

RESULTADOS DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CON LA TITULACIÓN

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2023-2024



ESTUDIANTES

*Resultados de las Encuestas de
Satisfacción con la Titulación*

Curso 2023-2024



OFICINA para la CALIDAD

Vicerrectorado de Calidad
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

CURSO: 2023-24

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Población N

626

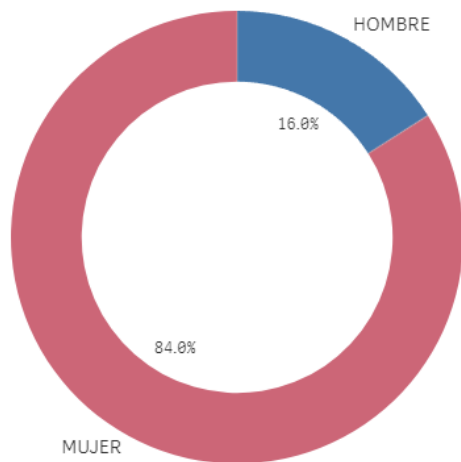
%_Participacion

15,0%

Participación n

94

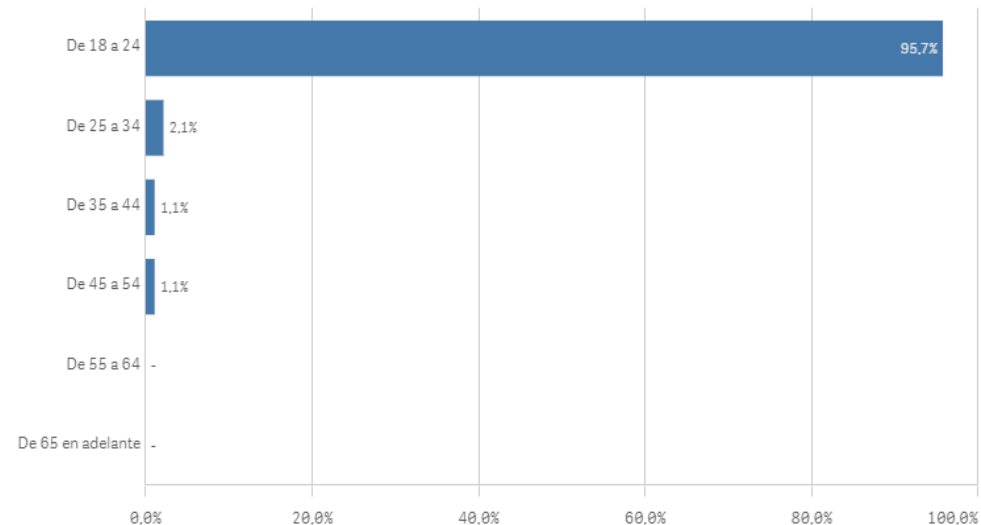
Genero



■ HOMBRE ■ MUJER

Edad (años)

(%) Porcentaje por franjas



Edad media (años)

