

**9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD**  
**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**  
**Universidad Complutense de Madrid**

**9.1 Responsables del sistema de garantía de calidad del plan de estudios.**

Como máxima responsable de la calidad de la titulación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, se ha creado una **Comisión de Calidad del Centro**, aprobada por la Junta del Centro, específicamente dedicada a garantizar la calidad de las titulaciones que se imparten en la Facultad de Ciencias de la Información.

Esta Comisión funcionará con un reglamento específico que será aprobado por dicha Junta. En ella están representados todos los colectivos de la Comunidad Universitaria: profesorado, estudiantes, personal de administración y servicios y responsables académicos. Los miembros que formarán esta Comisión serán:

- El Decano del Centro que presidirá la Comisión, y será el responsable unipersonal de garantizar la calidad interna de las titulaciones impartidas en el mismo.
- Dos Vicedecanos
- Un Director de Departamento responsable de cada titulación del centro.
- Dos representantes de alumnos en Junta de Facultad
- Un representante del Personal de Administración y Servicios miembro de la Junta de Facultad.

Asimismo, se contará con agentes externos. Estos últimos pueden ser expertos designados por las Agencias Autonómicas o Estatales de Evaluación o expertos en evaluación de la calidad de otras universidades. La participación de estos agentes externos en la Comisión de Calidad estará regulada en el Reglamento interno de funcionamiento de la Comisión y su actuación se centrará en reuniones de toma de decisiones y propuestas de mejora.

La Comisión de Calidad del Centro, elaborará anualmente una Memoria de sus actuaciones y un plan de mejoras del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que deberá ser aprobado por la Junta de Centro y ampliamente difundido.

La Comisión de Calidad tendrá como **funciones** en relación al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

- Realizar el seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad.
- Gestionar y coordinar todos los aspectos relativos a dicho sistema.

- Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Realizar propuestas de mejora y hacer un seguimiento de las mismas.
- Proponer y modificar los objetivos de calidad del título.
- Recoger información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de la titulación (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje y otros).
- Gestionar el Subsistema de Información de la titulación.
- Establecer y fijar la política de calidad del título de acuerdo con la política de calidad de la Facultad de Ciencias de la Información y con la política de calidad de la UCM.

Esta Comisión se reunirá a lo largo del curso académico con la periodicidad que determine su Reglamento, el cual también especificará el procedimiento de toma de las decisiones, así como los efectos y consecuencias de las mismas. En todo caso se realizarán, como mínimo, dos reuniones que se celebrarán preferentemente al principio y final de curso, sin perjuicio de que pueda convocarse con carácter extraordinario si las circunstancias los requiriesen. Las decisiones de la Comisión se adoptarán por mayoría simple. En caso de empate el Presidente dispondrá de voto de calidad. Las medidas adoptadas se comunicarán a los implicados en las mismas, así como a la Junta de Facultad para su ratificación, si ésta fuera necesaria.

## **9.2 Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.**

### **9.2.1.- Procedimientos de mejora de la calidad de la enseñanza y profesorado**

#### **Evaluación y calidad del profesorado**

Los procedimientos de evaluación y mejora de la calidad del profesorado de la titulación son los procedimientos establecidos en el Programa Docencia de la UCM verificado por la ANECA con fecha de 31 de marzo de 2008. . (Para más especificaciones, se remite a la página Web del Vicerrectorado de Desarrollo y Calidad de la Docencia (<http://www.ucm.es/dir/2423.htm>)).

La evaluación al profesorado se realizará cada tres años. Sus resultados serán estudiados por la Comisión de Calidad del Centro, que elevará a los órganos competentes las propuestas de actuación que considere oportunas para la mejora de la calidad de la docencia y el profesorado.

#### **Calidad de la enseñanza:**

La Comisión de Calidad del Centro, elaborará anualmente un informe sobre la marcha de las enseñanzas del Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas recabando periódicamente información sobre la enseñanza impartida a través de los siguientes medios:

- La Secretaría de alumnos del Centro y los programas de gestión informática
- El Servicio de Coordinación y Gestión Académica
- La Dirección de la Facultad de Ciencias de la Información
- Los Departamentos implicados en las enseñanzas de la titulación
- El resto de procedimientos de recogida de información del Sistema de Información de la titulación que se reseñan en el apartado 9.5.1 del documento.

