



VICERRECTORADO DE CALIDAD

<b>RUCT</b>	<b>MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO</b>
2500830	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

<b>Universidad/es participantes</b>	<b>Centro</b>
UCM	CENTRO DE ENSEÑANZA SUPERIOR VILLANUEVA

<b>Créditos</b>	<b>Doble grado/máster</b>	<b>Primer curso de implantación</b>	<b>Prácticas externas</b>	<b>Programas de movilidad</b>
240		2010-11	X	X

<b>ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA</b>			
Verifica	Modificación Verifica	Seguimiento externo	Acreditación
		X	

## ÍNDICE

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO .....	3
ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO.....	5
1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO .....	5
2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO .....	6
3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO .....	8
4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS .....	9
5. INDICADORES DE RESULTADO.....	10
6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.....	17
7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.....	18
8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO. ....	18
9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA.....	21

## INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

### Aspectos a valorar:

1. La página Web del Centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje). Este Centro garantiza la validez de la información pública disponible.

El enlace de la página Web que contiene esta información es el siguiente:  
<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/>

### DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

Denominación del Título.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Centro Responsable.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Centros en los que se imparte.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Curso académico en el que se implantó.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Tipo de enseñanza (presencial, semipresencial, a distancia).

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Número total de ECTS del Título.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Número mínimo de ECTS por matrícula y período lectivo (se hará referencia distintiva a la dedicación a tiempo completo y a tiempo parcial y en Primer curso y resto de cursos).

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Normas de permanencia.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

Idiomas en los que se imparte.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#descripcion-del-titulo>

### COMPETENCIAS

Competencias generales, transversales y específicas que los estudiantes deben adquirir durante sus estudios.

[https://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/2019/01/COMPETENCIAS\\_PUBLICIDAD.pdf](https://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/2019/01/COMPETENCIAS_PUBLICIDAD.pdf)

Profesiones reguladas para las que capacita, en su caso.

**NO PROCEDE**

### ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

#### Información dirigida al estudiante de nuevo ingreso:

Vías y requisitos de acceso.

<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#admisión>

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas.

<https://www.villanueva.edu/admision/plazas-disponibles/>

Pruebas de acceso especiales, en su caso.

<http://www.villanueva.edu/admision/proceso-de-admision/>

Plazos de preinscripción.

<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#admisión>

Período y requisitos para formalizar la matrícula.

<http://www.villanueva.edu/admision/proceso-de-admision/>

Perfil recomendado para el estudiante de nuevo ingreso.

<http://www.villanueva.edu/admision/matriculacion/#perfil-de-ingreso>

Información sobre transferencia y reconocimiento de créditos.

<http://www.villanueva.edu/admision/matriculacion/#transferencia-de-creditos>

Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores (solo en el caso de que el título provenga de la transformación a la nueva legislación de otro título).

**NO APLICABLE**

Cursos de adaptación (plan curricular y condiciones de acceso).

El CES Villanueva entiende que esta información no procede en el caso de la titulación de grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Mecanismos de información y orientación para estudiantes matriculados.

<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#admisión>

## PLANIFICACIÓN Y CALIDAD DE LA ENSEÑANZA

Cuadro general de la estructura del plan de estudios.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#planificación-de-estudios>

Calendario de implantación del título.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#planificación-de-estudios>

Información general con la distribución de créditos en función del tipo de materia y número de créditos de las asignaturas.

[http://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/pdfs/boe\\_publicidad.pdf](http://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/pdfs/boe_publicidad.pdf)

Breve descripción de los módulos o materias su secuencia temporal y competencias asociadas a cada uno de los módulos o materias.

<https://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/2019/01/M%C3%B3dulos-y-competencias.pdf>

Itinerarios formativos (menciones/grados – especialidades/másteres).

**NO PROCEDE**

Guías docentes elementos clave: profesores encargados, resultados de aprendizaje previstos, contenidos, metodologías docentes, porcentaje de presencialidad, actividades formativas, calendario de actividades, sistemas de evaluación, bibliografía especializada. Las guías se redactan en todos los idiomas en los que se imparte el título.

<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#Quinto>

Calendario académico.

<https://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/2018/12/Calendario-ALUMNOS-de-GRADO-VILLANUEVA-CURSO-2018-2019-II-Semestre.pdf>

Horarios del curso académico. Al menos se recoge turno, duración, mes y día de la semana.

[https://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/2018/12/HORARIO\\_PUBLICIDAD.pdf](https://www.villanueva.edu/wp-content/uploads/2018/12/HORARIO_PUBLICIDAD.pdf)

Acuerdos o convenios de colaboración y programas de ayuda para el intercambio de estudiantes.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#planificación-de-estudios>

Prácticas externas (convenios con entidades públicas o privadas, sistema de tutorías, sistemas de solicitud, criterios de adjudicación...).

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#planificación-de-estudios>

Ingreso de estudiantes incluyendo planes de acogida o tutela.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#admisión>

## PERSONAL ACADÉMICO

Estructura y características del profesorado adscrito al título (incluirá al menos el número total de profesores por categorías y el porcentaje de doctores).

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rrpp/#claustrro>

CV abreviado del profesorado que imparte el título.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#claudio>

#### RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Recursos, infraestructuras y servicios de la titulación (aulas informáticas, recursos bibliográficos, bibliotecas, salas de estudio...).

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#servicios>

#### SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

Breve descripción de la organización, composición y funciones del SGIC.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#sistema-de-calidad>

Mejoras implantadas como consecuencia del despliegue del SGIC.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#sistema-de-calidad>

Información sobre el sistema de quejas y reclamaciones.

<http://www.villanueva.edu/acerca-de-villanueva/buzon-de-sugerencias/>

<http://www.villanueva.edu/acerca-de-villanueva/buzon-de-reclamaciones/>

Información sobre la inserción laboral.

<http://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#competencias-y-salidas-profesionales>

Información sobre las encuestas de satisfacción de los estudiantes.

<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#sistema-de-calidad>

Resultado de los procesos de verificación, inscripción en el RUCT y seguimiento.

<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#sistema-de-calidad>

2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma.
3. La información presentada se adecua a lo expresado en la memoria verificada del Título.

## ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO

### 1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

#### **1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.**

En el siguiente enlace de la página web del CES Villanueva se podrá encontrar la relación nominal de los responsables del SGIC:

<https://www.villanueva.edu/estudios/grados/grado-en-publicidad-y-rpp/#sistema-de-calidad>

#### **1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.**

El Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Calidad del título de Grado en Publicidad y Relaciones Pública fue elaborado por la propia comisión. Este reglamento fue refrendado por el Consejo de Gobierno del CES Villanueva. Ha sido modificado en cuanto su composición en varias ocasiones tal como consta en las actas:

<https://www.villanueva.edu/acerca-de-villanueva/sistema-de-calidad/>

Las normas de funcionamiento son las siguientes: el Director del Área preside las comisiones e invita a asistir a aquellas personas que considera que pueden informar sobre temas específicos. Sin embargo, el derecho a voto está restringido a los miembros de esta comisión. Actúa como secretario el responsable de calidad del título.