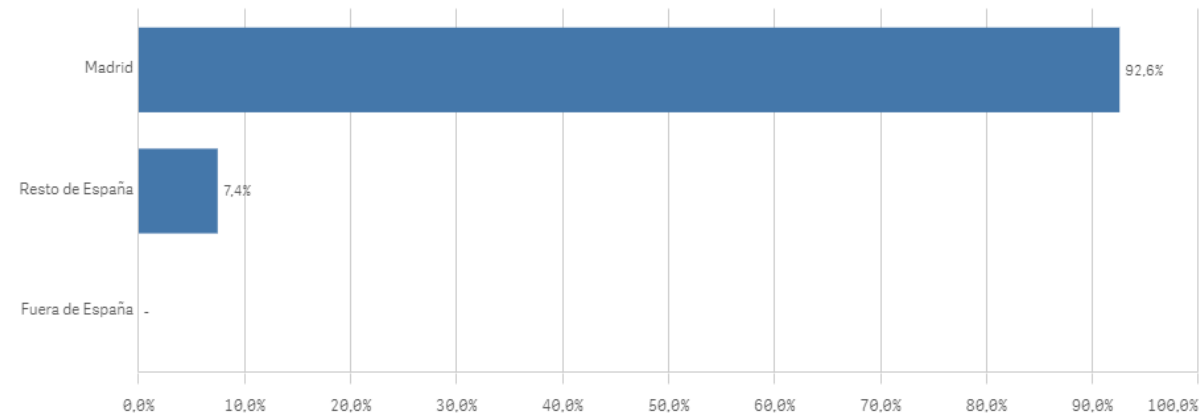
20,9

Des. Típica

4,0

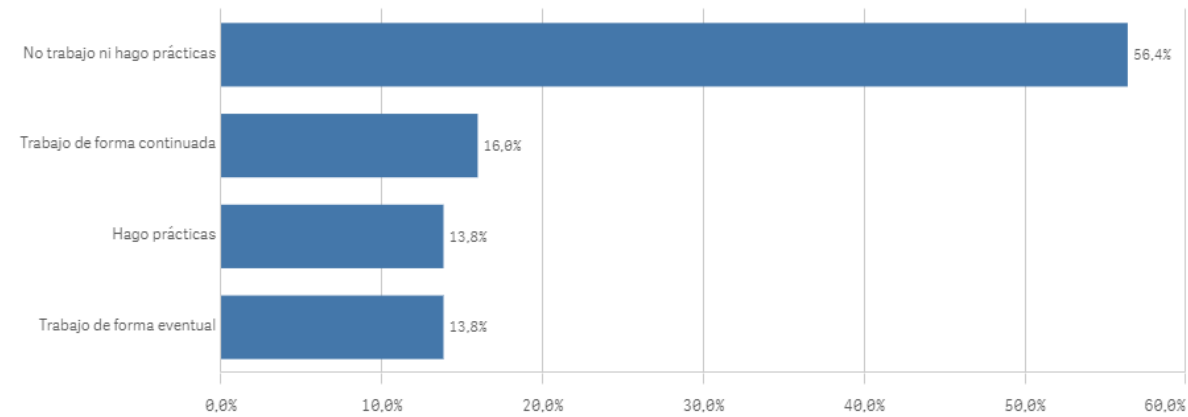
Lugar de residencia

(%) Porcentaje por franjas

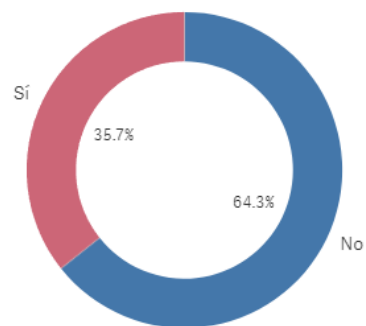


Situación laboral

(%) Porcentaje por franjas

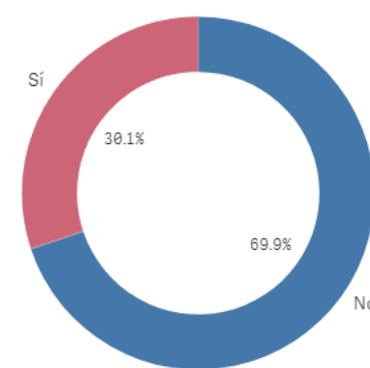


Puesto de trabajo relacionado con los estudios



TrabajoEstudio ■ No ■ Sí

Alumnos inscritos en la OPE

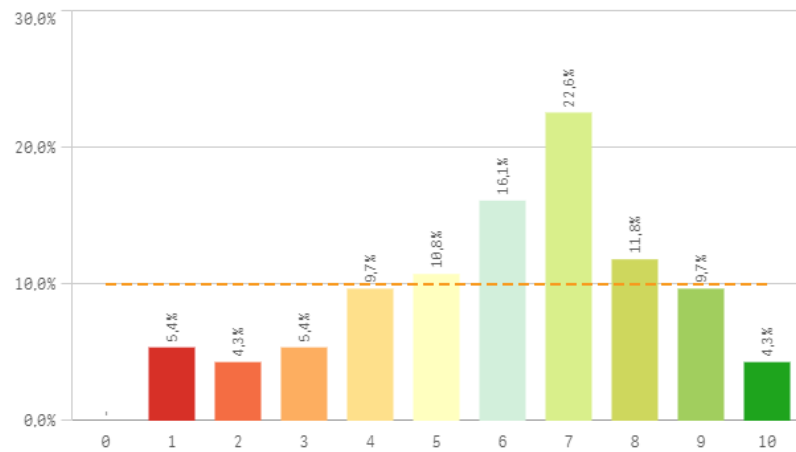


OficinaEmpleo

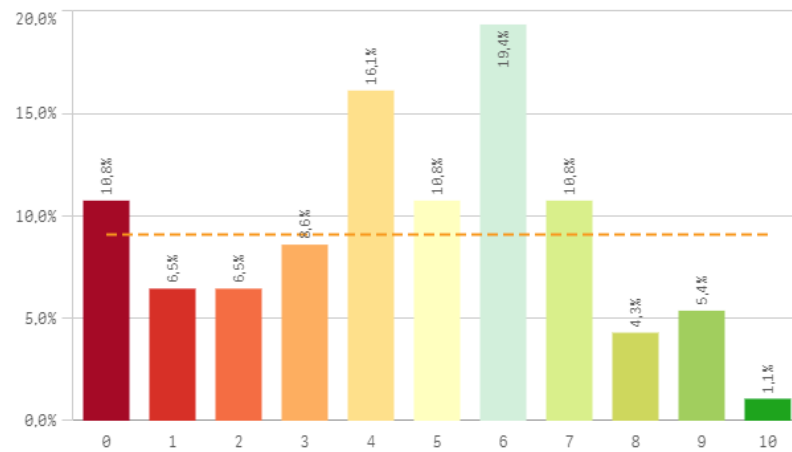
■ No

■ Sí

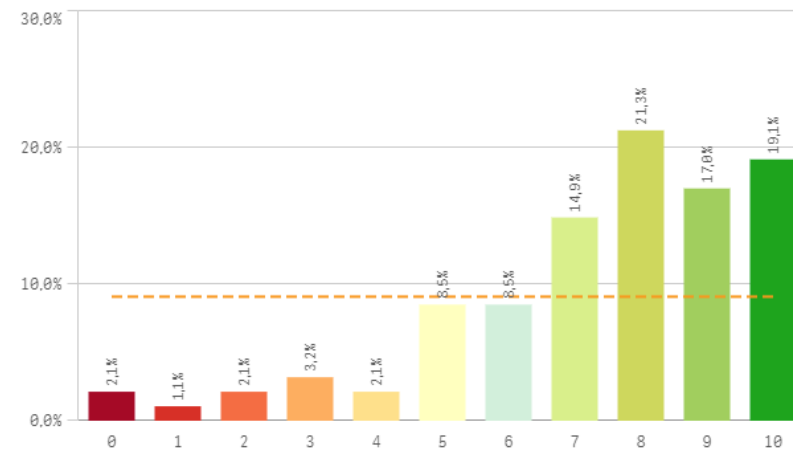
Objetivos claros



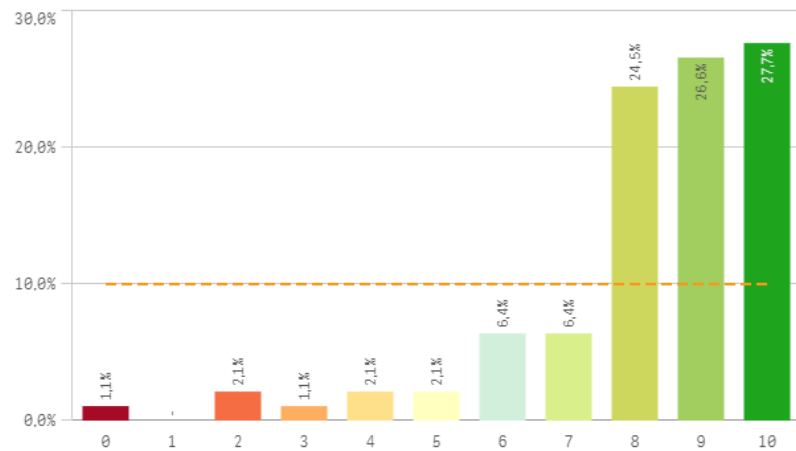
Plan de estudios adecuado



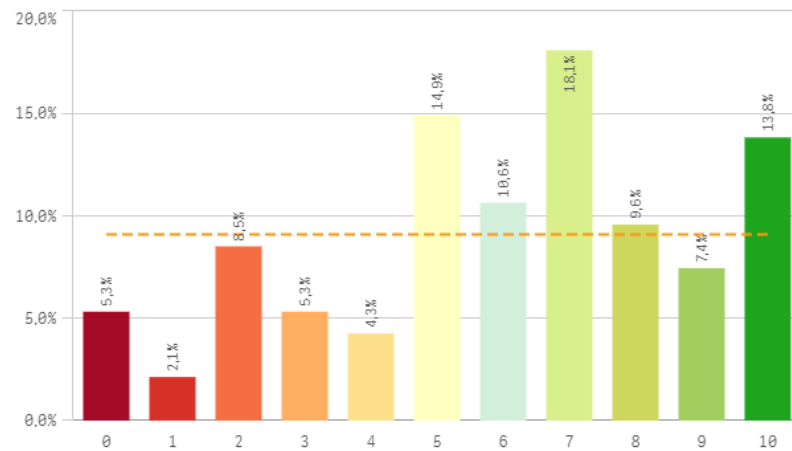
Nivel de dificultad apropiado



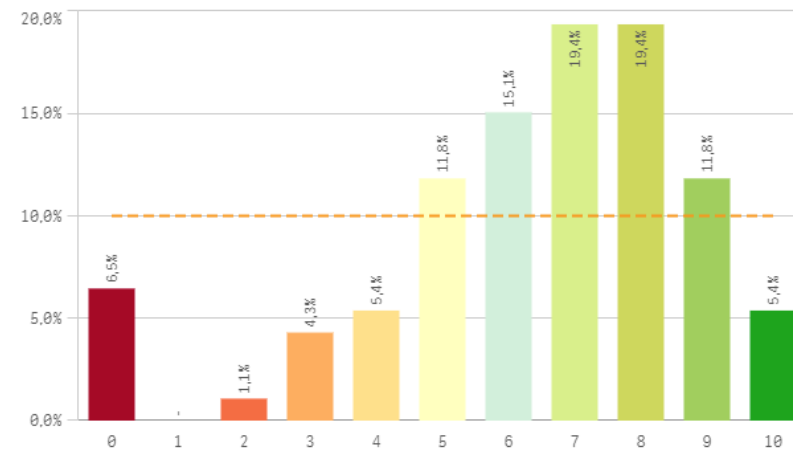
Número de alumnos por aula



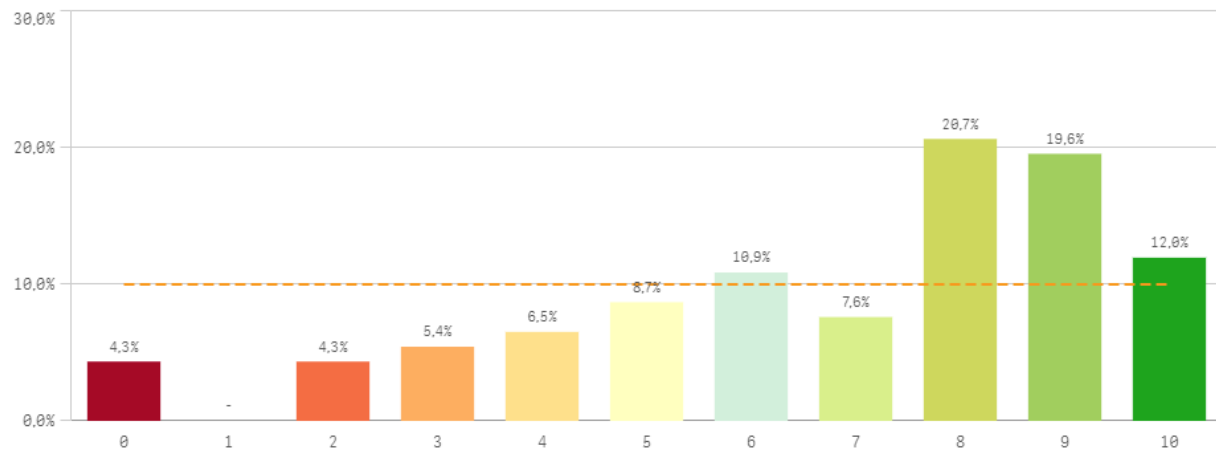
Integración de teoría/práctica



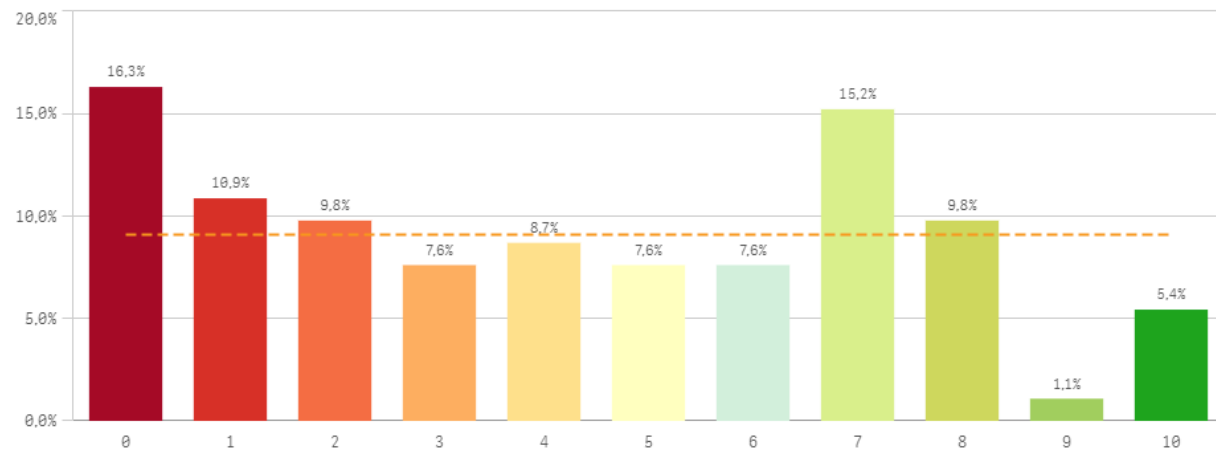
Calificaciones en tiempo adecuado