En dicho informe se recogerá y analizará información sobre los siguientes aspectos:

- Difusión del programa formativo.
- Acceso e ingreso de estudiantes incluyendo planes de acogida o tutorización.
- Coordinación del profesorado de la titulación.
- Orientación formativa a los estudiantes y también orientación sobre salidas profesionales.
- Recursos e infraestructuras de la titulación.
- Estructura y características del profesorado y personal de apoyo de la titulación.
- Información general sobre la matrícula y estructura de grupos de docencia, movilidad de estudiantes, estudiantes en prácticas y otros.

A partir de este informe, la Comisión de Calidad del Centro elaborará una propuesta de revisión y mejoras que remitirá para su aprobación a la Junta de Centro. El seguimiento de la aplicación de las mejoras propuestas y aprobadas por la Junta de Centro será realizado por la Comisión de Calidad que elaborará el correspondiente informe de seguimiento y lo difundirá debida y ampliamente (Punto 9.5.3).

### **9.2.2.- Satisfacción de los actores implicados en la titulación**

La satisfacción de los colectivos implicados en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se analizará a través de la información que se obtendrá mediante encuestas específicas sobre esta materia a los actores implicados en la titulación y a través de las solicitudes, reclamaciones, sugerencias y observaciones que se presenten ante la Comisión de Calidad del Centro y las resoluciones de las mismas. De este modo se especifican los siguientes procedimientos:

### Encuestas:

La información sobre la valoración global y sobre aspectos específicos del Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas y de los actores implicados en la misma (alumnado, profesorado y personal de apoyo) se obtendrá mediante encuestas. Para la realización de estas encuestas se cuenta con la ayuda técnica de la Oficina para la Calidad de la UCM que elaborará los cuestionarios y llevará a cabo el tratamiento analítico de la información facilitada en los mismos.

La Comisión de Calidad del Centro, se encargará de la aplicación de los cuestionarios y de su envío a la Oficina para la Calidad de la UCM para su procesamiento y análisis.

### Solicitudes, reclamaciones, sugerencias y observaciones:

La Comisión de Calidad del Centro actuará de oficio o a instancia de parte en relación con las solicitudes, reclamaciones, sugerencias y observaciones que sean susceptibles de necesitar su intervención. Cualquier implicado en el desarrollo del título de Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas, sin restricción alguna, podrá dirigirse a la Comisión a título individual o colectivo.

### Procedimiento de actuación: reclamaciones:

1. Las reclamaciones serán formuladas por el interesado mediante la presentación de un escrito que contenga sus datos personales, el sector de la comunidad universitaria al que pertenece y su domicilio a efectos de notificación, y en el que se concretarán con suficiente claridad los hechos que originan la queja, el motivo y alcance de la pretensión que se plantea y la petición que se dirige a la Comisión de Calidad del Centro. El escrito se presentará con libertad de forma, si bien se publicarán en la página web del Centro impresos que faciliten la presentación de la reclamación. Los interesados podrán recabar de la Comisión de Calidad dichos impresos así como asesoramiento para cumplimentarlos, o bien presentar sus propios escritos de reclamación.
2. La Comisión de Calidad del Centro efectuará el registro de todas las reclamaciones y enviará el correspondiente acuse de recibo a los que hayan presentado el escrito.
3. La Comisión no admitirá las reclamaciones y observaciones anónimas, las formuladas con insuficiente fundamento o inexistencia de pretensión y todas aquellas cuya tramitación cause un perjuicio al derecho legítimo de terceras personas. En todo caso, comunicará por escrito a la persona interesada los motivos de la no admisión.
4. La Comisión no entrará en el examen individual de aquellas

reclamaciones sobre las que esté pendiente resolución judicial o expediente administrativo y suspenderá cualquier actuación si, en el transcurso de su tramitación, se iniciara un procedimiento administrativo o se interpusiera demanda o recurso ante los tribunales ordinarios. Ello no impedirá, no obstante, la investigación de los problemas generales planteados en las reclamaciones presentadas. Admitida la reclamación, la Comisión de Calidad del Centro promoverá la oportuna investigación y dará conocimiento a todas las personas que puedan verse afectadas por su contenido.