La comisión de calidad, tal como consta en su reglamento, se reúne como mínimo dos veces al año en sesiones ordinarias. Se avisa al menos con 48 horas y por iniciativa del presidente o de cualquier otro miembro de la comisión.

La toma de decisiones se realiza por asentimiento o en su caso por voto simple, quedando reservado el voto de calidad al Presidente. Los acuerdos son elevados a la junta del título o, en su caso, al consejo de Gobierno del CES. A su vez, se comunica a los interesados para realizar las mejoras o modificaciones oportunas.

La comisión de Calidad general del CES recibe y analiza la información recogida por las comisiones de calidad de cada título y también las de coordinación. A su vez, impulsa el análisis después de la recogida de datos de las encuestas realizadas al final de cada semestre y al final del curso académico de los distintos grupos de interés y la consiguiente elaboración de informes de los distintos departamentos implicados para la ejecución de un plan de acción y mejora.

Desde el departamento de Calidad del Centro se mantiene periódicamente contacto con el responsable de Calidad del grado para su formación y para la continua retroalimentación de información y la implementación de mejoras.

### **1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.**

La Comisión de Calidad del CES Villanueva, de acuerdo a sus estatutos y normas de funcionamiento, se reúne dos veces al año. No obstante, el flujo de información y trabajo es tal que el seguimiento que se realiza de los temas tratados es constante.

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
05-11-2018	Memorias de seguimiento.	Situación de las Memorias de seguimiento. Deben estar acabadas para el 15 de noviembre.
05-11-2018	Memorias de seguimiento.	Lectura y análisis de la documentación relacionada con la Memoria: revisión de indicadores.
05-06-2019	Composición del SIGC. Área de Comunicación.	Modificación del SIGC con la incorporación de nuevos nombramientos para el curso 2019-20.
05-06-2019	Memoria de seguimiento del curso.	Análisis del informe enviado por la UCM, especialmente de las recomendaciones realizadas. Medidas a tomar para esas mejoras.
05-06-2019	Encuestas de calidad.	Análisis del resultado de las encuestas de calidad de los alumnos y del profesorado.
05-06-2019	Organización nuevo curso.	Repaso de aspectos para preparar el curso 2019-20: horarios, calendario, guías docentes, contratación profesorado, etc.

## 2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO

La eficaz coordinación entre la Comisión de Calidad y los demás órganos de gestión y seguimiento de cada titulación se asegura a través de las figuras del director de Grado y los coordinadores de curso, mediante un sistema tanto de coordinación vertical (del director del Área con el director del Grado y de este con los coordinadores de curso) como de coordinación horizontal (de cada coordinador con los profesores de su curso).

La gestión integral de la implantación de las tres titulaciones de Grado en Comunicación en el CES Villanueva así como su seguimiento, mejoras y adaptaciones, planteamiento de objetivos anuales y análisis de resultados, está encomendada a una Junta Directiva cuyas competencias se extienden de manera conjunta sobre las tres titulaciones de Grado. La coordinación vertical y horizontal que es común a las tres titulaciones se canaliza fundamentalmente a través de esta Junta Directiva, integrada por: director del Área de titulaciones de Grado en Comunicación, D.

Álvaro Niño del Portillo; directora del Grado en Publicidad y RR.PP., Dña. Marisa Sarget Tarifa; directora del Grado en Comunicación Audiovisual, Dña. Sofía López Hernández y director del Grado en Periodismo, D. Miguel Ángel Sánchez de la Nieta Hernández (hasta febrero de 2019) y D. Ernesto Villar Cirujano (desde marzo de 2019)

La Junta Directiva se reúne semanalmente y el director de grado con los coordinadores de forma quincenal, aunque el flujo de información y de trabajo es constante. La comunicación entre todos los agentes que forman parte de la organización y coordinación del grado es fundamental para el desarrollo académico y profesional de los estudiantes.

A continuación, se describe someramente el contenido de las reuniones que han tenido lugar en el curso 2018-2019 tanto para la coordinación vertical (CV) como para la horizontal (CH):

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
SEP. 2018	CV y CH: actividad académica, organización del curso, calendarios y asignaturas.	Preparación del curso de bienvenida e inauguración del nuevo edificio, claustros de profesores, actualización de guías docentes, actualización de altas y bajas de alumnos, calendario de exámenes y asignaturas, estructura, tutores y temas de TFG.
OCT. 2018	CV: nuevo edificio, actividad académica, promoción CH: análisis del comienzo de curso.	CV: Acto de inauguración del nuevo edificio, repaso de la memoria Verifica, lanzamiento de los TFG, retoques a las guías docentes, mejora de la coordinación director del grado-coordinador y coordinador-profesores, Erasmus, proyecto de agencia de comunicación Bambas, trabajo con Promoción. CH: estudio de las peculiaridades de los grupos de estudiantes, análisis de asistencia y rendimiento, valoración de las primeras impresiones de los profesores.
NOV. 2018	CV: actividad académica, memorias académicas, promoción. CH: estado de los TFG, revisión de evolución de los grupos de estudiantes.	CV: mejorar la metodología de los TFG, organizar la redacción de la memoria de cada grado, primeras gestiones para los Villanueva Showing Film Awards (VSFA), acciones a desarrollar con Promoción. CH: valoración de la evolución de los TFG con los tutores, seguimiento de cada curso y sus estudiantes.
DIC.2018-ENE. 2019	CV: actividad académica, mecanismos de admisión. CH: seguimiento y coordinación de exámenes. Juntas de docentes.	CV: resultados de grupos de discusión para mejorar las entrevistas de admisión, hacer pruebas de admisión distintas para cada grado, determinar contenidos comunes de las juntas de docentes. CH: atención a profesores y alumnos en los exámenes para asegurar el cumplimiento de los horarios establecidos. Organización de las juntas docentes por cursos.
FEB. 2019	CV: actividad académica, acciones de promoción. CH: balance del semestre.	CV: balance juntas de evaluación, preparación del Google Day en Periodismo, nueva normativa de las clases de inglés, balance de las sesiones en colegios. CH: balance del semestre por cursos, trabajo con estudiantes y reuniones individuales con profesores del primer semestre para ver áreas de mejora.
MAR.-ABR. 2019	CV: actividad académica, promoción. CH: análisis del comienzo del segundo semestre.	CV: feria AULA y talleres posteriores a alumnos interesados. Preparación de los tribunales de TFG. CH: análisis de las primeras valoraciones de los profesores y reuniones con los alumnos que se encuentren en situaciones más preocupantes.