Relación calidad/precio

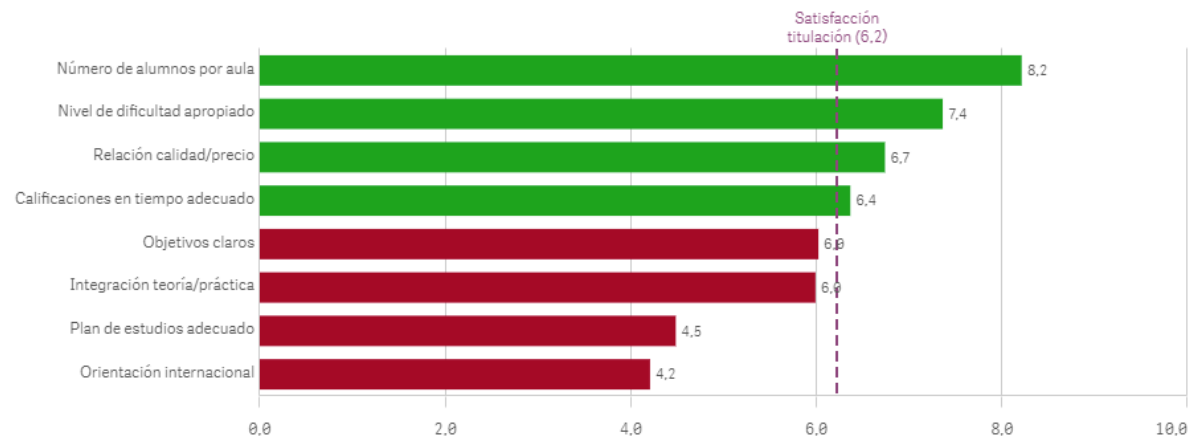


Orientación internacional

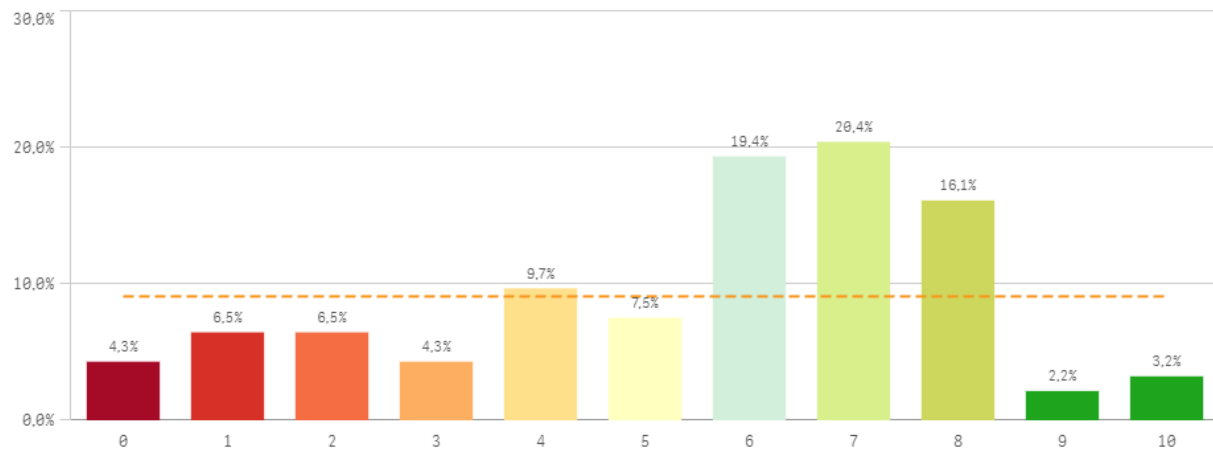


Desarrollo académico	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Número de alumnos por aula		8,2	2,0	9,0	10
Nivel de dificultad apropiado		7,4	2,4	8,0	8
Relación calidad/precio		6,7	2,7	8,0	8
Calificaciones en tiempo adecuado		6,4	2,5	7,0	-
Objetivos claros		6,0	2,3	6,0	7
Integración teoría/práctica		6,0	2,9	6,0	7
Plan de estudios adecuado		4,5	2,6	5,0	6
Orientación internacional		4,2	3,1	4,0	0

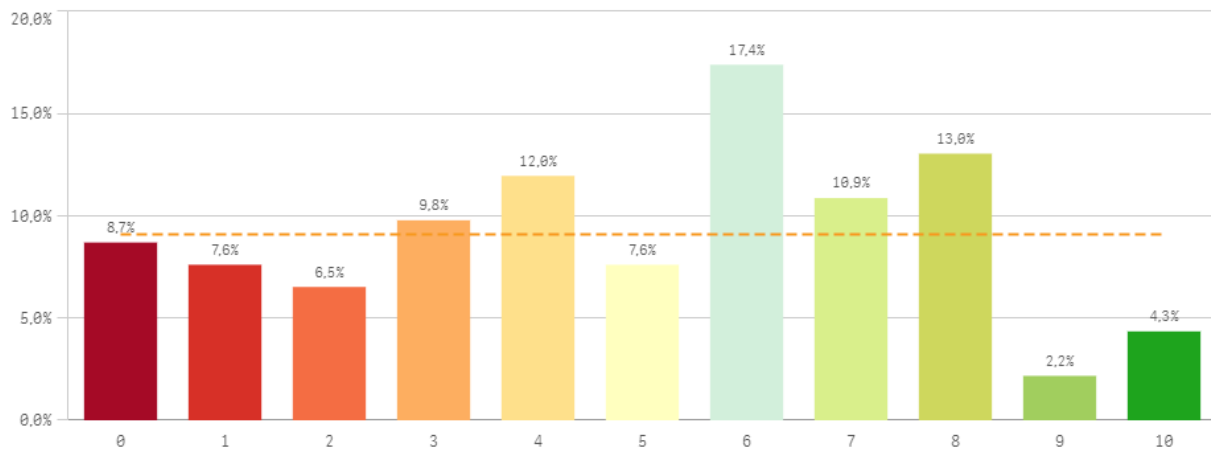
Fortalezas y debilidades



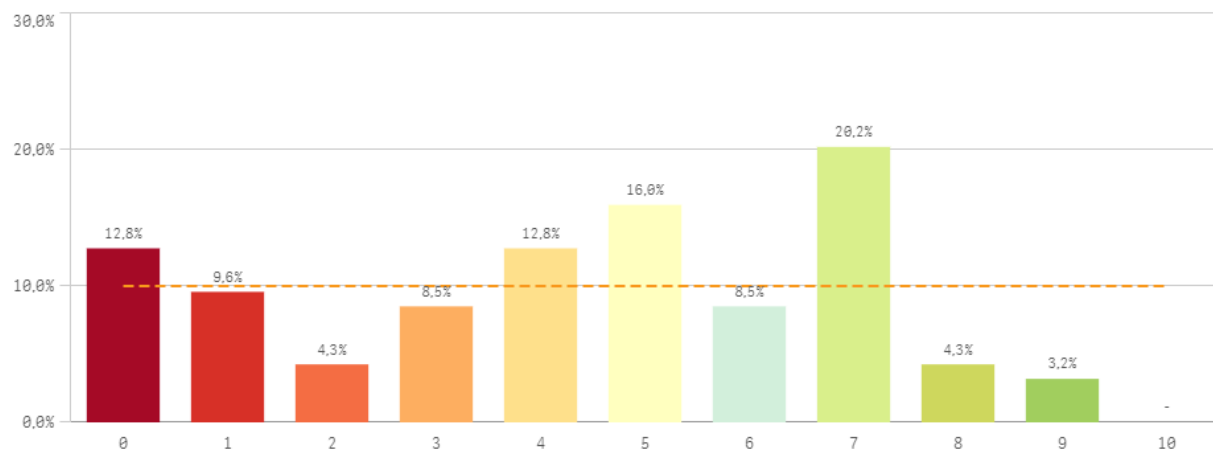
Objetivos propuestos alcanzados



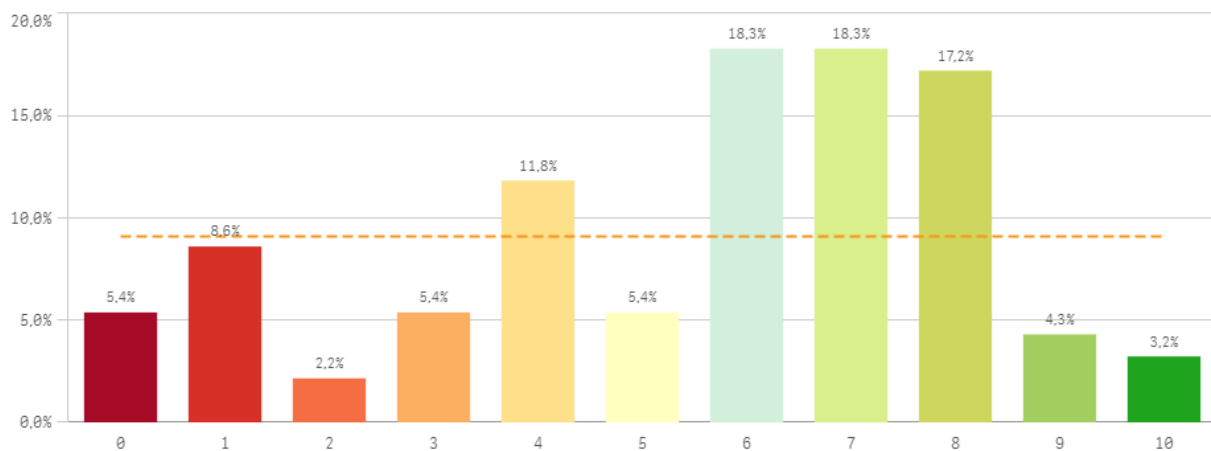
Componente práctico adecuado



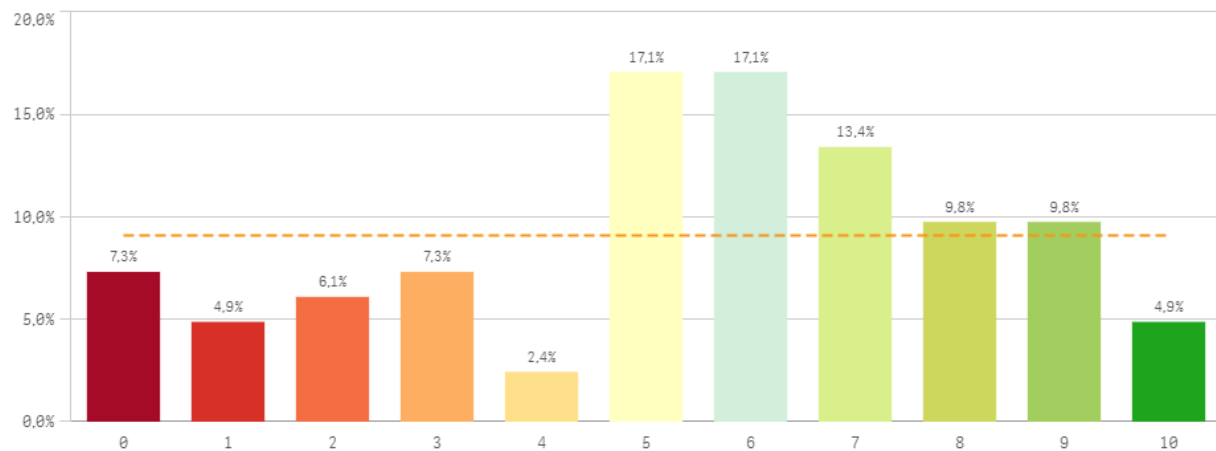
Contenidos innovadores



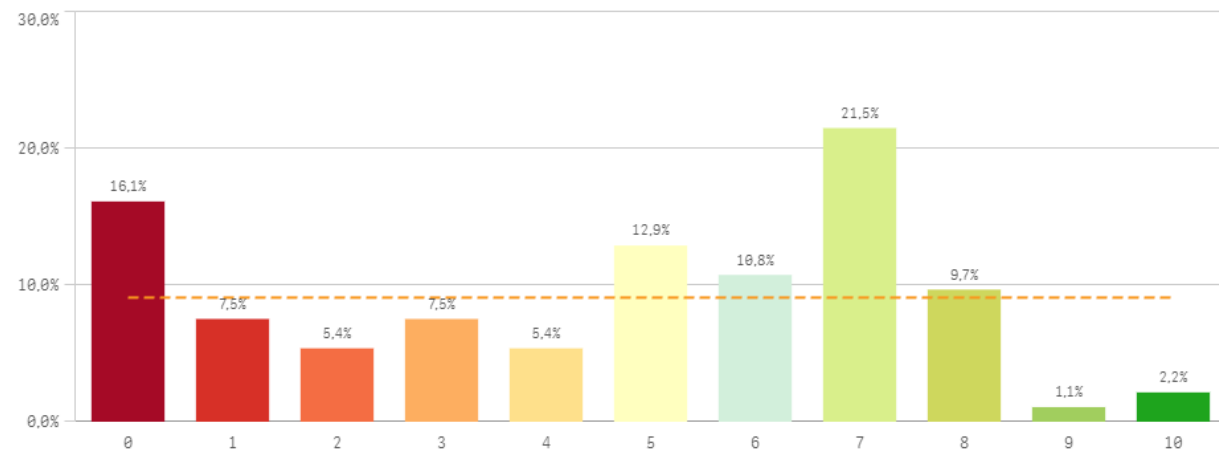
Coordinación. Contenidos organizados y no solapados



