións Públicas, emitido o 22 de xuño de 2021, a

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. Tanto a Xunta de Facultade como a Comisión Académica do Grao se teñen pronunciado a favor desta actualización do plan de estudos, que se debe concretar ao longo do curso 2021-2022.

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 no curso 2020/2021. 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, 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. Publicanse 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.

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 tutor/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.

Unha normativa que si é responsabilidade do Centro e da Comisión de Grao de cada unha das titulacións é o Regulamento para a realización do Traballo Fin de Grao. 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 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.

Con este novo regulamento, vixente no curso 2020-21, unificáronse desde o curso 2019/2020 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 dalgunhas 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.

Puntos débiles detectados:

- Necesidade actualización do plan de estudos do Grao.

Accións de mellora a implantar:

- Redacción e aprobación dun novo plan de estudos.

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(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.

- 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 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.

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, 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, 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 viventes 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.

<p>Ademais destas canles de información, desde o curso 2013/2014 a coordinación do Grao conta cun blog, ligado desde a páxina web da Facultade, no que se publican todas as cuestións actualizadas sobre as actividades de interese para o perfecto desenvolvemento dos estudos de grao (planificacións docentes, tribunais TFG, convocatorias de reunións, conferencias, axudas, etc.), unha ferramenta que, froito dos novos hábitos comunicativos, foi descendendo en importancia e que está a ser reformulada no contexto do deseño da nova páxina web do Centro.</p> <p>Cómpre destacar, por último, o papel de apoio que exercen os perís 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.</p>	
<p>Puntos febles detectados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Non se detectan 	<p>Accións de mellora a implantar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modificación da web do Centro atendendo a todas as suxestións da ACSUG.
<p>Evidencias nas que se baseou a valoración:</p> <p>E6: Páxina web do título/centro/universidade (información referida ao anexo II).</p> <p>R1- DO0301P1: Plan operativo de información pública.</p> <p>QSP relacionadas coa transparencia e/ou información pública.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación. ▪ Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación. 	
<p>Indicadores nos que se baseou a valoración:</p> <p>I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a satisfacción coa web e/ou a información pública.</p>	

CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDADE

<p>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.</p> <p>Analizar a implantación do Sistema de Garantía de Calidade (SGC) e valorar a súa contribución á mellora continua do título.</p>
<p>Reflexión/comentarios que xustifiquen la valoración:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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 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, 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 estudantado e PAS nas enquisas de satisfacción e a eficacia dalgunhas 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.
- Reforzo da comunicación xenérica que leva a cabo a UVigo, implicando ao profesorado e coordinadores de módulo e PAT.

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

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 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 contemplan

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 estudiantado son os axeitados ás necesidades do título.

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 postproducción 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, converténdoo en espazos expositivos que acollen iniciativas creativas do alumnado (exposición de fotografía, exposición de aparellos antigos vinculados cos medios de comunicación, actividades de clase -mitíns, 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 Enxeñaría 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. 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 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 sincrónica 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 estudantado 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.

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 realízanlas. As empresas ou institucións deben contar cun convenio vixente coa Universidade de Vigo; a proposta de convenio é realizada polo coordinador/á 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 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.

<p>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/</p>	
<p>Puntos febles detectados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidade de mellora na orientación dos/as estudantes de último curso. • Deficiencias na rede wifi do centro. 	<p>Accións de mellora a implantar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Evidencias nas que se baseou a valoración:</p> <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación. ▪ Alegacións e Plan de Melloras ao Informe Provisional de Avaliación para a Renovación da Acreditación. 	
<p>Indicadores nos que se baseou a valoración:</p> <p>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...).</p>	

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:

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 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 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.

Por outra banda, con carácter xeral, no curso 2019-2020 seguiu-se 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:

- Escasa actualización de contidos e bibliografía nalgunhas materias.

Accións de mellora a implantar:

- Reunións persoais co profesorado afectado e modificación do plano de estudos da titulación.

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.

- 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-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.

Na análise dos indicadores do título, debemos comezar polas notas de corte e a titulación, que se manteñen estables ao longo dos últimos cursos, 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. En todos os casos os datos resultan correctos (Táboa 8), e se incrementan con respecto ao último curso, acadando o cumprimento dos obxectivos marcados. Así, a ocupación increméntase ata o 109%, ao igual que preferencia, que acada o 185% en 2020-2021, a cifra máis alta dos tres últimos cursos e a adecuación do título sube ao 85,32%, case tres puntos máis que 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 100, 103 e 109 estudantes nos tres últimos cursos e que o peche das mesmas se realiza na primeira convocatoria.

INDICADORES DE RESULTADOS

Os indicadores de resultados que se analizan son os que se recollen na seguinte táboa. Como podemos observar, neste caso logrónse os obxectivos en case todos os elementos. Non está dispoñible aínda o dato de duración media dos estudos para o curso 2020-2021, pero nos dous anteriores non superou, practicamente, 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 92%, mantendo a porcentaxe do curso pasado e a taxa de abandono segue a manterse nun bo nivel, moi inferior á de cursos pasados (8,42% en 2020-2021, fronte ao 14,31% do 2017-2018), pero experimentando un lixeiro repunte con respecto ao curso anterior, no que se situou no 7,92%. Mesmo se conseguiu igualar a taxa de eficiencia (95%) e case igualar a taxa de éxito (97%). O único índice que segue resistíndose é o de gradación, pero sube notablemente, do 55,67% no curso pasado, chega en 2020-2021 ao 73,20%, experimentando un ascenso de case 20 puntos.

Este valor inferior da taxa de gradación con respecto aos outros indicadores explícase, fundamentalmente, pola baixa taxa de rendemento, en comparación con outras materias, do TFG, que no curso 2019-2020 estivo no 65,22%, ascendendo, de todos modos, ao 66,90% no 2020-2021. Trátase, aínda así, dunha taxa superior á de cursos pasados, debido fundamentalmente ás melloras introducidas nos últimos anos, como a elaboración dun novo regulamento de TFG, a posta en marcha dunha nova plataforma dixital para tramitar a asignación de titores/as e as solicitudes de defensa na Secretaría Virtual da UVigo, a creación de tribunais estables con sistema de rotación anual ou o plan de reunións periódicas da coordinación co alumnado, que consegue facer o proceso máis áxil e sinxelo; medidas que se teñen traducido, concretamente, nun incremento do 26% no número de TFG defendidos. Segue a ser, en todo caso, unha taxa máis baixa do desexable, debido, fundamentalmente, ao alumnado que se matricula na materia, pero logo non completa o proceso de asignación de titor/a e/ou defensa do seu traballo, práctica especialmente frecuente nos estudantes que fixeron o último ano

do grao en cursos pasados, polo que a superación desta materia adoita a demorarse máis aló do curso académico “natural”, con matrículas recorrentes curso tras curso.