		Seguimiento de los TFG con los tutores y preparación de la defensa de los mismos.
MAY. 2019	CV: promoción, acto de graduación, actividad académica. CH: valoración fin de semestre, exámenes y juntas docentes.	CV: preparación del acto de Graduación, encuestas de satisfacción de los alumnos, talleres de Promoción para junio, venias docendi, análisis del claustro, preparación contenido juntas docentes. CH: análisis y seguimiento a alumnos con muchos suspensos, organización y control de los exámenes para que se cumplan los horarios establecidos, preparación y convocatoria de juntas docentes.
JUN.-JUL. 2019	CV: promoción, acto de graduación, actividad académica. CH: cierre de curso.	CV: acto de Graduación, preparación de los nuevos horarios, fechas de exámenes y plantilla de profesores, acciones con Promoción para aumentar las entrevistas, talleres con colegios. CH: coordinación de los exámenes de la convocatoria extraordinaria, publicación de notas, estudio de casos particulares de alumnos y trabajo individualizado con profesores.

### 3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

El grado en Publicidad y Relaciones Públicas mantiene estable el número de profesores, siendo un total de 36 los que forman parte del claustro. Durante 2018-19 uno de los docentes contratados a tiempo parcial ha pasado a serlo a tiempo completo. Esto forma parte de la estrategia del CES Villanueva para ampliar el número de profesores con mayor dedicación.

Sin embargo, y a pesar de los esfuerzos en promover la investigación, el número de doctores y acreditados se encuentra ligeramente por debajo de los criterios establecidos. Cabe destacar que la mayor parte de la docencia recae sobre los profesores doctores y los acreditados.

La Dirección del CES establece este punto de mejora como una de sus prioridades para los próximos cursos.

**Tabla 1. Detalle de la estructura del personal académico del grado en Publicidad y Relaciones Públicas**

CATEGORÍA		NÚMERO DE PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
		Cantidad	% SOBRE EL TOTAL DEL Título	Cantidad	% sobre el Título
Profesores con dedicación a tiempo completo	Total	8	22%	84	33%
	Doctores	8	40%	64	40%
	Acreditados	5	63%	60	77%
Profesores tiempo parcial	Total	28	78%	174	67%
	Doctores	12	60%	96	60%
	Acreditados	3	38%	18	23%
TOTAL DE PROFESORES DEL TÍTULO	Total	36	100%	258	100%
	Doctores	20	56%	160	62%
	Acreditados <sup>1</sup>	8	44%	78	30%

Fuente: elaboración propia

El procedimiento y los protocolos implantados en el título para la evaluación de la calidad docente están basados en el programa Docentia, tal como este es aplicado en la Universidad Complutense. De él se han tomado como referencia la mayor parte de los cuestionarios,

<sup>1</sup> Calculado sobre el 50% de los profesores doctores requeridos.

indicadores y criterios de ponderación de los valores obtenidos en la evaluación final de cada profesor y del conjunto de la titulación.

	Curso auto-informe acreditación 2015-16	1º curso acreditación 2016-17	2º curso acreditación 2017-18	3º curso de acreditación 2018-19
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	46,3%	48,9%	44,4%	64,0%
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	63,4%	46,7%	20%	20%
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Los datos de participación en el programa de evaluación docente son muy positivos, habiendo registrado un incremento de más de 20 puntos porcentuales respecto al año anterior. Sin embargo, la tasa de evaluación se mantiene como el curso pasado. Esto se debe a que algunos profesores no completaron todos los cuestionarios. La Dirección toma nota de este hecho para incidir en ello durante los siguientes años.

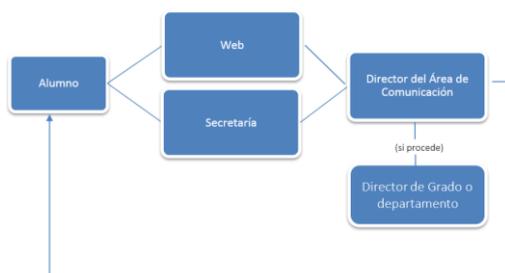
#### 4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

El procedimiento para canalizar las sugerencias, quejas y reclamaciones está previsto a través de dos mecanismos: la página web o presentación de una instancia en la Secretaría del área de Comunicación.

En ambos casos el procedimiento incluye la entrega de una copia de la queja o reclamación del alumno, así como un número de registro. Las quejas o reclamaciones se conservan en un archivo que a tal efecto fue creado en la Secretaría del centro. Las quejas o reclamaciones llegan al Director del Área de Comunicación, que es el encargado de distribuir las a los directores de grado a los que afecte el contenido de la queja o reclamación.

En función de la naturaleza de sus contenidos la respuesta al alumno se realiza por el propio Director del Área o por el Departamento afectado. En el registro contenido en la secretaría se incluye también la fecha en que se respondió al alumno, así como el modo y los contenidos de la respuesta.

**Gráfico 1. Sistema de recogida de sugerencias, quejas y reclamaciones.**



Fuente: elaboración propia

Durante el curso 2018-19 se han presentado en secretaría un total de 18 instancias, 15 menos que el año anterior. Se ha registrado una sugerencia de varios estudiantes para incluir clases de

inglés en el horario de mañana. Se trata de una petición relacionada con temas extracurriculares ya que son clases que el CES Villanueva ofrece como parte de la formación complementaria de los alumnos y, por tanto, tiene lugar fuera del horario de las asignaturas de grado.

El resto de instancias se refieren, como en cursos anteriores, a peticiones relacionadas con el proceso de matriculación o con la coincidencia de exámenes. Todas ellas fueron resueltas en un plazo inferior a 72 horas.