Trabajo no presencial útil

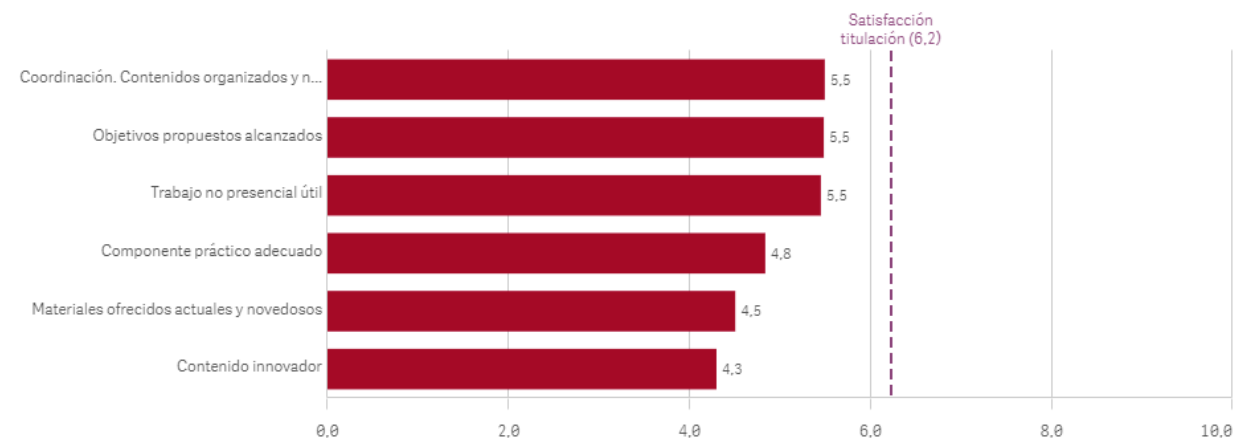


Materiales ofrecidos actuales y novedosos

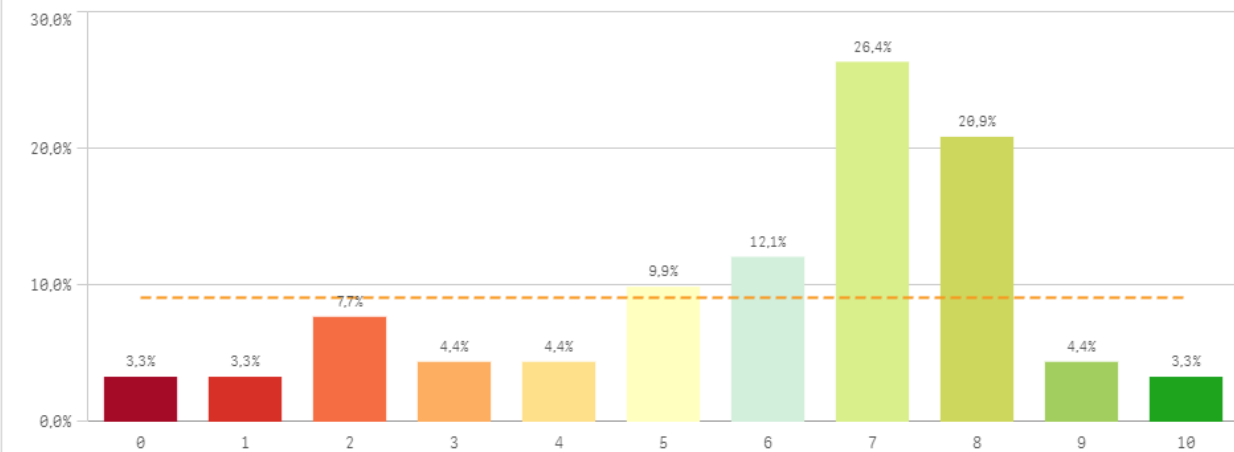


Asignaturas, tareas y materiales	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Coordinación. Contenidos organizados y no solapados		5,5	2,7	6,0	-
Objetivos propuestos alcanzados		5,5	2,5	6,0	7,0
Trabajo no presencial útil		5,5	2,8	6,0	-
Componente práctico adecuado		4,8	2,8	5,0	6,0
Materiales ofrecidos actuales y novedosos		4,5	2,9	5,0	7,0
Contenido innovador		4,3	2,6	5,0	7,0