5. En la fase de investigación del procedimiento se realizarán las actuaciones pertinentes para comprobar cuantos datos fueran necesarios, mediante el estudio de la documentación necesaria y realización de entrevistas personales; la Comisión de Calidad podrá recabar los informes externos que sean convenientes.
6. Una vez concluidas sus actuaciones, notificará su resolución a los interesados y la comunicará al órgano universitario afectado, con las sugerencias o recomendaciones que considere convenientes para la subsanación, en su caso, de las deficiencias observadas.
7. En todo caso resolverá dentro del plazo de tres meses desde que fue admitida la reclamación.

#### Sugerencias:

Asimismo se pondrá a disposición de los actores implicados (profesorado, alumnado y PAS) un Buzón de Sugerencias para todas aquellas propuestas que tengan como finalidad promover la mejora de la calidad de la Titulación.

Las decisiones y resoluciones de la Comisión de Calidad del Centro no tienen la consideración de actos administrativos y no serán objeto de recurso alguno; tampoco son jurídicamente vinculantes y no modificarán por sí mismas acuerdos o resoluciones emanadas de los órganos de la Universidad.

La Comisión de Calidad del Centro analizará toda la información y análisis referente a las encuestas de satisfacción y tratamiento de reclamaciones y sugerencias que se incorporará al Sistema de Información de la titulación, utilizando dicha información y análisis la Comisión de Calidad del Centro en sus informes y propuestas de revisión y mejora del plan de estudios que remitirá a la Junta del Centro que adoptará las medidas necesarias para su ejecución, con el objetivo de lograr una mejora continua en la satisfacción de todos los colectivos implicados en la titulación.

#### **9.2.3.- Cumplimiento de objetivos formativos y resultados de aprendizaje.**

Los objetivos formativos globales y finales de la titulación se miden en el Trabajo Fin de Grado.

Además se utilizarán los indicadores que se mencionan a continuación y también se tendrá en cuenta la opinión del profesorado y del alumnado expresada en las encuestas de satisfacción.

Se elaborarán los siguientes indicadores:

- Tasa de eficiencia (relación porcentual entre el número total de créditos establecidos en el plan de estudios y el número total de créditos en los que han tenido que matricularse a lo largo de sus estudios el conjunto de estudiantes titulados en un determinado curso académico).
- Tasa de abandono (relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron finalizar la titulación el curso anterior y que no se han matriculado ni en ese curso ni en el anterior).
- Tasa de graduación (porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios (d) o en año más (d+1) en relación con su cohorte de entrada).
- Tasa de rendimiento (% de créditos superados respecto a créditos matriculados).
- Tasa de éxito (% de créditos superados respecto a créditos presentados a examen).

La Comisión de Calidad del Centro analizará estos datos y emitirá anualmente propuestas de mejora a la Junta de Centro y a los Departamentos implicados en la docencia del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

### **9.3 Procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad.**

En lo que respecta a los programas de movilidad se recogerá información mediante los procedimientos que se detallan a continuación, que será analizada y valorada por la Comisión de Calidad del Centro:

- Solicitud de informes individuales a los estudiantes participantes en los programas de movilidad, en los que se especifiquen los siguientes

parámetros: a) grado de adecuación de la actividad respecto a las previsiones ofertadas por el programa, b) grado de satisfacción de los estudiantes remitidos y acogidos por la titulación c) grado de satisfacción respecto a la gestión de la actividad por parte del programa.

- Solicitud de informes a los coordinadores o responsables de los programas de movilidad en los que se especifiquen los siguientes parámetros: a) Tasa de eficacia de los programas de movilidad (relación plazas ofertadas/plazas cubiertas); b) Tasa de intercambio con las universidades de destino (relación estudiantes acogidos/estudiantes remitidos); c) Grado de cumplimiento de las actuaciones previstas en los programas de movilidad; d) Propuestas de mejora de las actuaciones de los programas de movilidad.

La Comisión de Calidad del Centro valorará y analizará toda esta información periódicamente y emitirá propuestas de revisión y mejora del plan de estudios de la titulación, que remitirá a la Junta del Centro que adoptará las medidas necesarias para su ejecución, con el objetivo de lograr una mejora continua en la calidad de los programas de movilidad.