Tabla 2. Quejas, reclamaciones y sugerencias de los alumnos en el curso 2018/2019

PUBLICIDAD	
Quejas o reclamaciones de carácter académico: <b>referidas a exámenes</b>	7
Quejas o reclamaciones de carácter académico: <b>problemas relacionados con la matriculación</b>	7
<b>Sugerencias</b>	1
<b>Otros asuntos</b>	3

Fuente: elaboración propia a partir de datos internos del CES Villanueva

## 5. INDICADORES DE RESULTADO

### 5.1 Indicadores académicos y análisis de los mismos

#### INDICADORES DE RESULTADOS

<small>*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid</small>	Curso auto-informe acreditación 2015-16	1º curso acreditación 2016-17	2º curso acreditación 2017-18	3º curso acreditación 2018-19
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	60	60	60	60
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	32	37	29	53
ICM-3 Porcentaje de cobertura	53,3%	61,7%	48,3%	88,3%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	88,2%	88%	92,5%	88,7%
ICM-5 Tasa de abandono del título	10,8%	9,4%	2,6%	4,1%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	93,17%	91,74%	93,5%	93,9%
ICM-8 Tasa de graduación	77,2%	74,0%	76,1%	82,9%
IUCM-1 Tasa de éxito		90,8%	95,1%	91,3%
IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción		No procede	No procede	No procede
IUCM-3 Tasa de demanda del grado en		No procede	No procede	No procede

segunda y sucesivas opciones				
ICUM-4 Tasa de adecuación del grado		No procede	No procede	No procede
IUCM-5 Tasa de demanda del máster		No procede	No procede	No procede
IUCM-16 Tasa de evaluación del título		96,9%	97,3%	97,1%

El indicador ICMRA-2 no se incluye en la presente memoria porque, tal y como se indica en el “guía de interpretación para el cálculo de indicadores”, solo es “obligatorio para la Renovación de la Acreditación”.

**a) Tasa de cobertura**

Tras unos cursos con una tendencia a la baja, en 2018-19 la tasa de cobertura alcanza un 88%. Esto supone un crecimiento del 83% respecto al curso anterior. Se han tomado numerosas iniciativas que han coadyuvado a este incremento. De entre todas ellas cabe destacar la creación de un diploma en Organización de Eventos que es complementario al grado. Este diploma aporta contenidos que amplían los conocimientos de los estudiantes y, por tanto, las salidas profesionales.

**b) Tasa de rendimiento y eficiencia**

En ambos casos los resultados se mantienen similares al curso anterior. El CES Villanueva posee unos mecanismos de información y atención al alumno que permiten un seguimiento individualizado de su rendimiento académico.

**c) Tasa de abandono**

La tasa de abandono ha registrado un leve incremento, pero se mantiene en datos notablemente inferiores a otros años. El abandono, en la mayoría de los casos, a que los estudiantes se cambian a otro grado. En todos los casos el alumno ha estado asesorado en la toma de decisiones y en el proceso académico y administrativo posterior.

**d) Tasas de graduación**

Durante el curso 2018-19 los resultados en tasa de graduación han mejorado casi 7 puntos porcentuales respecto al anterior. Este dato, además de ser muy positivo (el 82,9% de los alumnos se gradúan en el tiempo estimado), se encuentra por encima de los datos aportados en la memoria de Verificación (entre 55 y 60%).

**5.2 Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).**

El índice de satisfacción alumnos y profesores no solo es muy positivo si no que ha mejorado frente al curso anterior. Por el contrario, la satisfacción del PAS del centro ha registrado un notable descenso:

	Curso auto-informe acreditación 2015-16	1º curso acreditación 2016-17	2º curso acreditación 2017-18	3º curso acreditación 2018-19
IUCM-13	7,3	7,8	8,0	8,7

Satisfacción de alumnos con el título				
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	8,4	9,0	8,0	9
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	9,3	8,3	9,0	7,2

En los siguientes apartados se realizará un análisis pormenorizado de cada uno de los ítems que se valoran en los cuestionarios de calidad.

#### a) Estudiantes

A lo largo del curso los estudiantes deben completar tres tipos diferentes de encuestas (excepto los alumnos de cuarto que tienen una más sobre la satisfacción general del grado), todas ellas on-line.

- **Evaluación de cada profesor por separado.** Este proceso se realiza dos veces cada curso, una al terminar el primer cuatrimestre, para los profesores que han impartido docencia en el mismo, y otra al finalizar el segundo.

Tabla 3. Evaluación del profesorado por parte de los alumnos y tasa de participación.

	MEDIA	TASA DE PARTICIPACIÓN
PRIMERO	4,3	68,5%
SEGUNDO	4,5	44,8%
TERCERO	4,3	46,9%
CUARTO	4,4	35,2%

\*Escala 1 a 5

Fuente: encuesta de calidad docente

Se registran variaciones muy sensibles y poco significativas respecto al curso anterior. El nivel satisfacción de los alumnos se mantiene en el 4,5. Cifra que se alcanzó en 2018-19 (concretamente un 4,4) como resultado de la mejora que se llevó a cabo en los mecanismos de coordinación docente.

Los datos de participación son notablemente más bajos. La dirección del grado establecerá este punto como una mejora para el siguiente año.

- **Cuestionario de satisfacción con el Grado** a final de cada curso. En general la satisfacción de los alumnos con los recursos también es adecuada. Todos los ítems han mejorado sensiblemente su calificación.

Al igual que en el apartado anterior, los datos se mantienen estables año a año y los resultados, a nivel general, son positivos.

Se ha registrado una mejora de dos décimas en los siguientes aspectos: contenidos, metodología, información pública y canales de quejas y sugerencias. Por tanto, se sigue mejorando en la satisfacción de los estudiantes, aunque es un proceso lento debido a los altos niveles de partida.

Cabe indicar que hay un ítem que, a pesar del esfuerzo que se ha realizado desde la coordinación vertical y horizontal, no mejora: la percepción del aprovechamiento de las tutorías por parte de los estudiantes. Si bien el dato registrado no es malo, la dirección del grado busca una mejora como parte de sus criterios de excelencia.

**Tabla 4. Resultados cuestionarios de satisfacción con el Grado.**

	MEDIA
<b>INFORMACIÓN GENERAL DE LAS ASIGNATURAS</b>	
Grado de utilidad de las tutorías presenciales	3,7
Los contenidos de las asignaturas están organizados	4,2
Metodología docente del profesorado	4,2
<b>RECURSOS DOCENTES</b>	
Instalaciones para impartir la docencia (aulas de clase, salas de estudio)	3,9
Información disponible en la WEB del Centro	4,2
Canales para realizar quejas y sugerencias	3,6

\*Escala 1 a 5

Fuente: encuesta de satisfacción de Grado

- **Cuestionario de valoración de los servicios** facilitados por el Centro q también se realiza al finalizar el curso. Los servicios ofrecidos (informática, biblioteca, etc.) se hacen de forma común a todos los estudiantes del CES y, por tanto, sirven de apoyo a la titulación. Los datos correspondientes al curso 2018-19 son positivos ya que, por un lado, son cifras altas y, por otro, se mantienen estables en el tiempo (con un crecimiento de una décima). La mejora que más destaca es la correspondiente a extensión universitaria. Los servicios como teatro, deportes, voluntariado, etc. han incrementado su oferta y la información y atención ofrecida a los alumnos.