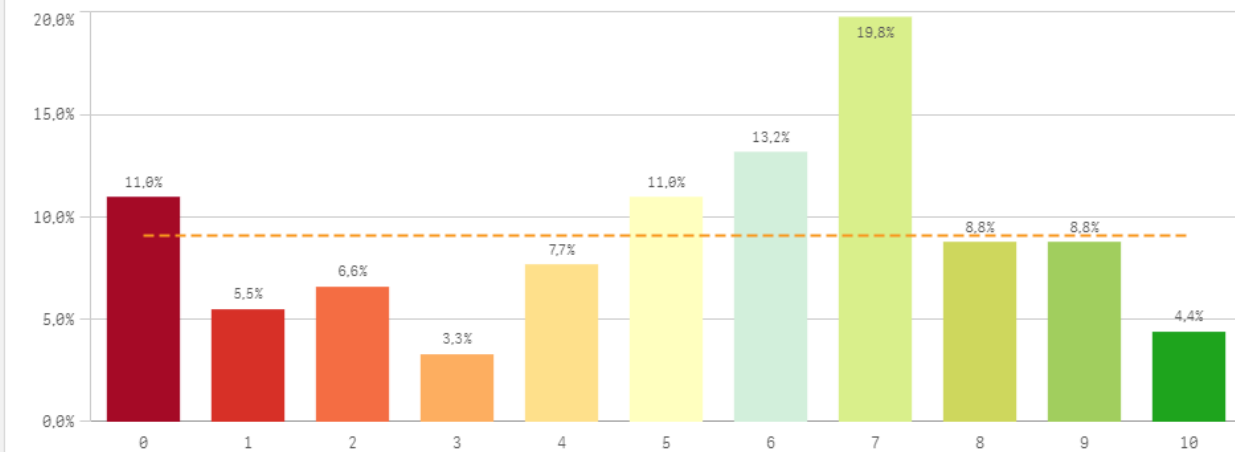
Fortalezas y debilidades



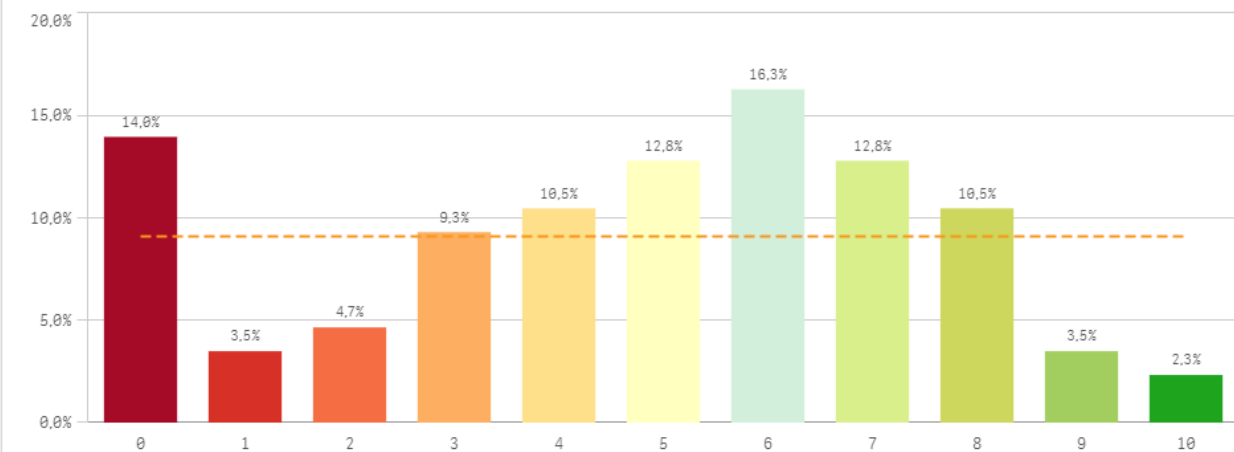
Competencias de la titulación



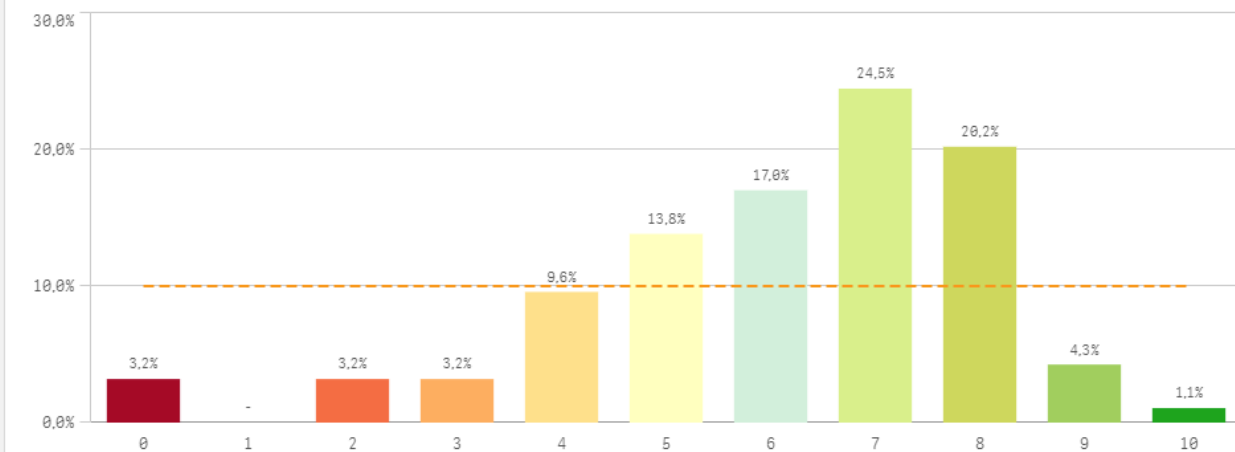
Acceso al mundo laboral



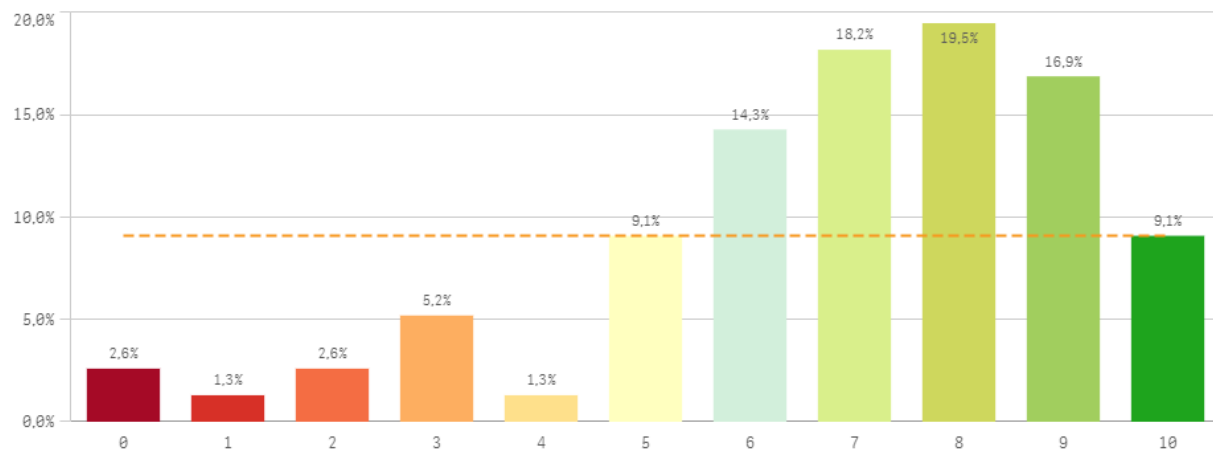
Acceso al mundo de la investigación



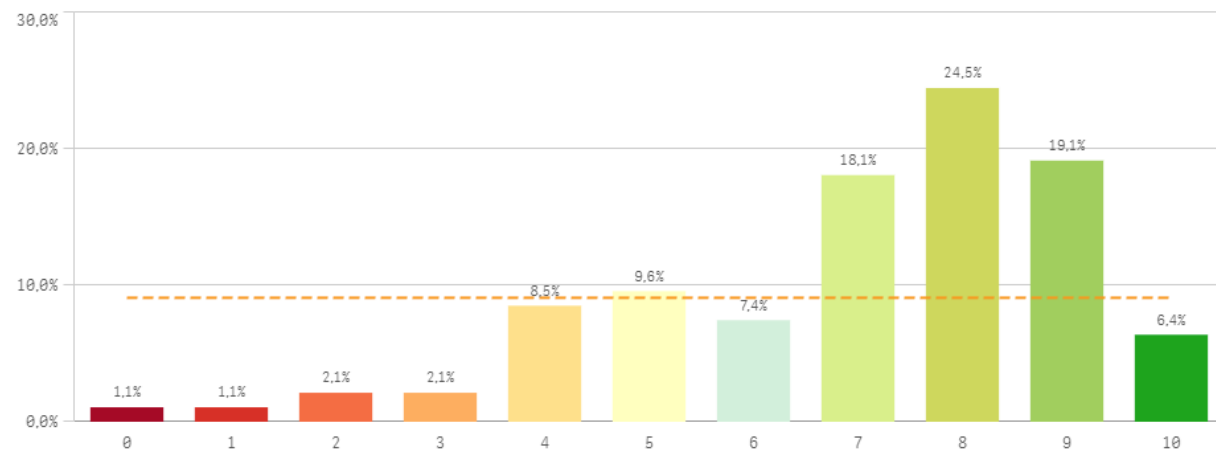
Labor docente del profesorado



Tutorías presenciales útiles

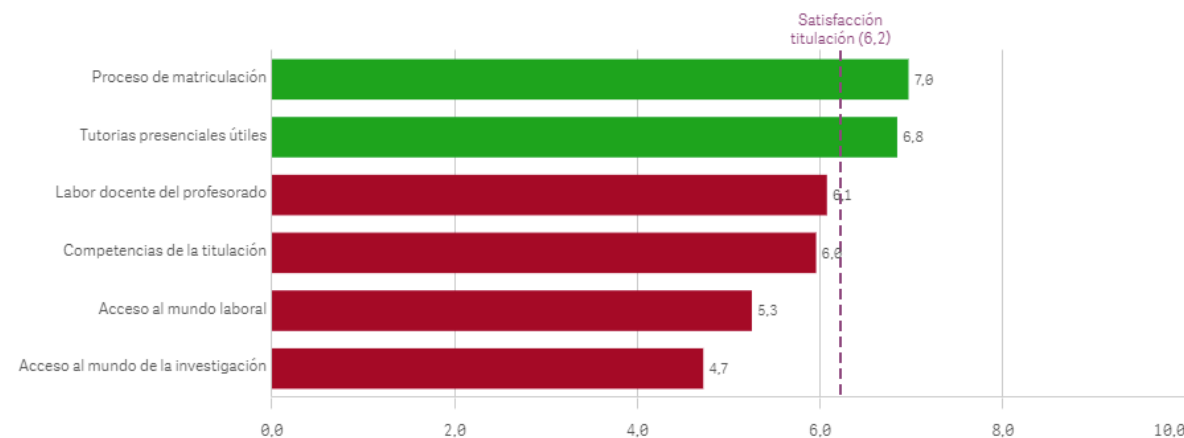


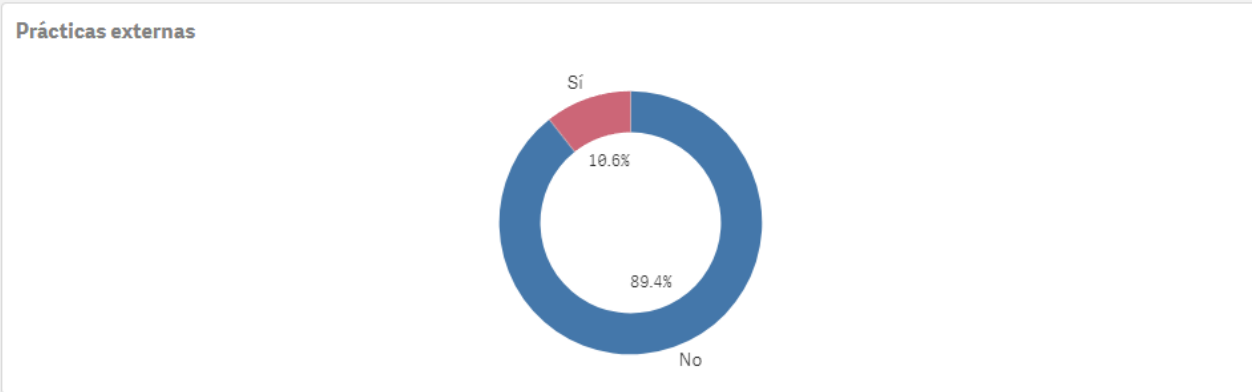
Proceso de matriculación



Formación recibida y matriculación	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Proceso de matriculación		7,0	2,2	7,5	8,0
Tutorías presenciales útiles		6,8	2,4	7,0	8,0
Labor docente del profesorado		6,1	2,0	6,5	7,0
Competencias de la titulación		6,0	2,4	7,0	7,0
Acceso al mundo laboral		5,3	2,9	6,0	7,0
Acceso al mundo de la investigación		4,7	2,8	5,0	6,0