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. Sexa como sexa, lógranse os obxectivos marcados e cóntase cunha valoración moi positiva tanto por parte dos estudantes como dos docentes e das persoas tituladas. Os datos das enquisas son valorados nas reunións de Coordinación de Grao (tal e como se plasma nas actas destas reunións - E5-).

No referido á inserción laboral do título, partimos dos últimos estudos dispoñibles que, a día de hoxe, son os referidos ao curso 2013-2014; trátase dos indicadores SIIU sobre inserción laboral dos egresados. Neste informe establécese que o perfil laboral dos egresados caracterízase por ser asalariados a tempo completo (83,3%), sen que poida establecerse unha porcentaxe de traballadores autónomos. En canto ao carácter do contrato, establécese entre un 50 e un 57% de traballadores/as indefinidos. Nesa media sitúase tamén o grupo de cotización, estando entre o 50 e o 58% en “medio, non manuais”. Neste caso, podemos observar como, a medida que pasan os anos desde a gradación, a base de cotización tamén vai en aumento, sendo necesarios tres anos para chegar a 27.336,29 euros.

Tamén podemos valorar o “Estudo sobre a situación profesional das persoas tituladas da Universidade de Vigo (1990-2015)” editado polo Consello Social da Universidade de Vigo, de onde se extraen datos como o relativo ao tempo medio en procura de emprego, situando este en 4,9 meses (páx. 174) ou que o 30,4% dos egresados do título traballan fóra de Galicia dos cales o 53,3% fano na Comunidade de Madrid e un 33,3% en Cataluña (páx. 209-210), feito que coincide cos eixos empresariais do sector publicitario e da comunicación no noso país. A media de antigüidade no posto de traballo sitúase en 77,54 meses (páx. 215). En canto ao posto de traballo ocupado, o 88,9% traballa para empresas privadas (páx. 270), máis concretamente circunscritas ao sector de “Servizos a empresas”, “telecomunicacións” ou “Deporte, lecer e cultura” (páx. 292) estando só o 37,9% traballando en grandes empresas. Segundo o tipo de contrato, estes traballadores por conta allea distribúense entre un 37,8% de contratos indefinidos, 21,6% eventuais, 13,5% mediante bolsa e 16,2% en prácticas (páx. 632). Dunha forma máis concreta os egresados en Publicidade e Relacións Públicas ocupan o 50% dos postos de vendas e márketing que son desempeñados por titulados da Universidade de Vigo e un 14,5% teñen cargos directivos; o 25,7% como mandos intermedios (páx. 338). Sen dúbida, o dato máis positivo é o relativo a que o 94,4% dos egresados en Publicidade e Relacións Públicas manifesta estar a desempeñar cargos relacionados cos seus estudos universitarios, aínda que un 16,6% tamén indica que o desempeño do seu posto de traballo ten esixencias superiores ao nivel académico adquirido. No relativo ás consideracións cualitativas dos egresados sobre o título o estudo recolle que “o autoemprego está moi estendido entre as persoas tituladas desta titulación, dedicándose á organización de eventos, dirección de festivais, gabinetes de prensa, consultorías...” (páx. 427). A realidade é que 50% dos titulados optaron polo autoemprego. En calquera caso, a taxa de ocupación sitúase nun 78,7%, sendo das máis elevadas dos títulos da Universidade, só por detrás de Turismo, Enxeñería Informática, Enxeñería Agraria e Enfermería.

A Universidade de Vigo tamén dispón do estudo sobre “Confianza e percepción dos estudantes da Universidade de Vigo na súa empregabilidade. Evolución 2014-2015 - 2015-2016”, no que se destaca que, no momento de realización do estudo, o 74,67% dos estudantes contaba con experiencia laboral (páx. 52). O estudo máis recente é o “Barómetro de empregabilidade da Universidade de Vigo” publicado no ano 2019, pero non conta con datos desagregados por títulos. A información, neste caso, circunscríbese ao ámbito de coñecemento, sendo o correspondente neste caso “Ciencias Sociais e Xurídicas”. Nese ámbito o nivel de satisfacción co rendemento académico sitúase en 3,78 puntos sobre 5 (páx. 75) e a vinculación entre a experiencia laboral e o grao cursado alcanza os 3,44. A experiencia laboral valórase de forma positiva (4,16) e a aplicación dos

coñecementos do grao (3,34). Tamén se valoran os coñecementos para a elaboración do currículo (4,04), a adaptación á oferta de traballo (4,19) e o desexo de seguir formándose ao longo da vida (4,49). En canto á relación da Universidade coa empresa -como punto de partida para facilitar o tránsito dos egresados ao mercado laboral- os esforzos concéntranse nos convenios para prácticas (93%) e o uso do servizo de emprego da Universidade (12,8%) ou a colaboración cos grupos de investigación (10,13%)

Puntos febles detectados:

- Necesidade de mellorar a taxa de graduación.
- Taxa de rendemento do TFG aínda baixa.

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.

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 rendemento.

☐ 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 está implantado de acordo ás condicións establecidas na memoria verificada.

Acceso

No relativo á organización e desenvolvemento da docencia, seguimos mantendo o alto índice de ocupación do título, que incrementa a porcentaxe respecto a edicións anteriores. Consideramos que a mellora está vinculada cunha mellor xestión dos prazos de matrícula, que como en anos anteriores segue pechando na primeira convocatoria (30/30).

Con todo, a Comisión segue traballando na mellora os requisitos de acceso do alumnado novo, cuestión esta que xa se contemplou na memoria do título. Na actualidade os requisitos de acceso do Máster de Dirección de Arte Publicitaria están limitados ao recollido na normativa da Universidade de Vigo (Regulamento de Estudos de Posgrao), presentando uns criterios de admisión por parte da Comisión Académica do Máster.

<http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/acceso/criterios-de-admision/>

Como resultado diso o perfil do estudiantado do máster procede, cada vez máis, de titulacións afíns, contando cos coñecementos mínimos que requiren os contidos do máster como son: habilidades en informática, programas de deseño, coñecementos sobre a publicidade e o deseño, habilidades en creatividade.... O perfil de novo ingreso correspóndese con graduados en Belas Artes, Publicidade e Relacións Públicas, Comunicación Audiovisual e Deseño.