#### **9.4 Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida.**

##### Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados:

El análisis sobre la inserción laboral de los graduados de la titulación se realizará a través de encuestas específicas a los egresados, así como de información recabada de las organizaciones profesionales correspondientes y otras entidades (empleadores). De este modo:

Dos años después de que salgan los primeros graduados del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, se realizarán encuestas promovidas por el Rectorado de la Universidad, con la participación de la Oficina para la Calidad, con el fin de conocer el nivel de inserción laboral de las diferentes titulaciones y, también, la adecuación de la formación recibida en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para dicha inserción laboral.

Estas encuestas serán continuación de las ya realizadas en el pasado por encargo del Consejo Social de la Universidad.

Las conclusiones más relevantes del análisis estadístico de la información proporcionada por una muestra de licenciados en Publicidad y Relaciones

Públicas de las promociones correspondientes a los años 2002, 2003 y 2004, son las siguientes:

El grado de inserción laboral, medido a través del número de licenciados que, en la actualidad, se encuentra trabajando es muy elevado para esta titulación ya que el 81% de los encuestados trabaja actualmente. Un 9,5% exclusivamente se dedica a estudiar y el 9,5% está en situación de desempleo. El 7,2% compagina trabajo y estudios.

Es digno de resaltarse que entre los rasgos demográficos y académicos de los egresados, el 77,1% son mujeres frente a un 22,9% de hombres. El 38,3% de los titulados que en la actualidad trabaja, ya tenía empleo antes de terminar sus estudios. A un tercio de estos licenciados, el terminar la carrera les permitió ascender en su empresa.

La mayoría (65,9%) de los titulados que se incorporaron al mercado laboral, comenzaron la búsqueda del primer empleo de manera inmediata. Por otra parte, el tiempo que han necesitado para encontrar el primer empleo es, a lo sumo, de tres meses para siete de cada diez entrevistados. Este tiempo es significativamente menor para los titulados que tuvieron experiencia laboral siendo estudiantes.

Para nueve de cada diez de los titulados que trabajan el tipo de empleo es a tiempo completo. En cuanto al tipo de contrato de los titulados encuestados, un 57% tiene contrato fijo y otro 30,8% tiene contrato temporal.

En relación con la categoría profesional alcanzada en la actualidad, casi el 60% de los encuestados ocupan un puesto de trabajo en calidad de técnico. Además seis de cada diez trabajan en sectores de actividad relacionados con su titulación (publicidad, medios de comunicación, diseño gráfico)

El grado de satisfacción de los egresados con su ocupación actual en esta titulación es elevado, ya que, casi la mitad de los encuestados (44,4%) da una puntuación superior a siete y la valoración más frecuente es de 7 puntos, por lo que se puede concluir que están bastante satisfechos con su actual actividad laboral. La valoración sobre el grado de satisfacción depende significativamente del tipo de la categoría del empleo de manera que los becarios, técnicos y directivos son los que tienen mayor grado de satisfacción con el trabajo que están realizando.

Cuando salgan las primeras promociones de egresados del nuevo Grado, se recabará información de, al menos, las organizaciones profesionales correspondientes, y otras entidades (empleadores) sobre la inserción laboral y la adecuación de la formación recibida por los titulados.



La Comisión de Calidad del Centro, valorará toda esta información para hacer propuestas de mejora relativas a los planes formativos que remitirá a la Junta de Facultad para su aprobación y puesta en marcha.

### Satisfacción con la formación recibida

La satisfacción con la formación recibida en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se analizará a través de la información obtenida mediante encuestas específicas sobre esta materia a los alumnos/as de la titulación y a través de las solicitudes, reclamaciones, sugerencias y observaciones que se presenten relativas a la formación ante la Comisión de Calidad del Centro y las resoluciones de las mismas, conforme a lo establecido en el punto 9.2.2 del documento.

La Comisión de Calidad del Centro analizará toda la información y análisis referente a las encuestas de satisfacción y tratamiento de reclamaciones y sugerencias, utilizando dicha información y análisis la Comisión de Calidad en sus informes y propuestas de revisión y mejora del plan de estudios que remitirá a la Junta del Centro que adoptará las medidas necesarias para su ejecución, con el objetivo de lograr una mejora continua en la satisfacción de la formación.