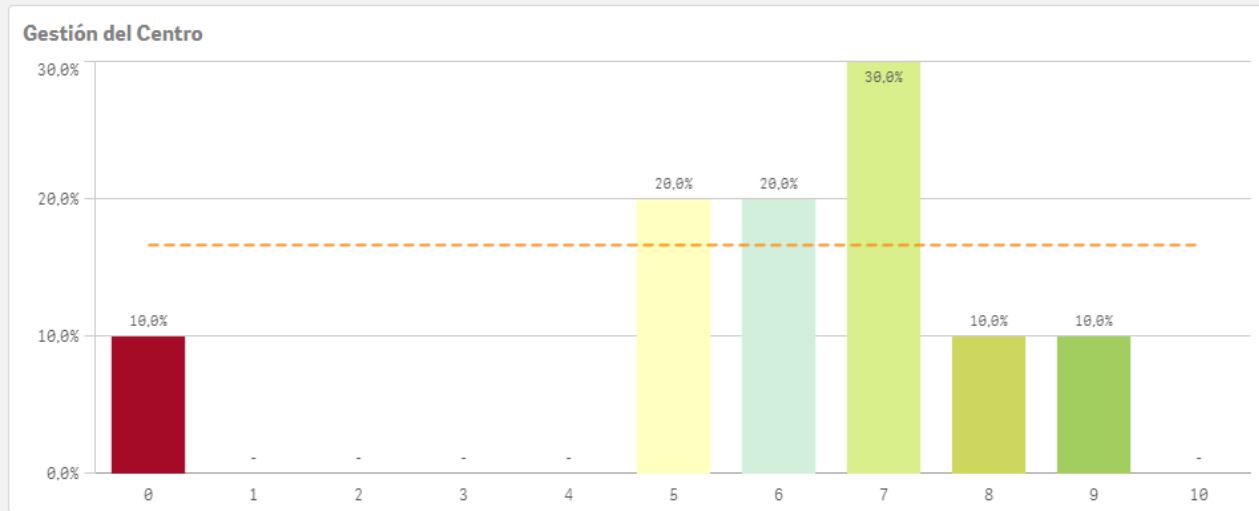
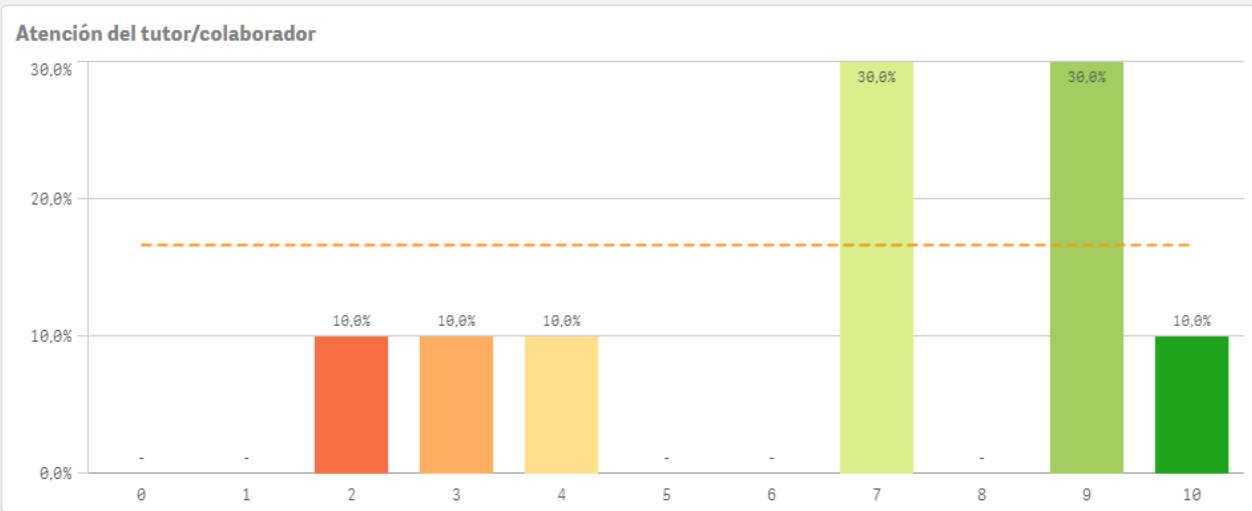
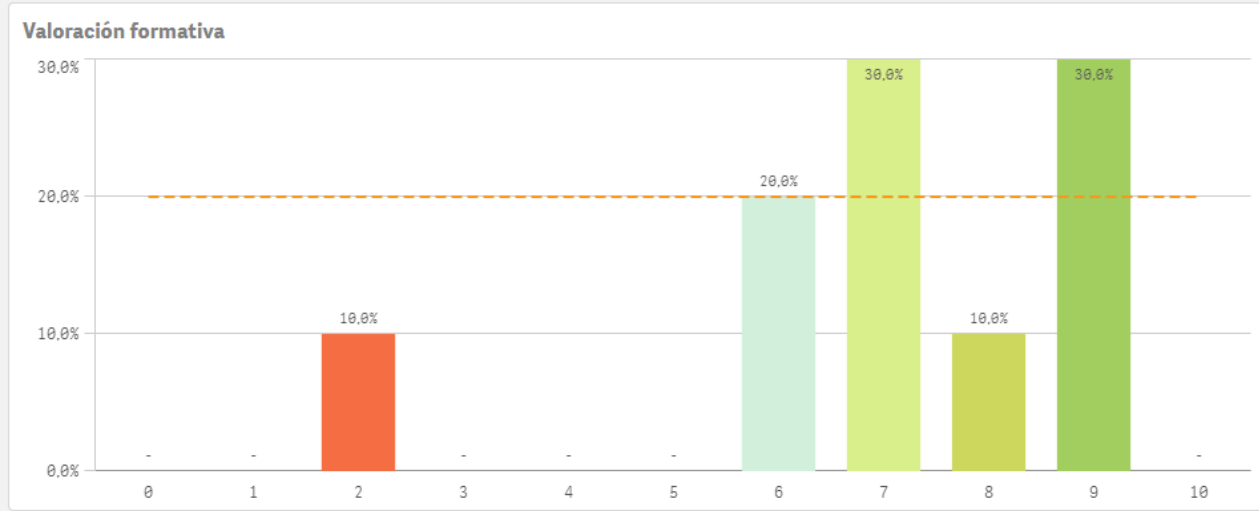
Fortalezas y debilidades



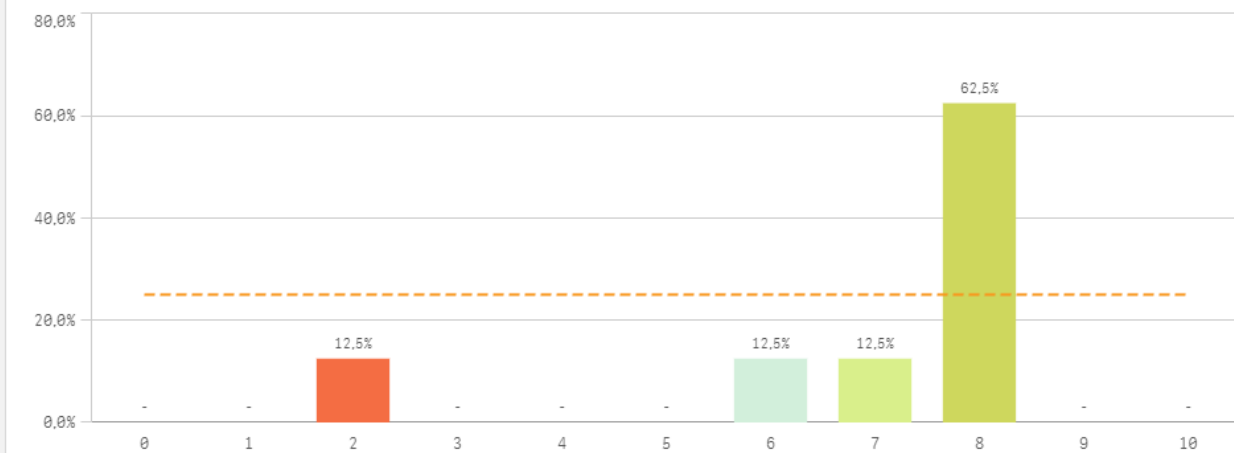


Sí
10

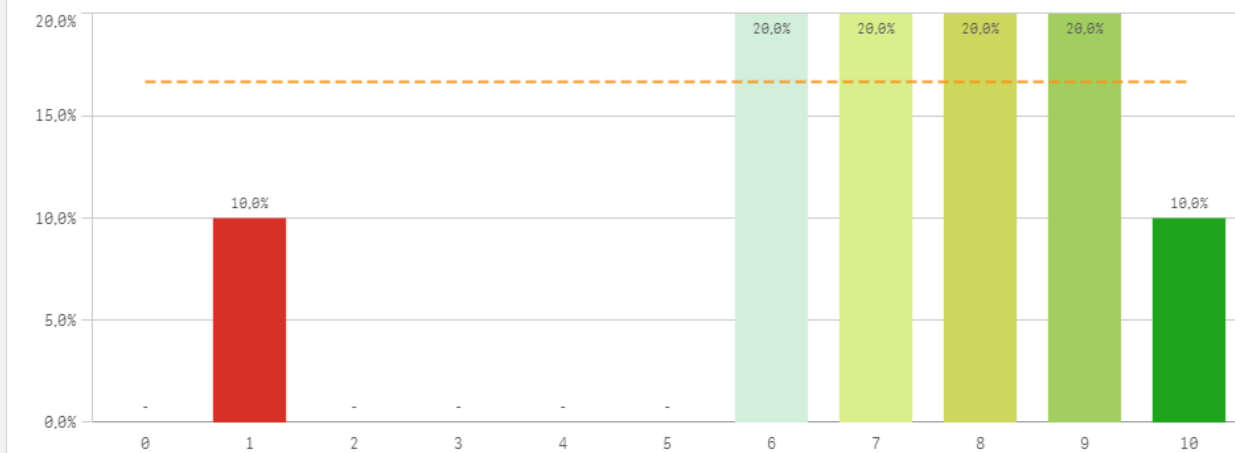
No
84



Utilidad percibida para empleabilidad

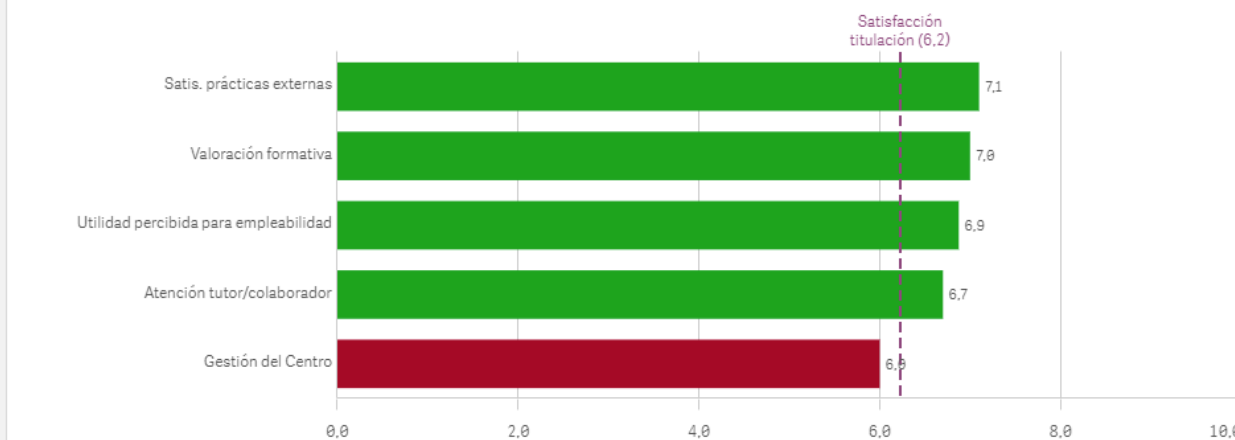


Satisfacción con las prácticas externas

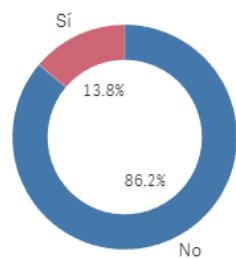


Prácticas externas	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Satis. prácticas externas		7,1	2,5	7,5	-
Valoración formativa		7,0	2,1	7,0	-
Utilidad percibida para empleabilidad		6,9	2,1	8,0	8,0
Atención tutor/colaborador		6,7	2,8	7,0	-
Gestión del Centro		6,0	2,4	6,5	7,0