Organización

Tras 13 anos de impartición deste título, a organización do novo plan de estudos demostrou funcionar ben aínda que é necesario seguir traballando xa que o grao de satisfacción é un pouco menor que o ano 2020/2021. O grao de satisfacción dos alumnos é de 3,57 sobre 5 de forma xeral, pero no apartado de organización e desenvolvemento alcanza un 3,93 sobre 5. Os ítems mellor valorados do apartado foron os horarios e o calendario das probas de avaliación cun 4,60 sobre 5, e a utilidade das prácticas cun 4 sobre 5. Neste último ítem como mellora contémpase que exista unha listaxe de empresas de prácticas relacionadas co título.

Respecto o grao de satisfacción dos egresados é de 2,88 sobre 5, destacando o ítem das metodoloxías empregadas para o ensino cun 3 sobre 5. Grao de satisfacción do profesorado pendente?.

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 titorías 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 titorías 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.
- 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.

Contidos

O novo programa formativo implantouse definitivamente neste curso co obxectivo de actualizar os contidos á realidade do comprado e axustalo ás demandas das empresas empregadoras. Os módulos e as materias buscan incorporar contidos

importantes da actualidade e estruturalos seguindo a orde do propio proceso publicitario. Trátase fundamentalmente de ofrecer novos contidos de interese para os alumnos e incorporar materias que gañaron presenza nos últimos anos, como son os contidos dixitais e a mellora das distintas habilidades creativas e de produción ligadas ao título.

Así mesmo a demanda de especialización por parte dos alumnos segundo os seus perfís ou necesidades obtivo bos resultados. No segundo cuadrimestre ofrécese a posibilidade de elixir optativas ligadas ás materias de produción, como son as materias de produción para medios gráficos, produción para medios audiovisuais ou produción para medios dixitais.

O novo plan tamén contempla dúas materias importantes, unha delas dentro do módulo I, “Tendencias do sector” que permitirá abordar as principais tendencias do sector ligadas á contorna comunicativa e a outra “Deseño e Produción para novas tendencias en comunicación” cuxo obxectivo é mostrar non só as tendencias, máis actuais, relacionadas co deseño senón tamén todo o relativo á produción das mesmas.

Puntos débiles detectados:

- Pouco interese e coñecemento por parte do alumnado do Sistema de Garantía Interno de Calidade

Accións de mellora a implantar:

- Fomentar o interese do alumnado co Sistema de Garantía Interna de Calidade

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(graio)

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:

O Máster conta cunha **páxina web** optimizada e axustada aos criterios establecidos por Calidade que ten superado as avaliacións correspondentes (<http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/>). No curso referido o formato da páxina tense adaptado as indicacións de estilo da Universidade de Vigo sen que iso supuña 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 E9, a información trasladada a través da páxina web oficial do Máster 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 está especificamente relacionada co programa e é importante para aqueles que buscan información sobre o mesmo.

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 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 máster. Algúns dos seus contidos están enlazados con información procedente da propia Universidade de Vigo Uvigo.

A páxina web está organizada en función de diversos contidos, que se estruturan ao redor de 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 TFM traballos de fin de master.
- 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.

<p>No relativo á docencia, o Máster ten migrado as materias da plataforma de teledocencia Faitic (con base Claroline) a plataforma Moovi (con base Moodle) por indicación da propia Universidade. A totalidade das materias empregan esta plataforma.</p> <p>A implantación da docencia online, como consecuencia da crise do COVID-19, tense feito a través do campus remoto tense realizando ocupando os espazos virtuais da Facultade de Comunicación. Este centro, como todos os da Universidade de Vigo, conta con espazos virtuais paralelos das aulas existentes no centro, o que facilitou a organización dos espazos e a comunicación do sistema. A Sala empregada conta con capacidade de ata 100 persoas e coa posibilidade de realizar actividades interactivas e compartir documentación sendo moi positivamente valorada polos estudantes.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	
<p>Puntos febles detectados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Non se detectan. 	<p>Accións de mellora a implantar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Non se contemplan.
<p>Evidencias nas que se baseou a valoración:</p> <p>E6: Páxina web do título/centro/universidade (información referida ao anexo II)</p> <p>R1- DO0301P1: Plan operativo de información pública</p> <p>QSP relacionadas coa transparencia e/ou información pública</p>	
<p>Indicadores nos que se baseou a valoración:</p> <p>I4: Resultados das enquisas de satisfacción aos diferentes grupos de interese sobre a satisfacción coa web e/ou a información pública.</p>	

CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDADE

<p>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.</p> <p>Analizar a implantación do Sistema de Garantía de Calidade (SGC) e valorar a súa contribución á mellora continua do título.</p>
<p>Reflexión/comentarios que xustifiquen la valoración:</p> <p>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.</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 Plan de Acción Tutorial (PAT). 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.</p>

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.

Finalmente, a Universidade conta cun procedemento de suxerencias e reclamacións, a través da Secretaría En liña, denominado “[Buzón QSP](#)” 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.

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.

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 ten unha excelente cualificación e experiencia moi afín e adecuada para levar a cabo os contidos reflexados no plan de estudos.

A experiencia docente do profesorado correspóndese maioritariamente con profesores do grao de Publicidade e as Relacións Públicas, da área de Comunicación Audiovisual e Publicidade da Facultade de Comunicación da Uvigo. No curso 2021-2022 a repartición docente estivo formada por 37 profesores, dos cales 12 eran profesores da Facultade de Comunicación, 1 da facultade de Belas Artes e 1 catedrático da Universidade Autónoma de Barcelona, o resto de profesorado 22 correspóndese con persoal externo á Universidade.

As especiais características que definen o título e a filosofía práctica e profesionalizante do mesmo aconsellan a utilización de profesionais en activo que manteñan lazos vivos co mercado laboral, de aí a contratación de profesionais (moitos deles de primeiro nivel con premios que así o testemuñan), profesionais que non só coñecen a profesión senón que ademais formen parte do tecido laboral e industrial no que se desenvolve a profesión, e por suposto os procesos que marcan o seu desenvolvemento.

Os CVs do profesorado que participa no título está dispoñible na páxina web do Máster Incidimos no interese dos currículos do cadro docente: <http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/es/docencia/profesorado/>

O Máster 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.