**Tabla 5. Valoración de la calidad de los servicios.**

	1º	2º	3º	4º	Media
Servicio de Informática	4,1	4,5	4,1	4,1	4,2
Biblioteca	4,3	4,5	4,1	4,3	4,3
Extensión Universitaria	3,9	4,2	3,4	3,6	3,8
Secretaría de Alumnos	4,4	4,6	3,8	4,2	4,3

\*Escala 1 a 5

Fuente: encuesta de calidad de los servicios y extensión universitaria

- **Cuestionario fin de estudios** que completan los alumnos al acabar el grado. El objetivo es valorar su satisfacción global con la titulación. La mejora de los datos recabados es tan notable que se ha incorporado una columna respecto al año pasado para facilitar el análisis comparativo entre un curso y otro. Los niveles más elevados se registran en torno a dos conceptos: la figura de los tutores y la formación académica. En ambos casos se trata de dos ítems que forman parte de la identidad, visión y misión del CES Villanueva. La alta valoración de la figura del tutor, de algún modo, contradice la baja percepción de los estudiantes que se registra en los cuestionarios de cada curso. Probablemente sea ítem que, al analizarlo con la perspectiva de los cuatro años del grado, se valora más.

**Tabla 6. Satisfacción global con la titulación.**

	MEDIA	
	2017-18	2018-19
¿En qué grado siente cumplidas sus expectativas respecto a los estudios que ha terminado?	3,5	4,2
¿Cuál es su nivel general de satisfacción respecto al profesorado que le ha impartido docencia?	3,7	4,4

¿Cuál es su nivel general de satisfacción respecto a los seminarios y actividades complementarias a las que ha asistido?	3,3	3,8
¿Cuál es su nivel general de satisfacción respecto a los medios e instalaciones que ha utilizado?	3,8	3,8
¿Considera que ha sido preparado para el ejercicio profesional?	3,5	4,3
¿Le ha sido de utilidad para su formación académica disponer de tutores y asesores?	2,9	4,1
¿La formación recibida le ha estimulado a continuar con su mejora personal?	3,7	4,3

\*Escala 1 a 5

Fuente: encuesta de fin de estudios

## b) Profesorado

El proceso de evaluación del profesorado se desarrolla en tres pasos fundamentales:

- **Cuestionarios de autoevaluación docente** (dos) de cada profesor, completados igualmente por estos al final de cada cuatrimestre, junto con el de satisfacción. Todos ellos están alojados en la intranet del profesor. La coordinación de su activación y cumplimentación recae en los coordinadores de curso.
- **Cuestionario de evaluación del Área/Departamento**, completados al final del curso a partir tanto de la información contenida en los cuestionarios precedentes, como de información adicional, siguiendo los modelos y formatos indicados. La persona responsable de este proceso es el Director del Área de Comunicación en la que se enmarca la titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- **Informe final de Centro** y generación de un documento online para cada profesor con indicación de los resultados obtenidos por asignatura y curso. Este documento se completa con un certificado, extendido bajo petición, en el que los resultados obtenidos son trasladados a un valor numérico en una escala 1-5 y sellado por el centro. La totalidad de este proceso recae en la Directora de Calidad del CES Villanueva.

Los resultados obtenidos sobre la satisfacción del profesorado, un curso más, son muy satisfactorios (8,6 sobre 10). Hay dos ítems que registran un incremento por encima del medio punto respecto al año pasado: las metodologías docentes y el aprovechamiento de las tutorías por parte de los alumnos. El primer caso se debe en gran medida a los seminarios de formación para el profesorado organizados por Dirección Académica en torno a la aplicación de nuevas metodologías docentes. El aprovechamiento de las tutorías por parte de los estudiantes, aun siendo un dato mejorable, registra un notable incremento gracias al trabajo previo de planificación de los profesores y de coordinación por parte de la coordinación del área.

El aspecto que se valora menos respecto al ejercicio anterior es la organización de los horarios, quizá debido a la dificultad de satisfacer la demanda de horas específicas para impartir clases. El CES Villanueva cuenta con un claustro bastante amplio y coordinar todos los horarios en función de las necesidades de cada profesor no siempre es fácil.

**Tabla 7. Satisfacción del profesorado de Publicidad y Relaciones Públicas.**

	Media
1. Su formación académica tiene relación con la/s asignatura/s que imparte	9,7
2. Fondos bibliográficos para el estudio	8,8
3. Se tiene en cuenta la formación del profesor en la asignación de docencia	9,4
4. Distribución de la carga docente entre clases teóricas y prácticas	8,6
5. Metodologías docentes	9,2
6. Mecanismos de coordinación de esta Titulación	9,1

7. Apoyo del Centro en las tareas de gestión de la actividad docente	8,7
8. Instalaciones y recursos didácticos para impartir la docencia	9,1
9. Aprovechamiento de las tutorías por los/as alumnos/as	6,6
10. Grado de implicación del alumnado	7,1
11. Utilidad del Campus Virtual para la actividad docente	8,6
12. Colaboración del PAS	8,0
13. Organización de los horarios docentes de las diferentes asignaturas	8,9
14. Satisfacción con la actividad docente desarrollada	9,3
<b>VALORACIÓN MEDIA</b>	<b>8,6</b>

\*Escala 1 a 10

Fuente: encuesta de satisfacción del profesorado

### c) Personal de Administración y Servicios (PAS)

Dadas las dimensiones del centro, excepto para servicios muy específicos, el PAS es compartido por las diferentes titulaciones.

La encuesta anual realizada a finales del curso 2018/19 arroja unos datos de satisfacción inferiores a años anteriores, registrando un descenso de casi dos puntos. Los ítems que más destacan en esta valoración son los relacionados con la formación que reciben por parte del CES. Internamente se está produciendo un cambio de sistemas operativos y en los procesos de gestión que probablemente han hecho que quede constatada la necesidad de formación específica.

Desde la Dirección del CES se realizará un estudio pormenorizado con el fin de mejorar las condiciones y esta percepción del PAS.

### d) Agentes externos:

En el curso 2017/18 se incluyó un cuestionario de satisfacción para el Agente Externo, de acuerdo a la recomendación del Informe de seguimiento correspondiente al curso 2015-16. Los resultados para 2018/19 son muy positivos y destaca la siguiente valoración realizada por el Agente Externo: “La comisión de calidad del Centro desarrolla su trabajo de manera objetiva y centrada en conseguir los objetivos de calidad propuestos en la memoria”.