Fortalezas y debilidades



Realización programas de movilidad



EstanciaExtranjero ■ No ■ Sí

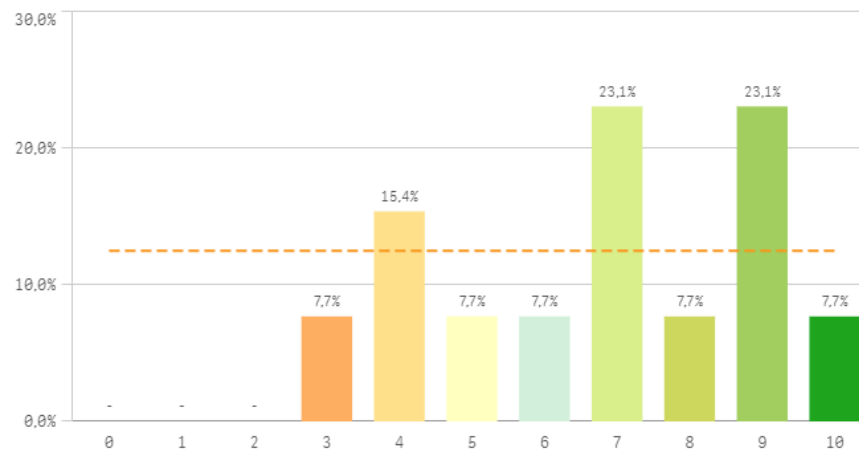
Si

13

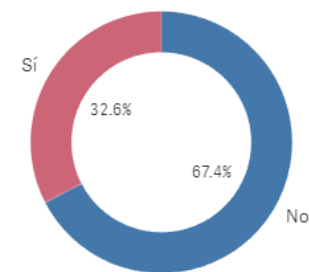
No

81

Satisfacción formación en el extranjero



Conocimiento de los canales de Quejas y Sugerenc...



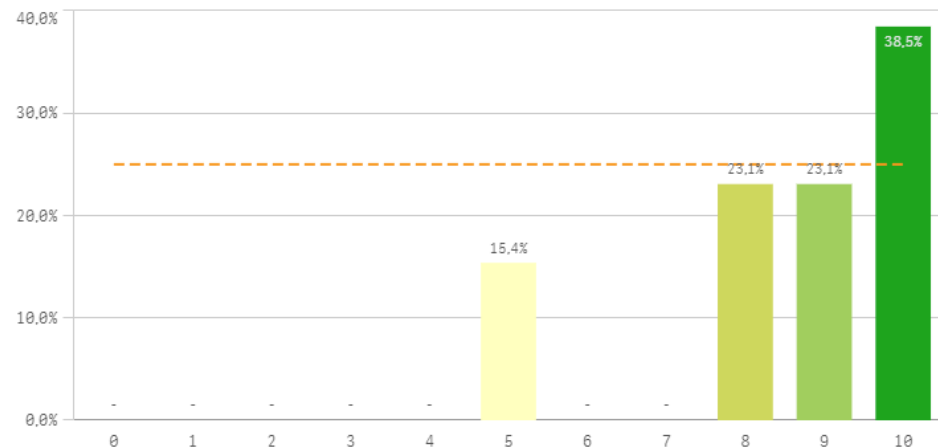
Si

30

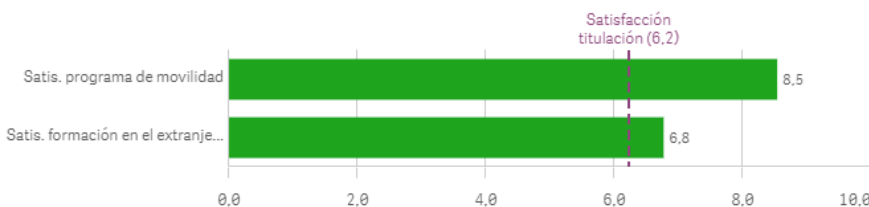
No

62

Satisfacción programa de movilidad



Fortalezas y debilidades



Programa de movilidad

Q

Media

Desv. típica

Mediana

Moda

Satis. programa de movilidad

8,5

1,8

9,0

10,0

Satis. formación en el extranjero

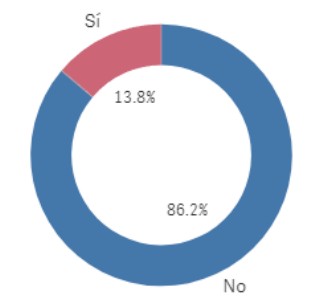
6,8

2,2

7,0

-

Utilización de los canales de Quejas y Sugerencias



Si

13

No

81

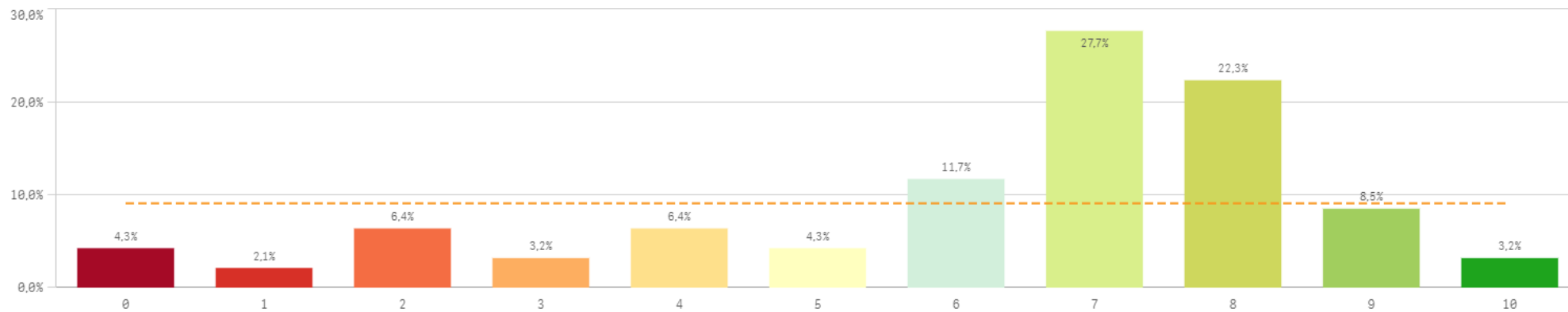
Grado-Máster Estudiantes: Observaciones y opiniones por Centros

Centro	Observaciones
INFORMACIÓN	Actualizad el contenido a la realidad
INFORMACIÓN	cambien ese plan de estudios que parece que no tiene nada que ver con el grado y la mitad de los profesores son horribles, decepción absoluta
INFORMACIÓN	Considero que el plan de estudios es anticuado en un ámbito como es la publicidad, este se encuentra en constante evolución y el grado debería ir acorde a esta.
INFORMACIÓN	Considero que la titulación de Publucidad y RRPP está MUY ATRASADA. El plan de estudios lleva años sin modificarse, a pesar de ser necesario adaptarse a la actualidad en la carrera. Los estudiantes tenemos muchísimas carencias a la hora de salir al mundo laboral. En cambio, somos obligados a cursar asignaturas que poco tienen que ver con la materia. Es una vergüenza. Elegí la UCM porque se supone que era la mejor de España para publicidad. Sin embargo, tras dos años de carrera, tengo claro que no volvería a elegir la UCM.
INFORMACIÓN	Creo que se deben ofrecer más materiales como los programas de Adobe (que hemos tenido que pagar los estudiantes). Las materias deben estar más al día: no hemos visto nada relacionado con el marketing digital o la inteligencia artificial. También creo que la carrera es demasiado fácil, hay que meter más caña. Cualquiera puede titularse y eso es negativo para el prestigio de la facultad. Como entidad educativa debéis tener la ambición de formar a los mejores.
INFORMACIÓN	El grado está totalmente desfasado, se dan asignaturas acordé con la orientación política de los profesores y no útiles, por ejemplo, ¿el quijote en Segundo de carrera?. No hay nada de innovación, luego no se sorprendan ustedes si en el mercado laboral se nos comen gente de otras universidades. He puesto numerosas quejas que no ha llegado a nada... muy descontenta. No hay innovación ni cambios, siempre contestan lo mismo.. que están mejorando y cambiando el plan de estudios. A este paso, habremos acabado ya nuestros estudios y con este tipo de asignaturas van a conseguir que nadie quiera impartir su grado en la UCM. No esperen que cursemos nuestros estudios de máster en la
INFORMACIÓN	En esta carrera deberían haber más asignaturas prácticas, en especial en el primer año donde hay más teoría
INFORMACIÓN	En la UCM está demasiado presente la ideología. En una sociedad donde se supone que "todo vale" me he visto juzgada por mis valores y mis creencias por parte del profesorado e incluso ha repercutido en mis notas. Parece que todo vale menos ser católica y de derechas en esta facultad. Otro tema que me gustaría comentar es que no puede ser que un mismo curso teniendo las mismas asignaturas tenga contenidos y métodos de evaluación completamente distintos. Todos hacemos la misma carrera y no puede ser que según el profesor que te toque des unos contenidos u otros o tengas unos métodos de evaluación u otros. Desde los departamentos deberían organizarse para que
INFORMACIÓN	Hay una cantidad de profesorado en la Facultad de Ciencias de la Información cuya labor no la cumplen. Es lamentable que suceda esto, y se permita. Es indignante que se ofrezca a los alumnos este tipo profesores. No ayudan a que los alumnos progresen en sus estudios. Un ejemplo de ello, es un profesor que pertenece a la asignatura de Economía del grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Es indignante el trato. DEJA MUCHO QUE DESEAR ESTA UNIVERSIDAD, CONCRETAMENTE, ESTA FACULTAD. Nunca hacen caso al alumnado. Esto habla mucho de la universidad. Todas estos malestares desincentiva al alumnado y a los de nuevo ingreso.
INFORMACIÓN	He pedido el traslado de expediente a otra universidad en España, debido a mi alto grado de desconformidad con el plan de estudios de la Universidad Complutense de Madrid. Sin duda, no volvería a cursar mis estudios aquí. La guía docente es anticuada, no hay ni un matiz de innovación, damos asignaturas genéricas, de relleno, que no nos han permitido aproximarnos al mundo real de la Publicidad y Relaciones Públicas.
INFORMACIÓN	He tenido algún problema con algún profesor en mi titulación y la universidad no ha hecho nada para apoyarme, ni se ha conseguido nada con ninguna queja, más bien ha ocurrido el caso contrario, no se ha apoyado a los estudiantes, siendo nosotros los perjudicados, habiendo un consenso con la clase entera para poner dicha reclamación.
INFORMACIÓN	Incidiría especialmente en el hecho de que no haya solapamiento de asignaturas y que realmente haya un conocimiento exponencial porque en 4º se siguen dedicando muchas horas a cuestiones dadas en 1º
INFORMACIÓN	La información que se nos imparte está anticuada. Me parece vergonzoso que haya docentes que utilicen sus asignaturas con fines políticos orientando la enseñanza a según qué ideales, evidentemente fuera del programa del grado.
INFORMACIÓN	La titulación es bastante completa, pero es necesario actualizar temarios, lecturas de apoyo, etc. que se adecúen a la realidad actual del mundo laboral; sobre todo, incluir más clases prácticas que se asemejen a la realidad. Debido a esta falta en el sistema educativo, el alumnado debe buscar por su propia cuenta y recursos prácticas extracurriculares; considero que se debe ofrecer una titulación con prácticas curriculares, ya que son vitales para el desarrollo profesional del estudiante; o al menos un acompañamiento personalizado en esta búsqueda. Además de ofrecer las herramientas necesarias gratuitamente para el desarrollo de las asignaturas como programas (Adobe Creative Cloud,
INFORMACIÓN	La titulación esta muy anticuada y las asignaturas que se imparten no son acordes a la actualidad. Las asignaturas no son prácticas y se dan conocimientos que no nos van a servir en el mundo laboral. Los conocimientos básicos no se llevan a la práctica. Los profesores utilizan sus asignaturas para impartir temario que no es corresponde con el plan de estudios de la asignatura. Tampoco existen prácticas o convenios con empresas dentro de el programa, por lo que no salimos preparados al mundo laboral como se hace en otras universidades. Las instalaciones de la facultad no están preparadas para los grados que se imparten (aulas, enchufes, proyectores...)