Nos pasados cursos académicos realizouse un especial esforzo por axustar os Recursos Humanos do Máster aos estándares establecidos pola normativa actual tanto a nivel xeral como no específico da Universidade. Deste xeito, o cadro de persoal do curso 2020-2021 conta contaba con 16 doutores, 17 docentes vinculados a Universidade e 16 profesionais profesionais do sector de recoñecido prestixio. Respecto a docencia o 60% das horas son impartidas por profesores e o 40% restante é impartido por profesionais. Independentemente dos datos, debe incidirse na adecuación dos perfís profesionais ás necesidades do título de tal maneira que tanto os profesores procedentes da academia como os profesionais que imparten clases configuran unha oferta verdadeiramente atractiva e competitiva no relativo á formación dos estudantes totalmente orientada ao comprado laboral.

Debemos incidir en que, tal e como se recolle na Memoria do Máster, a orientación do título ten carácter profesionalizante polo que se valora unha formación máis vinculada co desempeño profesional que a puramente académica. Isto implica que o total de profesorado do Máster conte con datos relativamente baixos en canto ao número de sexenios, feito que se ve agravado polo feito de que os docentes da Universidade pertencen ao Departamento de Comunicación Audiovisual e Publicidade cunha media de idade e de vinculación coa universidade baixa. Con todo, os datos de proxección deste Departamento apuntan a unha clara mellora destes datos nos próximos anos (aumento de doutores, sexenios e profesorado a tempo completo). Trátase, con todo, dun elemento que non pode incluírse como proposta de mellora xa que non depende da Coordinación do Máster que ten como obxectivo buscar perfís vinculados cos contidos do Máster.

Coordinación horizontal e vertical

En relación aos recursos humanos do título, a falta de organización entre docentes dunha materia e o posible solapamento manifestado en anos anteriores, viuse moi mitigado coa implantación da figura do coordinador de materia que se recolleu dentro do plan de mellora. O coordinador é sempre un profesor a tempo completo que fai un maior seguimento dos módulos.

Precisamente, para a consecución desa mellora de coordinación é necesario implicar ao profesorado externo que non ten tanta información sobre o funcionamento interno do Máster. Como solución é importante desenvolver unha comunicación máis fluída Manual de benvida ao profesorado externo onde se faga fincapé non só nos procesos de funcionamento senón na necesidade de cumprir o establecido no SGIC.

Tanto no relativo ao profesorado externo como o interno, é urxente 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 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:

- 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)

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.

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 benvida 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.

Os recursos materiais e servizos dos que dispón o título son os que comparte co Centro e sonlle asignados polo mesmo.

Habitualmente 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 estudio de televisión

Na páxina web do centro se 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- Fórmache 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: 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 Dirección de Arte en Publicidade 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 adaptaciónse 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 descritores que definen as competencias, habilidades e coñecementos que debe posuír un individuo para obter unha titulación nese nivel específico. Estes descritores 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 30 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, 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.

A taxa de éxito global do título leva mantendo nun 99% de forma constante durante últimos cursos alcanzando este o 100%, e os principais indicadores teñen bos resultados: a taxa de rendemento é dun 88%, a taxa de eficiencia é dun 95% e a taxa de gradación é dun 90,91%. Por todo iso parece que o título funciona ben e os alumnos están satisfeitos co mesmo.

As cualificacións obtidas polos alumnos nas prácticas en empresa lanzan valoracións moi boas por parte dos empregadores o que nos leva a interpretar que os alumnos van ben preparados e son capaces de responder positivamente á súa pronta incorporación ao mercado laboral.

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, cunha puntuación de 4,60 sobre 5 puntos.

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 Máster con campañas e plans de comunicación para empresas reais ou ficticias.

Finalmente, tamén debemos destacar o feito de que a demanda de alumnos para a realización de prácticas incrementouse no curso 2021-2022 (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 88% e a satisfacción dos alumnos egresados sitúase nun 2,88 sobre 5 e do profesorado nun 4,2, ambas as cifras algo inferiores aos resultados obtidos en cursos anteriores. Situándose a porcentaxe de eficiencia nun 95%.

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%, excepto no caso das materias de prácticas --- e o TFM ---

A satisfacción do alumnado co título sitúase por encima da media e por diante da obtida no Centro e noutros títulos que se imparten na mesma facultade.

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. 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 1,22 anos (o establecido no plan de estudos).

Puntos febles detectados:

- Baixada da taxa de rendemento

Accións de mellora a implantar:

- Analizar as causas da baixada

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 rendemento
 - 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 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 titorías 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 titorías 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 é un aspecto cada vez máis relevante no mundo laboral actual, polo que se valora positivamente o dominio das tecnoloxías dixitais por parte do alumno.

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. É así como xustifícase que na nota media de acceso sexa media (6,7 sobre 10 no último ano de cómputo)

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:

- Información activa de programas de mobilidade da Universidade de Vigo

Accións de mellora a implantar:

- Informar sobre programas de mobilidade da Universidade de Vigo

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 necesiten. 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 recompílase 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 publícanse 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.

<p>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.</p> <p>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.</p>	
<p>Puntos febles detectados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A web está nun único idioma 	<p>Accións de mellora a implantar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suxerir a Uvigo a creación de versións en castelán & english
<p>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</p>	
<p>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.</p>	

CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDADE

<p>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.</p> <p>Analizar a implantación do Sistema de Garantía de Calidade (SGC) e valorar a súa contribución á mellora continua do título.</p>
<p>Reflexión/comentarios que xustifiquen la valoración:</p> <p>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 do 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.</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 formar 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 Plan de Acción Titorial (PAT). 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>

Finalmente, a Universidade conta cun procedemento de suxerencias e reclamacións, a través da Secretaría En liña, denominado “[Buzón QSP](#)” 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.

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 desenvolveuse 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 2021-22, 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.

Nas enquisas de avaliación da titulación, o alumnado valora da seguinte maneira os recursos humanos: Aumento en 2019-2020 (4,07) e diminución en 2020-2021 (4,00) e 2021-2022 (3,67), mentres que o profesorado ten unha visión lixeiramente menos positiva (Recursos humanos: 3,18) (véxase I4).

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 benvida 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.

O item relativo a "Recursos materiais e servizos" foi valorado nas enquisas de satisfacción docente da seguinte maneira: Aumento en 2019-2020 (4,05), diminución en 2020-2021 (2,59) e aumento en 2021-2022 (3,32). 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. A visión do profesorado na enquisa é lixeiramente superior: Recursos materiais e servizos: 3,62 puntos.

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 descritores que definen as competencias, habilidades e coñecementos que debe posuír un individuo para obter unha titulación nese nivel específico. Estes descritores 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 lembrarles os aspectos que deben avaliar e modificar.