## **9.5 Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.) y de atención a la sugerencias y reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título**

### **9.5.1. Sistemas de Información**

Se creará un Sistema de Información que recogerá sistemáticamente todos los datos e información necesarios para realizar el seguimiento y evaluación de calidad del título y su desarrollo, así como de las propuestas de mejora.

La Comisión de Calidad del Centro, recibirá ayuda técnica en todos los procesos de refuerzo de la calidad de la Oficina para la Calidad de la Universidad Complutense, en especial para: la aplicación del programa Docentia, para la aplicación de las encuestas de satisfacción y para la medición de la inserción laboral. Por otra parte, la Vicegerencia de Gestión Académica proporcionará información sobre la gestión de matrícula, de actas y otros, para la elaboración de los indicadores que se han señalado y la información relativa al alumnado.

El Sistema de Información de la Titulación incluye, entre otros, los siguientes procedimientos y fuentes de datos:

- Memoria anual del funcionamiento de la titulación en la que se incluirá, entre otras cosas, toda la información, indicadores y análisis relativos a la garantía interna de calidad.
- Propuestas de mejora de la Comisión de Calidad del Centro y seguimiento de las mismas.
- Evaluación del profesorado mediante la aplicación del Programa Docencia.
- Sistemas de verificación del cumplimiento por parte del profesorado de sus obligaciones docentes.
- Reuniones de coordinación, valoración y reflexión al final del año académico y programación anual.
- Resultados de las encuestas de satisfacción al alumnado, profesorado y personal de apoyo.
- El sistema de quejas, reclamaciones y sugerencias, atendido y gestionado por la Comisión de Calidad del Centro
- Información de las bases existentes de matrícula, actas y otras facilitada por la Vicegerencia de Gestión Académica.
- Resultados de las encuestas de inserción laboral.

#### **9.5.2. Criterios específicos en el caso de extinción de los planes de estudios conducentes a la obtención de Títulos oficiales**

Serán motivos para la extinción del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

- No haber superado el proceso de evaluación para su acreditación (previsto en el artículo 27 de Real Decreto 1393/2007) y el plan de ajustes no subsane las deficiencias encontradas.
- Si se considera que el título ha realizado modificaciones en el plan de estudios que supongan un cambio notable en los objetivos y naturaleza del título (RD 1393/2007 art. 28).
- A petición del Centro, tras la aprobación en Junta de Facultad, cuando el número de alumnos matriculados en tres años consecutivos sea inferior a 10. O bien a petición motivada y justificada del Consejo de Gobierno o de la Comunidad de Madrid, en ejercicio de las competencias atribuidas legal y reglamentariamente.
- Si la inserción laboral de los egresados fuera inferior a 20 % durante cinco años, la Comisión del Centro deberá analizar el interés profesional del Título, emitir un informe proponiendo acciones de mejora del mismo o su extinción.

La Oficina para la Calidad de la UCM se encargará de incorporar dichos criterios al Archivo documental del Título.

En caso de suspensión del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, debe quedar garantizado por parte del Centro responsable el adecuado desarrollo de las enseñanzas que hubieran iniciado sus estudiantes hasta su finalización, y que contemplen entre otros los siguientes puntos:

- No admitir matrículas de nuevo ingreso en la titulación
- La implantación de acciones específicas de tutorías y de orientación para los estudiantes repetidores.
- Garantizar el derecho a evaluación hasta agotar las convocatorias reguladas en la normativa específica de la UCM.

### **9.5.3. Difusión y publicidad de los resultados del seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad**

El Rectorado de la Universidad Complutense de Madrid difundirá los resultados del seguimiento de garantía interna de calidad de las titulaciones entre la comunidad universitaria y la sociedad en general utilizando medios informáticos (inclusión en la página Web institucional), y documentales, propiciando foros y Jornadas de debate y difusión.

Asimismo la Facultad de Ciencias de la Información incluirá en su correspondiente web (<http://www.ucm.es/centros/webs/fcinf/>) un apartado de difusión y puesta a disposición de la sociedad de los resultados obtenidos en el tema de calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.