**Tabla 8. Satisfacción del Agente Externo de Publicidad y Relaciones Públicas.**

	Valoración
Metodología de Trabajo de la Comisión de Calidad (convocatoria, funcionamiento, procedimiento de toma de decisiones, etc.)	9
Participación en la toma de decisiones que afectan a la evolución de la Titulación	8
Desarrollo y evolución de los Títulos en los que usted participa como agente externo	9
Satisfacción global con la actividad desarrollada en la Comisión de Calidad	9

\*Escala 1 a 10

Fuente: encuesta de satisfacción del Agente Externo

### **5.3 Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.**

El CES Villanueva establece el siguiente proceso para la obtención de información sobre los egresados: durante un mes se hacen cuatro envíos, uno cada diez días, a través del correo electrónico con un cuestionario en el que se preguntan aspectos como la situación laboral actual, tipo de contrato, satisfacción con la formación recibida, etc. Con el fin de llegar a la mayor muestra posible, se hace un último contacto por teléfono.

El 95% de los egresados en 2016/17 se encuentra trabajando. De ellos, más del 80% está en empresas que desempeñan una actividad relacionada con sus estudios. Los datos tan positivos se deben al esfuerzo del CES Villanueva en la búsqueda y consecución de convenios de prácticas, en el asesoramiento de los estudiantes, así como en su orientación profesional.

Poco son los egresados que siguen estudiando, apenas el 10%. Cabe destacar que la mayoría lo hace en torno a conceptos digitales. Este dato resulta importante para establecer los intereses y demandas profesionales de los egresados, así como para ofrecer información y formación adecuada a ello.

#### **5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.**

El CES Villanueva cuenta con una Oficina Internacional dentro de la cual hay un coordinador para los Grados de Comunicación (Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo y Comunicación Audiovisual), Dña. Irene Donate.

Los **convenios Erasmus** se han mantenido igual respecto al curso anterior, existiendo cuatro específicos para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: Aarhus School of Business (Dinamarca), Universidad La Sorbona-Celsa (Francia), Glasgow Caledonian University (Reino Unido) y Università Cattolica Del Sacro Cuore (Italia).

Del mismo modo, se mantienen los **programas de movilidad propios** del CES Villanueva con las siguientes universidades: Universidad Panamericana de México Guadalajara (México), Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina), Universidad Casa Grande (Ecuador), Universidad de La Sabana (Colombia), Universidad de Montevideo (Uruguay) y Universidad de Los Andes (Chile).

En el curso 2018-2019 cursaron estancias bajo convenios:

- Erasmus: cuatro alumnos de tercero y cinco de cuarto.
- Convenios propios: dos alumnos de tercero.

Se trata pues de una cifra de participación notablemente superior a la de años anteriores debido a las mejoras realizadas en los mecanismos y canales de información habilitados a tal efecto. Todo ello es la consecución de otro de los objetivos más importantes del CES Villanueva: la internacionalización.

El índice medio de satisfacción es de 3,5 sobre 5. Sin embargo, este dato es común para los alumnos de todos los grados del CES y no se puede desglosar. Asimismo, la tasa de participación en la encuesta ha sido muy baja: cuatro estudiantes. Ambos aspectos quedan para su revisión en el curso 2019/20.

#### **5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.**

Las prácticas externas son extracurriculares y, por tanto, los estudiantes las realizan de forma voluntaria. El CES dispone de un departamento específico que asesora y ayuda a los alumnos en la consecución de sus prácticas. Esto se debe a que uno de los objetivos primordiales de la institución es facilitar a los estudiantes el acceso a su primer empleo. La situación laboral del sector publicitario hace que sea imprescindible tener una experiencia previa. Por ello, se anima a los alumnos a que realicen prácticas externas desde tercero.

El trato directo y constante con los estudiantes es clave para el correcto funcionamiento del departamento: se trata de conocer individualmente las habilidades, capacidades y preferencias para poder asesorar y buscar puestos que se adecúen a las necesidades de cada alumno. Además de las entrevistas personales, se organizan sesiones con responsables de recursos humanos que les enseñan cómo hacer un curriculum vitae, entrevistas de trabajo, etc.

Una vez el alumno tiene asignadas unas prácticas, el CES Villanueva y la empresa contratante deben designar un tutor que haga un seguimiento del estudiante con el fin de contribuir a un mejor desarrollo profesional.

En 2018/19 el 100% de los estudiantes de tercero y cuarto que solicitaron prácticas las tuvieron. A continuación se detallan los datos correspondientes a cada curso:

- Tercero: 32 matriculados – 40 prácticas firmadas. Esos datos indican que algunos alumnos repitieron en varias ocasiones a lo largo del curso.
- Cuarto: 36 matriculados – 13 prácticas firmadas. A pesar de la recomendación, la mayoría de los alumnos de cuarto optaron por no hacer prácticas.

El 81% de todas las prácticas tuvieron ayuda al estudio.

Se trata pues de datos muy favorables que quedan reflejados en la tasa de satisfacción de los estudiantes con el departamento de Prácticas Profesionales: alcanza una media de 4 puntos sobre cinco.

Durante el último año se firmaron y/o renovaron un total de 148 convenios para el área de Comunicación. Todo ello corresponde al esfuerzo que hace el CES por crear oportunidades profesionales para sus estudiantes. Los alumnos del grado en Publicidad y Relaciones Públicas tienen acceso a grandes agencias de publicidad, medios y departamentos de comunicación de compañías como Publicis, McCann, Tapsa Young and Rubicam, Grey, Ogilvy, Weber & Shandwick, Bungalow 25, Arista, Agencia 71, Indie PR, M&C Saatchi, Hito Studio, Aftershar, Wasabi, Mediacom, MEC, Advertising, APCP, Future Brand, Kimomi, Omnicom Group, Mindshare, Venues Place, Citibox, Axflow, Brintia, Teatro Real, Peeptoes, Calvin Klein, Pepe Jeans, Bell & Ross, Wynot, Manos Unidas, Vodafone, Hotel Santo Mauro, Iberdrola, Zintia, Zinet, Twittr, etc.

6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.

**6.1 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación del Título, realizado por la Agencia externa.**

No procede.

**6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las Advertencias y las Recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título realizado por la Agencia externa.**

No procede.

**6.3 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del Título.**

A continuación, se detallan los aspectos que la Oficina para la Calidad de la UCM indicó en el último Informe de Seguimiento del título y las acciones llevadas a cabo:

- **Análisis de los resultados de inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida (cumple parcialmente): se recomienda actualizar los datos.**  
Los datos han quedado actualizados en la página web y otros mecanismos de información a alumnos y futuros alumnos.

- **Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del título (cumple parcialmente).** Las acciones que proponía la Oficina para la Calidad de la UCM en su informe del curso 2016-17 no se pudieron incluir en la anterior memoria porque llegaron de forma posterior a la redacción y presentación de la misma.