En relación a outras métricas reseñables:

A taxa de éxito global do título leva manténdose de forma constante durante os tres últimos cursos nun 99%.

En canto aos resultados por materia, as taxas de éxito presentan unha tendencia á mellora puntual nalgunhas materias que no curso 2018/19 presentaban un 85% e que durante o curso 19/20 equiparáronse ao resto, de forma que ningunha materia sitúase por baixo do 90%.

Non se evidencian incidencias relacionadas cos resultados de aprendizaxe.

A continuación, móstranse os estatísticos básicos das cualificacións do Traballo Fin de Máster durante os dous últimos anos, nos que se defenderon un total de 36 traballos (ver E24)

- Media: 7,76. Este valor indica que a nota media dos TFM foi de 7,76, o que se corresponde cunha cualificación alta.
- Mediana: 8,00. A mediana reflicte que o 50% das cualificacións foron iguais ou inferiores a 8, e o outro 50% foron iguais ou superiores a 8. Por tanto, a metade dos TFM obtiveron unha nota de 8 ou superior.
- Moda: 7. A moda mostra que a cualificación máis frecuente entre os TFM foi de 7. Isto suxire que un número significativo de traballos obtiveron a nota de 7.
- Cualificación máis baixa: 5
- Cualificación máis alta: 10

A distribución de cualificacións mostra que non houbo suspensos (todos os TFM obtiveron polo menos un 5) e que un número considerable logrou as cualificacións máis altas (10), cunha concentración ao redor das notas medias-altas (7 e 8).

Á vista destes datos, pode concluírse que o nivel xeral dos TFM defendidos foi alto, cunha media de 7,76 e a metade dos traballos obtendo unha cualificación de 8 ou superior, sen que se producise ningún suspenso. A distribución de notas mostra unha concentración nas cualificacións medias-altas con algúns traballos sobresalientes que alcanzaron un 10, reflectindo a alta calidade dalgúns TFM.

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), que suman o 84,4% do total. 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.

Esa persoa en particular acolleuse a un mecanismo que habilitou a universidade para poder validar as prácticas.

Unha reflexión final sobre as puntuacións nas enquisas e a súa posible xustificación

As puntuacións das enquisas de avaliación docente poden xustificarse, en parte, polo perfil de acceso moi diverso ao máster. A heteroxeneidade do alumnado, proveniente de distintas titulacións e mesmo ramas de coñecemento, pode xerar certa frustración, especialmente en estudantes de Comunicación, en canto aos coñecementos e competencias previos cos que cada un accede.

Doutra banda, o carácter profesionalizante do máster e a falta de experiencia previa de gran parte do estudantado, limitan o alcance e aproveitamento do programa, sobre todo no relativo ás sesións con profesionais externos. A diversidade de perfís e a diferenza de competencias técnicas entre o alumnado dificultan sacar o máximo proveito a estas sesións e actividades prácticas.

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 introdutorios 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: <ul style="list-style-type: none"> Participación baixa nas enquisas. 	Accións de mellora a implantar: <ul style="list-style-type: none"> Reforzar a comunicación sobre as enquisas e facer participar aos profesores da importancia de que o alumnado faga as enquisas.
Evidencias nas que se se baseou la 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: A evolución do número de estudantes de novo ingreso por curso académico mantívose estable. Segundo os datos analizados, a cifra situouse entre 23 e 25 estudantes por ano, sendo 25 o número máximo de estudantes de novo ingreso na titulación. A continuación descríbese a evolución dos indicadores de resultados para titulación e materias A taxa de gradación mostrou unha tendencia positiva durante os últimos anos da titulación. Mentres que no primeiro ano do estudo alcanzou o 90%, nos dous anos máis recentes logrou o 100% de graduados, o que representa unha mellora do 10% na taxa de gradación neste período de tempo. Por materias, ofrécense algúns insights obtidos da análise das taxas das diferentes materias: <ul style="list-style-type: none"> A taxa de rendemento xeral do máster foi incrementando durante os 3 anos analizados, pasando de 64,52% en 2019-2020 a 100% na última anualidade. O mesmo ocorre coa taxa de avaliación, que pasou de 65,22% a 100% no mesmo período. Isto suxire unha mellora no rendemento e avaliación dos estudantes. A materia 'Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais' mantivo unha taxa de rendemento óptima (100%) durante todos os anos. O mesmo ocorre coa taxa de éxito, situada no 100% en todos os cursos. Isto indica o alto grao de dominio de contidos e aproveitamento dos alumnos nesta materia. As materias 'Dirección estratéxica de comunicación dixital' e 'Dixital Media Planning' tamén mostraron unha taxa de rendemento do 100% durante todos os anos, o que denota a completa adquisición de competencias por parte dos estudantes nestas materias. A taxa de rendemento da materia 'Estratexia de contidos' reduciuse lixeiramente no curso 2021-2022 (96%), aínda que se mantivo no 100% durante os dous anos previos. Con todo, a taxa de éxito mantívose no 100% en todos os cursos, o que suxire que aínda que se produciu unha pequena baixada no rendemento, os alumnos adquiriron as competencias necesarias. As materias 'Análise de métricas e avaliación dá eficacia en medios dixitais' e 'Infografía e visualización de datos' mostraron unha caída de 4 puntos porcentuais na taxa de rendemento no curso 2021-2022 (96%), aínda que se mantivo no 100% os anos previos. Do mesmo xeito que no caso anterior, a taxa de éxito mantívose óptima (100% e 96% respectivamente), polo que os alumnos adquiriron as competencias adecuadas pese ao pequeno descenso no rendemento. A taxa de rendemento nas Prácticas Profesionais 1 ha fluctuado entre 95,65% e 100% durante os 3 anos. Con todo, a taxa de éxito sempre se situou no 100%, o que suxire que aínda que houbo pequenas variacións no rendemento, os alumnos completaron con éxito as prácticas.

• A taxa de rendemento do Traballo Fin de Máster mostrou unha tendencia crecente, pasando de 64,52% en 2019-2020 a 100% en 2021-2022. Do mesmo xeito que coas prácticas, a taxa de éxito sempre foi óptima (100% ou 93,33%), reflectindo que os alumnos completaron o TFM con éxito independentemente das pequenas fluctuacións no rendemento. Con todo, nesta materia hai marxe de mellora para aumentar a taxa de avaliación que se sitúa no 65% por segundo ano consecutivo. En resumo, pode concluírse que o rendemento e avaliación dos alumnos foi mellorando progresivamente durante os 3 anos analizados. Aínda que se observan algunhas pequenas fluctuacións en determinadas materias, a taxa de éxito sempre se mantivo en niveis óptimos, o que suxire que os estudantes adquiriron as competencias necesarias en todas as materias independentemente das variacións no rendemento.

En canto á taxa de abandono, os datos mostran unha redución significativa ao longo dos últimos cursos académicos. Mentres que no curso 2020-2021 alcanzou o 9,52%, no curso máis recente a taxa de abandono situouse no 0%, o que representa unha diminución do 9,52% nun só ano.

En relación coa taxa de eficiencia, a titulación superou a meta de calidade establecida nun 95% durante todos os anos analizados. Mentres que nos dous primeiros anos alcanzou o 100% de eficiencia, no último ano dispoñible situouse no 99%, o que segue estando moi por encima do estándar de calidade fixado. Por tanto, pode concluírse que a titulación mantén unha taxa de eficiencia óptima, permitindo á maioría de estudantes graduarse no tempo previsto.

En canto á taxa de rendemento, os datos mostran que actualmente se atopa na marxe establecida pola meta de calidade do 95%.

Segundo os datos achegados, a evolución da taxa de rendemento durante os últimos 3 anos foi a seguinte:

Curso 2019-2020: 99%

Curso 2020-2021: 93%

Curso 2021-2022: 95%

Obsérvase un descenso de 6 puntos porcentuais no curso 2020-2021, pasando dun 99% a un 93% de taxa de rendemento. Con todo, no curso máis recente a cifra recuperouse, situándose no 95%, o que implica un incremento de 2 puntos porcentuais con respecto ao ano anterior e mantense dentro da marxe establecida pola meta de calidade. En conclusión, aínda que se produciron pequenas fluctuacións, a taxa de rendemento da titulación continúa sendo óptima de acordo con os estándares de calidade de referencia.

A taxa de éxito da titulación foi óptima durante todos os cursos analizados, superando incluso a meta de calidade establecida nun 95%. No curso máis recente, a taxa de éxito alcanzou o 100%, mentres que o rexistro máis baixo produciuse no curso 2020-2021 cun 99%.

Aínda que se observa unha pequena fluctuación, en todo momento a taxa de éxito mantívose moi por encima do estándar de referencia, o que indica que practicamente a totalidade dos estudantes aproban con éxito as materias nas que se matriculan. Por tanto, pode concluírse que a titulación mostra unha taxa de éxito excelente, permitindo aos alumnos superar con éxito as materias nas que se matriculan.

En resumo, esta métrica reflicte o bo rendemento e seguimento dos estudantes na titulación.

Segundo as enquisas de avaliación docente máis recentes, os resultados de aprendizaxe do máster alcanzaron unha puntuación de 2,67 sobre 5, mentres que a organización e desenvolvemento da docencia obtiveron unha puntuación de 2,94.

A satisfacción xeral do estudiantado coa actividade docente do profesorado alcanzou unha puntuación de 3,3 sobre 5, superando o obxectivo previsto de 3. Así mesmo, a satisfacción coa planificación e desenvolvemento do ensino foi de 3,1, tamén por encima da meta de 3.

Aínda que as puntuacións en aprendizaxe estiveron lixeiramente por baixo do obxectivo, os resultados demostran un alto grao de satisfacción do alumnado coa actividade docente e a planificación do ensino. Isto indica que as estratexias metodolóxicas e os recursos didácticos empregados favorecen o logro dos resultados de aprendizaxe.

Con todo, recoméndase reforzar aqueles aspectos do ensino relacionados directamente coa aprendizaxe, como a difusión dos resultados esperados e criterios de avaliación ao comezo de cada materia ou unha maior comunicación sobre as actividades e as competencias que desenvolven.

Tomando en consideración estes resultados, o máster traballará para mellorar os niveis de aprendizaxe percibidos polos estudantes e, ao mesmo tempo, manter ou mesmo superar os niveis de satisfacción cos que xa conta. Con iso, espérase lograr un equilibrio que redunde nunha experiencia máis proveitosa e motivadora para os alumnos.

• En conclusión, as enquisas de avaliación docente reflicten unha valoración positiva do estudiantado cara á actividade docente e organización do máster. Con todo, identificáronse algúns aspectos susceptibles de mellora en relación cos resultados de aprendizaxe, sobre os que se implementarán as accións necesarias.

Os resultados de inserción laboral dos graduados no máster presentan datos moi positivos. Algunhas das principais conclusións do informe de Inserción laboral das persoas tituladas da UVigo en estudos de grao no curso 2018/2019:

- A taxa de ocupación inicial en 2018-2019 foi do 37,5%, aumentando ao 100% despois de realizar o máster. Deles, o 87% atopou traballo no sector privado e o 12% iniciou un autoemprego.
- O 100% dos graduados ten experiencia laboral despois de finalizar os estudos de máster.
- O 80% dos alumnos que non tiñan traballo ao comezo do máster atoparon un emprego de 1 a 3 meses despois de finalizalo. En todos os casos trátase dun traballo a tempo completo.
- O 87% dos graduados traballa en Galicia.
- O 75% traballa como técnico cualificado.
- O nivel de satisfacción cos estudos de máster é de 4,5 sobre 5.

Estes datos poñen de manifesto a alta empregabilidade que ofrece o máster, permitindo á gran maioría de graduados (100%) acceder a un posto de traballo en pouco tempo (1-3 meses) e a xornada completa, cun alto nivel de satisfacción por parte dos egresados. Ademais, cabe destacar que a maioría atopa traballo na mesma comunidade autónoma e a un nivel acorde coa cualificación obtida no máster (técnico cualificado).

En conclusión, 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.

Puntos febles detectados:

- Escasa participación dos alumnado nas enquisas de satisfacción.

Accións de mellora a implantar:

- Implicar á coordinación e desenvolver medidas para sensibilizar ó alumnado da importancia da participación nas enquisas de satisfacción.

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 emprego
- I010-D0: Duración media dos estudos

IV. MODIFICACIÓNS NON SUSTANCIAS DAS TITULACIÓNS

Modificacións na titulación de Grao en Comunicación Audiovisual:

Incluíranse 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 Publicidade e Relacións Públicas:

Incluíranse 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:

Incluíranse 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.