Las recomendaciones que se hicieron eran fundamentalmente para la mejora del contenido de la web (criterios de admisión, planificación de la enseñanza y programas de movilidad). En todos los casos se han completado la información de acuerdo a los parámetros que se establecían en la memoria.

También se recomendaba hacer un análisis pormenorizado de la estructura y características del profesorado que ya se incluyó en la memoria de 2017/18 y en el presente documento.

**6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteada en la última Memoria de Seguimiento a lo largo del curso a evaluar.**

Las acciones de mejora que se planteó el CES Villanueva en la Memoria de Seguimiento del curso 2018/19 fueron fundamentalmente las siguientes:

- **Profesorado:** mejorar los datos relativos a categorías académicas y las tasas de participación en los cuestionarios de calidad docente. Se ha mejorado el programa de formación para docentes con el fin de compartir las áreas de conocimiento, investigaciones y publicaciones que se están llevando a cabo durante el curso. El objetivo es promover la investigación como aportación de la universidad a la sociedad y a los alumnos.
- **Tasa de cobertura:** incrementar el número de alumnos de nuevo ingreso. Para ello se realizó una revisión del contenido de las asignaturas para actualizarlo de acuerdo a las necesidades del sector. Asimismo, tras un análisis en profundidad de la competencia, se creó un diploma complementario en organización de eventos que ofrece un claro valor diferencial.
- **Nivel medio de satisfacción de fin de estudios:** los ítems peor valorados fueron el aprovechamiento de las tutorías por parte de los estudiantes y extensión universitaria. Para mejorar estos índices de satisfacción se ha puesto más esfuerzo en la formación de alumnos y profesores sobre la utilidad de las entrevistas personal. No en vano lo ha mejorado la percepción de los profesores sobre el aprovechamiento de las tutorías por parte de los estudiantes, así como la percepción de la ayuda que suponen los tutores (recogida en los cuestionarios de fin de estudios). En cuanto a la extensión universitaria, se han mejorado los canales de información y las actividades ofertadas. Se ha registrado un ligero repunte en la satisfacción de los alumnos.
- **Programas de movilidad:** bajo número de convenios específicos de Publicidad. Si bien se ha mantenido el mismo número de convenios, se ha promovido la participación de los alumnos de Publicidad como estudiantes globales de Comunicación. Se han registrado los datos de participación en estos programas más altos de los últimos años.

**6.5 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de la Renovación de la Acreditación del título, realizado por la Agencia externa para la mejora del Título.**

No procede.

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

**7.1 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación ordinario.**

No procede.

**7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación abreviado.**

No procede.

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

Memoria anual de seguimiento del GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CENTRO DE ENSEÑANZA SUPERIOR VILLANUEVA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>Análisis de la fortaleza*</b>	<b>Acciones para el mantenimiento de las fortalezas</b>
<b>Estructura y funcionamiento del SGIC</b>	El Grado dispone de un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) adecuado y eficiente que permite obtener información para la toma de decisiones e incluye procedimientos para la evaluación t mejor de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.	Ver apartado 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener la frecuencia de las reuniones de la Comisión de Calidad.</li> <li>- Buscar un alumno representante para el próximo curso (la estudiante de la comisión se gradúa en 2018/19).</li> <li>- Generar un flujo de información entre la Comisión y el resto de agentes implicados para fomentar el trabajo en equipo y la mejora de todos los procesos académicos y docentes.</li> </ul>
<b>Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación</b>	Los mecanismos de coordinación vertical y horizontal funcionan correctamente facilitando la transmisión de información descendente y ascendente, así como la toma de decisiones de acuerdo a las necesidades reales del grado y de sus alumnos.	Ver apartado 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener y reforzar la regularidad de las reuniones periódicas tanto entre los directores de grados como de estos con los coordinadores de curso.</li> <li>- Poner especial atención en los documentos y actas de trabajo que permitan hacer un seguimiento sistematizado de todas las propuestas de mejora.</li> <li>- Fomentar las reuniones entre profesores del mismo curso y/o áreas de conocimiento para fomentar la innovación docente, la coordinación de contenidos y la atención de los alumnos.</li> </ul>
<b>Personal académico</b>	Incremento profesores contratados a tiempo completo.  Notable mejora en la tasa de participación en el programa de Evaluación Docente.	Ver apartado 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reforzar una política de contrataciones que permita tener más docentes a tiempo completo con el fin de tener una mayor vinculación con la institución y los estudiantes.</li> <li>- Seguir haciendo partícipes a los profesores de la importancia de participar en el Programa de Evaluación docente y de la utilidad de los datos extraídos.</li> </ul>
<b>Sistema de quejas y sugerencias</b>	No se detectan quejas o sugerencias más allá de las solicitudes de cambios de matrícula o fechas de exámenes. Se han registrado 18 menos que en el cursos anterior y se responden en un plazo no superior a las 72 horas.	Ver apartado 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener el sistema de atención al alumno que permite recoger las peticiones y sugerencias a través de las tutorías personalizadas, pero tratando de canalizarlas a través de los mecanismos habilitados a tal efecto.</li> <li>- Coordinar los procesos de matriculación así como la notificación de plazos y requisitos para continuar facilitando el proceso a los estudiantes.</li> </ul>
<b>Indicadores de resultados</b>	Mejora notable del porcentaje de cobertura.  Incremento de la tasa de graduación.	Ver apartado 5.1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer una revisión y actualización periódica de los contenidos de las asignaturas para que se adecúen a la realidad profesional.</li> <li>- Analizar los movimientos del mercado publicitario, así como de las universidades competidoras para ofrecer una formación completa en el Diploma de Organización de Eventos.</li> <li>- Fomentar el seguimiento personalizado de los estudiantes que coadyuva a mejorar su rendimiento académico.</li> </ul>

Memoria anual de seguimiento del GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CENTRO DE ENSEÑANZA SUPERIOR VILLANUEVA