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

Incluíranse 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 que se implantará no cursos 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. 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.
Coordinación. Procura de sistema de compensación que permita contar con recursos humanos para a coordinación do título.	Desenvolvida completamente.	
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,

<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>fundamentalmente, a través do 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>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>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>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 Publicidad

Accións de mellora	Estado situación	Comentarios /observación
<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>	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.
<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>	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.
<p>Mejora de la información pública sobre los convenios</p>	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.
<p>Mellora da relación co colectivo de empregadores</p>	Desenvolvida completamente.	Es necesario mantener conversaciones con los empleadores de forma activa e involucrarlos en el proceso
<p>Revisión dos criterios de admisión</p>	Desenvolvida completamente.	
<p>Análise dos resultados de aprendizaxe, satisfacción e rendemento</p>	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

**As accións de mellora que se recollen deben ser coherentes cos resultados acadados e a análise realizada nos epígrafes anteriores. Deben incorporarse toda a información relativa ás mesmas nos formularios de fichas que se teñen habilitado na [aplicación de xestión documental do SGC](#). Poden achegarse as fichas cumprimentadas a través da mesma como anexo a este informe*

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: planificación, 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.
Sistema de Garantía Interna de Calidade. Poñer en marcha o proceso de certificación de implantación do SGIC.	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.

Rendemento. Seguir mellorando a taxa de rendemento do TFG, incrementando a información, a coordinación co profesorado e a estimulación de alumnado, fundamentalmente de cursos pasados, para que presente e supere o seu traballo de fin de grao; mellorando con isto, tamén a taxa de graduación.

Título: Grao en Comunicación Audiovisual

VII. CONCLUSIÓNS E ACORDOS

V.1.Listaxe de asistentes á reunión de aprobación do informe final:

Presidenta / Decana:
Dña. Emma Torres Romay

Secretario / Vicedecano de calidade:
D.Vicente Badenes Pla

Coordinador do Grao en Comunicación Audiovisual
Dña. Isabel Martínez Martínez

Coordinadora do Grao en Publicidade e Relacións Públicas:
Dña. Carmen López de Aguieta

Coordinadora do Máster en Dirección de Arte Publicitaria
Dña. Julinda Molares Cardoso

Coordinador do Máster en Comunicación medios sociáis e Creación de contidos dixitais
D. Xabier Martínez

Enlace de Igualdade
D. José Pita Castelo

Representante do profesorado
Dña. Diana Ramahí García

Representante do alumnado
Dña. Antía Piñeiro Otero

Representante da administración de centro
Dña. Patricia Cancela Hermida

Representante da sociedade
D. José Octavio Rodríguez Nieto

*Excusan asistencia

- Xxxxxx
- xxxxxxxx
- Xxxxxxx
- Xxxxxx
- xxxxx

Conclusiones 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
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.
5. Semella preciso incrementar os niveis de satisfacción dos grupos de interese non relativo a orientación académica e profesional, (Grao en Comunicación Audiovisual; Grao en Publicidade e Relacións Públicas; Grao en Dirección e xestión pública); coordinación (Grao en Publicidade e Relacións Públicas) e xestión académica (Máster en Dirección de Arte Publicitaria).

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 por categoría
- ANEXO III: Alumnado por titulación de procedencia
- ANEXO IV: Distribución do alumnado por centro de prácticas
- ANEXO V: Catálogo de indicadores de centros e titulacións

ANEXO I: Nota media de acceso

Titulacións de Grao

Titulación	Modalidad Ingreso	Estudio Acceso	Sexo	Nº de ingresos	Nota media acceso	Nota media acceso (Sin Sexo)
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	Alumnado con título de bacharel ou equivalente do sistema educativo español - con probas	Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español	Home	11	9,682	10,562
			Muller	65	10,711	10,562
	Maiores de 25 Anos	Proba de acceso específica	Home	1	5,584	5,584
	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Acreditación ou credencial de homologación do título de bacharel	Muller	2	9,659	9,659
	Títulos Superiores de Formación Profesional, Artes Pláticas e Deseño e Ensinanzas Deportivas	Título Superior de Formación Profesional	Home	5	9,265	9,893
			Muller	11	10,178	9,893
Grao en Comunicación Audiovisual	Alumnado con título de bacharel ou equivalente do sistema educativo español - con probas	Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español	Home	12	10,798	11,024
			Muller	19	11,166	11,024

	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Acreditación ou credencial de homologación do título de bacharel	Home	1	11,356	11,356
	Títulos de grao	Título de grao do sistema universitario español	Home	2	7,916	7,916
	Títulos Superiores de Formación Profesional, Artes Pláticas e Deseño e Ensinanzas Deportivas	Título Superior de Formación Profesional	Home	7	10,921	10,853
Muller			3	10,693	10,853	

Titulacións de Máster

Titulación	Modalidad Ingreso	Estudio Acceso	Sexo	Nº de ingresos	Nota media acceso	Nota media acceso (Sin Sexo)
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	Título de Licenciado ou Licenciada	Licenciado en Xornalismo	Home	1	6,700	6,700
	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Estudios realizados no estranxeiro	Muller	4		
	Títulos de grao	Graduado en Publicidade e Relacións Públicas	Home	2	8,349	8,007
			Muller	7	7,909	8,007
		Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	3	8,033	8,033
		Graduado en Comunicación Audiovisual	Home	1	7,750	7,681
			Muller	2	7,647	7,681
		Graduado en Xornalismo	Muller	3	8,458	8,458

		Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	2	7,177	7,177
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	Títulos superiores de Ensinanzas Artísticas	Titulado Superior de Deseño	Home	1		
			Muller	1		
	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Estudos realizados no estranxeiro	Muller	2		
	Títulos de grao	Graduado en Belas Artes	Home	2		
			Muller	11		
		Graduado en Publicidade e Relacións Públicas	Muller	5	7,544	7,544
		Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	1	8,073	8,073
		Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	1	8,040	8,040
		Graduado en Comunicación Audiovisual pola Universidade de Extremadura	Muller	1	7,460	7,460
		Graduado en Comunicación Audiovisual	Muller	1	6,943	6,943
		Graduado en Belas Artes	Home	1	7,100	7,100
		Graduado en Belas Artes	Home	1	8,425	8,425
		Graduado en Deseño Integral e Xesión da Imaxe	Muller	1	7,210	7,210
		Graduado en Deseño e Creación Dixitais pola Universitat Oberta de Catalunya	Home	1	7,400	7,400