<b>Satisfacción de los diferentes colectivos</b>	Mejora de la satisfacción de profesores y alumnos. Mejora valoración extensión universitaria. Incremento notable en la satisfacción de fin de estudios.	Ver apartado 5.2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener los mecanismos de coordinación vertical y horizontal para seguir mejorando en la satisfacción de alumnos y profesores.</li> <li>- Aumentar la oferta de actividades extracurriculares que ayudan a generar vida universitaria.</li> <li>- Promover la atención personalizada no solo a los alumnos sino también a los profesores y egresados.</li> </ul>
<b>Inserción laboral</b>	Excelentes datos de inserción laboral.	Ver apartado 5.3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuar trabajando en la generación de actividades formativas para egresados.</li> <li>- Fomentar la comunicación y el establecimiento de redes de trabajo.</li> <li>- Potenciar el crecimiento y desarrollo de la asociación de antiguos alumnos.</li> </ul>
<b>Programas de movilidad</b>	Mayor participación de los estudiantes en los programas de movilidad.	Ver apartado 5.4.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reforzar las políticas de expansión internacional a través de la creación de nuevos convenios de movilidad con otras universidades.</li> <li>- Trabajar en el desarrollo de los canales de información y documentación para seguir promoviendo la participación de los alumnos en estos programas.</li> </ul>
<b>Prácticas externas</b>	Renovación y firma de 148 convenios de prácticas en el Área de Comunicación. 100% de estudiantes que solicitan prácticas externas las consiguen. Alumnos que hacen más de una práctica a lo largo del año.	Ver apartado 5.5.	Continuar con los procesos de atención, asesoramiento y seguimiento de los estudiantes para facilitarles el acceso a prácticas externas adecuadas a su perfiles e intereses profesionales.
<b>Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación</b>	Los informes recibidos destacan positivamente los siguientes ítems: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departamento de Prácticas y Orientación Profesional.</li> <li>- Instalaciones para la docencia.</li> <li>- Perfil profesional del profesorado.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuar con los procedimientos que sigue el Departamento de Prácticas en cuanto a la atención de alumnos y la creación de nuevos convenios de colaboración con empresas.</li> <li>- Mantenimiento, mejora y creación de espacios para el trabajo en grupos y el estudio de los alumnos.</li> <li>- Desarrollo de los perfiles académicos de los profesores del grado fomentando los grupos de investigación.</li> </ul>

9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA

**9.1 Relación de los puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, elementos del sistema de información del SGIC que ha permitido su identificación y análisis de las causas.**

**9.2 Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar**

Memoria anual de seguimiento del GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CENTRO DE ENSEÑANZA SUPERIOR VILLANUEVA

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Estructura y funcionamiento del SGIC							
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación							
<b>Personal Académico</b>	Número de doctores y acreditados por debajo de los criterios establecidos.	El CES Villanueva, dado el carácter y el contenido del grado en Publicidad, ha optado por la contratación de profesores con perfiles profesionales.	Establecer reuniones conjuntas con profesores de las mismas áreas de conocimiento para fomentar la investigación y la publicación. Fomentar la participación en grupos de investigación y en congresos. Buscar perfiles con un doble perfil académico y profesional		Directora de Calidad del CES Villanueva y Junta Directiva	Curso 2019-20	En proceso
<b>Sistema de quejas y sugerencias</b>	Ausencia de sugerencias.	Dado el contacto directo entre alumnos y profesores, este sistema no se utiliza para realizar sugerencias porque ya se transmiten y se recogen personalmente.	Fomentar el uso de los canales establecidos también para transmitir las sugerencias de mejora.		Directora del grado y coordinadores de curso.	Curso 2019-20	En proceso
<b>Indicadores de resultados</b>	Incremento de la tasa de abandono.	Leve incremento respecto a años anteriores probablemente relacionado con el aumento de alumnos de nuevo ingreso. <b>Ver apartado 5.1.</b>	Reforzar los mecanismos de seguimiento y asesoramiento de los alumnos.	ICM-5: 4,1%	Directora del grado y coordinadores de curso.	Curso 2019-20	En proceso
<b>Satisfacción de los diferentes colectivos</b>	Baja participación de los alumnos y aprovechamiento de las tutorías.	Los alumnos se enfrentan a multitud de cuestionarios de calidad docente y, por eso, la tasa de participación es baja.	Fomentar la participación de los estudiantes en los cuestionarios.	IUCM-15: 7,2	Directora del grado y coordinadores de curso.	Curso 2019-20	En proceso

Memoria anual de seguimiento del GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CENTRO DE ENSEÑANZA SUPERIOR VILLANUEVA

	Descenso satisfacción del PAS.	Se han producido cambios en programas informáticos y procesos de trabajo que han provocado que el PAS demande formación específica. <b>Ver apartado 5.2.</b>	Formar e informar a alumnos y profesores sobre la utilidad de las tutorías presenciales. Analizar las peticiones y condiciones del PAS. Crear programas de formación para el PAS.		Junta Directiva CES Villanueva.		
<b>Inserción laboral</b>							
<b>Programas de movilidad</b>	Cuestionarios programas de movilidad comunes a todos los grados. Baja participación. Bajo número de convenios específicos para Publicidad	Se ha realizado un único cuestionario para todos los alumnos del CES Villanueva. Poca participación debido a que deben rellenar muchos cuestionarios. Muchas de las universidades extranjeras ofrecen grados genéricos en Comunicación, haciéndose complicado generar acuerdos específicos para el grado. <b>Ver apartado 5.4.</b>	Crear cuestionarios específicos para cada grado. Promover la participación de los alumnos en los cuestionarios haciéndoles partícipes de la utilidad que tienen los resultados en los planes de mejor. Fomentar la visión de los alumnos como estudiantes globales de Comunicación.		Junta Directiva, departamento de Calidad y Oficina Internacional	Curso 2019-20	En proceso
<b>Prácticas externas</b>	Baja demanda de prácticas externas por parte de los alumnos de 4º.	Los alumnos de cuarto pusieron más interés superar el curso y en la elaboración del TFG.	Reforzar el seguimiento a los estudiantes insistiendo en la importancia de tener experiencias profesionales a través de las prácticas externas.		Directora de grado, coordinador de curso y departamento de Prácticas y Orientación Profesional	Curso 2019-20	Realizado
<b>Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación</b>	Perfil del profesorado Tasa de cobertura Nivel satisfacción fin de estudios Programas de movilidad	Los datos de profesorado y la tasa de cobertura no alcanzaban los niveles exigidos. Baja valoración del aprovechamiento de las tutorías y de extensión universitaria.	Trabajar en la adecuación de los perfiles académicos de los profesores. Mejorar la oferta académica de acuerdo a las necesidades del mercado profesional. Aumentar las actividades extracurriculares.		Junta Directiva del CES y del área de Comunicación, directora de grado.	Curso 2019-20	Realizado

Memoria anual de seguimiento del GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CENTRO DE ENSEÑANZA SUPERIOR VILLANUEVA

	Información pública del grado	Pocos convenios de movilidad específicos para el grado en Publicidad. Ausencia y falta de actualización de algunos datos en la web. <b>Ver apartados 6.4. y 6.3.</b>	Actualizar todos los contenidos de acuerdo a las indicaciones del Informe de Seguimiento 2017-18.				
--	-------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

MEMORIA APROBADA POR:



La Dirección del Área de Comunicación y la Oficina de Calidad  
14 noviembre de 2019