ANEXO II: Profesorado por categoría

Titulacions de Grao y Máster

Titulación	Curso Académico	Nº de PDI					Total
		Catedrático/a de universidade	Profesor/a titular de universidade	Catedrático/a de escola univer.	Profesor/a titular de escola univer.	Profesor/a contratado/a doutor/a	
CAV	2018/2019		9			7	16
	2017/2018		9			6	15
	2016/2017		8		0	8	16
	2015/2016		7		1	9	17
	2014/2015		8	1	1	9	19
	2013/2014	1	8	1	1	8	19
	2012/2013		7	1	1	8	17
	2011/2012	1	5	1	1	9	17
	2010/2011		5	1	1	6	13
PRP	2018/2019		15	1		10	26
	2017/2018		15	1		10	26
	2016/2017		17	1		10	28
	2015/2016		14	1		10	25
	2014/2015		14	1		12	27
	2013/2014		14	1		12	27
	2012/2013		12	1		12	25
	2011/2012		10	1		11	22
	2010/2011		8	1		10	19
MSOCIAL	2018/2019		7			6	13
MDART	2018/2019		2			2	4
	2017/2018		2			1	3
	2016/2017		2			1	3
	2015/2016		2			2	4
	2014/2015		2			3	5
	2013/2014		2			3	5
	2012/2013		2			3	5
	2011/2012	1	3			4	8
	2010/2011	1	2			4	7

Titulación	Nº de PDI con sexenios						Indicador
	Catedrático/a de universidade	Profesor/a titular de universidade	Catedrático/a de escola univer.	Profesor/a titular de escola univer.	Profesor/a contratado/a doutor/a	Total	Nº PDI con sexenios/Nº PDI
CAV		6			1	7	43,75%
		5			2	7	46,67%
		6		0	3	9	56,25%
		6		0	1	7	41,18%
		7	0	0	1	8	42,11%
	1	5	0	0	1	7	36,84%
		3	0	0	1	4	23,53%
	1	3	0	0	0	4	23,53%
PRP		3	0	0	1	4	30,77%
		11	1		4	16	61,54%
		10	1		4	15	57,69%
		12	1		4	17	60,71%
		9	1		2	12	48,00%
		8	1		2	11	40,74%
		6	1		2	9	33,33%
		4	1		2	7	28,00%
MSOCIAL		3	1		0	4	18,18%
		2	1		0	3	15,79%
MDART		6			2	8	61,54%
		1			1	2	50,00%
		0			1	1	33,33%
		0			1	1	33,33%
		0			0	0	0,00%
		0			0	0	0,00%
		0			0	0	0,00%
	0	0			0	0	0,00%
0	0			0	0	0,00%	

ANEXO III: Perfil de ingreso estudiantado que accede por primeira vez á titulación

Titulacions de Grao Curso 2021_22

Titulación	Modalidad Ingreso	Estudio Acceso	Sexo		Total
			Home	Muller	
			Nº de ingresos	Nº de ingresos	Nº de ingresos
Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas	Alumnado con título de bacharel ou equivalente do sistema educativo español - con probas	Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español	11	65	76
	Maiores de 25 Anos	Proba de acceso específica	1		1
	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Acreditación ou credencial de homologación do título de bacharel		2	2
	Títulos Superiores de Formación Profesional, Artes Pláticas e Deseño e Ensinanzas Deportivas	Título Superior de Formación Profesional	5	11	16
	Total		17	78	95
Grao en Comunicación Audiovisual	Alumnado con título de bacharel ou equivalente do sistema educativo español - con probas	Título de Bacharelato do Sistema Educativo Español	12	19	31
	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Acreditación ou credencial de homologación do título de bacharel	1		1

	Títulos de grao	Título de grao do sistema universitario español	2		2
	Títulos Superiores de Formación Profesional, Artes Pláticas e Deseño e Ensinanzas Deportivas	Título Superior de Formación Profesional	7	3	10
	Total		22	22	44

Titulacions de Másters Curso 2021_22

Titulación	Modalidad Ingreso	Estudio Acceso	Sexo			
			Home	Muller	Total	
			Nº de ingresos	Nº de ingresos	Nº de ingresos	
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	Título de Licenciado ou Licenciada	Licenciado en Xornalismo	1		1	
	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Estudos realizados no estranxeiro		4	4	
	Títulos de grao	Graduado en Publicidade e Relacións Públicas		2	7	9
		Graduado en Comunicación Audiovisual			3	3
		Graduado en Comunicación Audiovisual		1	2	3
		Graduado en Xornalismo			3	3
		Graduado en Comunicación Audiovisual			2	2
	Total		4	21	25	

Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	Títulos superiores de Ensinanzas Artísticas	Titulado Superior de Deseño	1	1	2	
	Por equivalencia, homologación ou validación parcial de estudos estranxeiros	Estudos realizados no estranxeiro		2	2	
	Títulos de grao	Graduado en Belas Artes		2	11	13
		Graduado en Publicidade e Relacións Públicas			5	5
		Graduado en Comunicación Audiovisual			1	1
		Graduado en Comunicación Audiovisual			1	1
		Graduado en Comunicación Audiovisual pola Universidade de Extremadura			1	1
		Graduado en Comunicación Audiovisual			1	1
		Graduado en Belas Artes		1		1
		Graduado en Belas Artes		1		1
		Graduado en Deseño Integral e Xestión da Imaxe			1	1
Graduado en Deseño e Creación Dixitais pola Universitat Oberta de Catalunya			1		1	
Total		6	24	30		

ANEXO IV: Distribución do alumnado por centro de prácticas

Titulacións de Grao y Máster Curso 2021_22

Titulación	Empresa	Nº prácticas
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	COMUNICARE	1
	FUNDACIÓN IMPULSARSE	1
	ONTYCHE	1
	PABLO MEDRAÑO GONZÁLEZ - KOOMPANY	1
	PASO A PASO AGENCY	2
	Pontevedra CF, SAD	1
	PROMOCIÓN Y GESTIÓN CULTURAL TRISQUELIA, S.L.	1
	SECRETARÍA XERAL DE MEDIOS - XUNTA DE GALICIA	1
Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais	SRA. NONA BRAND	1
	ATENDO	1
	CLICKAGE S.L.U.	1
	Cluster Saúde de Galicia - CSG	1
	De la Calle Álvarez, S.L.	1
	DIGAMEL	1
	distintos*	1
	ESMERARTE INDUSTRIAS CREATIVAS, S.L.U.	1
	IMAXE INTERMEDIA	1
	Marketing4ecommerce Digital Content S.L.	1
	Onente Gaming	1
Transmedia Comunicaciones y Prensa, S.L.	1	
Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade	DARDO	1
	IMAXE INTERMEDIA	1
	YDEAWEB C.B.	1
Grao en Publicidade e Relacións Públicas	Información no proporcionada por UAP	

ANEXO V: Catálogo de indicadores de centros e titulacións

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