INFORMACIÓN	Las encuestas docente deberían de rellenarse después de realizar los exámenes finales y recibir las calificaciones, no antes, porque la forma de evaluar y calificar de los docentes es un dato muy importante y que no se puede indicar en las encuestas.
INFORMACIÓN	Los procedimientos burocráticos es lo que considero que más necesita mejorar. Por otro lado, una asignatura pendiente es igualar las facilidades que se ofertan a deportistas de alto rendimiento, con estudiantes de conservatorio. En mi caso, he compaginado los estudios con el grado profesional de Danza Española en el Conservatorio, y cuando se me solapaban horarios no he tenido ninguna facilidad ni comprensión (al contrario). Por no hablar de los créditos de libre configuración, que me parece una vergüenza que solo se obtenga 1,5 créditos después de SEIS AÑOS de enseñanzas profesionales, en comparación con los créditos que se conceden por haber concursado UN AÑO en un campeonato
INFORMACIÓN	Mi situación es particular al haber realizado la adaptación al grado a partir de la licenciatura y con un bagaje profesional de 20 años. El grado de Publicidad y RR. PP. no se adapta a la realidad, el mercado laboral. Es una profesión que requiere de ciertas habilidades, pero que se aprende trabajando. Creo que el enfoque docente no es el adecuado, ya que la mayoría de profesores no tiene experiencia profesional y la teoría no está actualizada a la realidad de la publicidad actual. En mi caso he tenido que pasar por asignaturas para las que estaba sobradamente capacitada. Los trabajos en grupo no son de utilidad, ya que solo se valora el resultado y no el proceso y aportación individual.
INFORMACIÓN	Muchos de los profesores son unos gilipollas que no deberían dar clase. Además de q la puta universidad colabora con israel. Mejorad las cosas joder tanta encuesta de los cojones y es obvio lo q hay q cambiar
INFORMACIÓN	Necesidad de modificar los planes de estudios
INFORMACIÓN	No
INFORMACIÓN	Opino que se deberían cambiar muchas de las asignaturas pues, en primero y en segundo hay algunas que son irrelevantes. Por ejemplo, hay muchas cosas que estudiar en teoría de la publicidad, y al tener una duración de un cuatrimestre, no pudimos abordar muchos conceptos importantes y los contenidos fueron muy reducidos. Se podrían eliminar asignaturas como Historia de España porque eso ya lo hemos estudiado previamente.
INFORMACIÓN	Pienso que las encuestas de DOCENCIA se tendrían que dejar más tiempo. Por mi parte, no he podido expresarme en esas encuestas honestamente porque no me termino de creer que sean anónimas. Hay profesores que honestamente, no sé porque imparten ciertas asignaturas ya que muestran desconocimiento y no aportan verdadero aprendizaje. Me hubiese gustado que se nos hubiese informado mejor desde primero de carrera que existe una agencia de publicidad en la facultad así como la opción de presentarnos a concursos. No sé, informarnos mejor de todo lo que hay y ponernos un poco en contexto ya que creo no haber sido consciente de qué trataba estar en una
INFORMACIÓN	Renovar el plan de estudio más actual (asignatura de inglés, excel, diseño, mk de influencia, contratos...)
INFORMACIÓN	Sería muy útil una residencia para estudiantes. Es lo único que le falta. Las residencias que ustedes proponen tienen costos muy elevados como para poder afrontarlos.
INFORMACIÓN	Siento que esta facultad se preocupa más por política que por la educación de sus estudiantes. Las asignaturas de la carrera no son relevantes ni prácticas en una carrera que deberían serlo. No nos preparan en absoluto para el mundo laboral. Los profesores mantienen su trabajo por políticas, y aunque se vea en las encuestas de docencia que son incompetentes o que la clase no es relevante para la carrera, no se toma en cuenta la opinión de los estudiantes y nada cambia.
INFORMACIÓN	Todo antiguo. Temario desactualizado. Profesores dinosaurios y sin experiencia laboral.

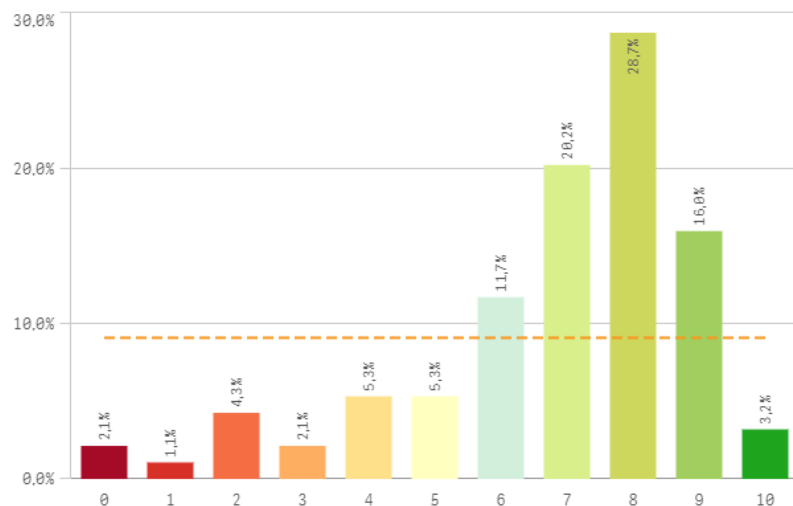


Satisfacción global con la titulación

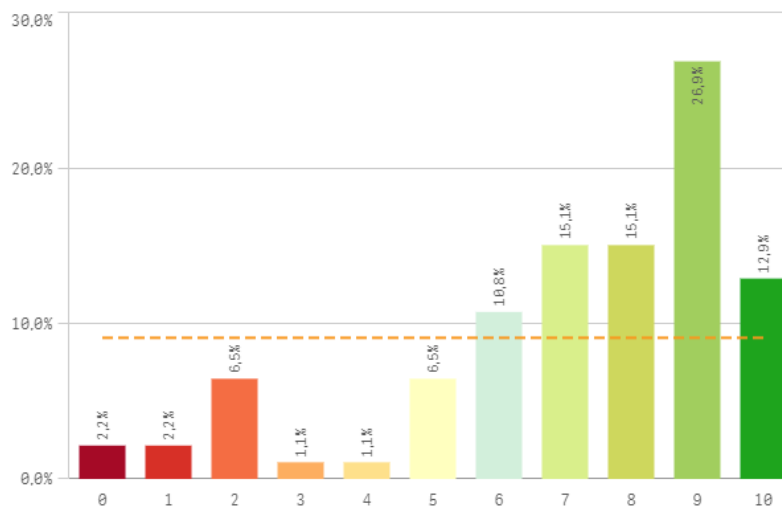


Media 6,2
Desviación Típica 2,5
Mediana 7,0
Moda 7,0

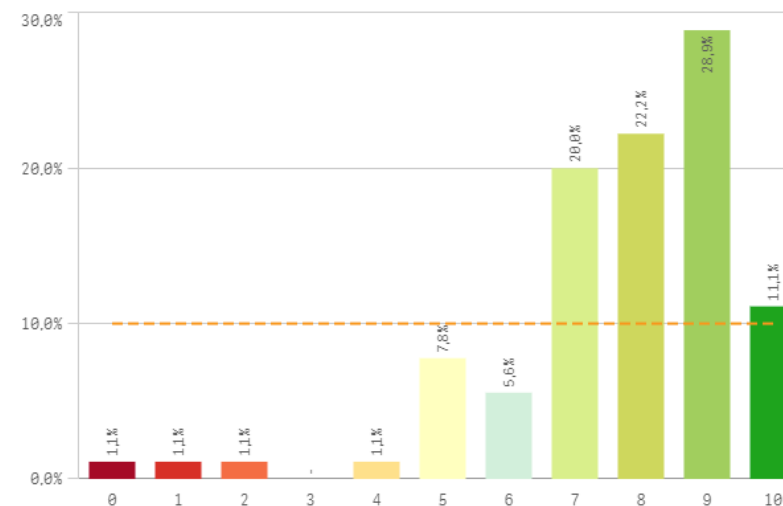
Satisfacción UCM

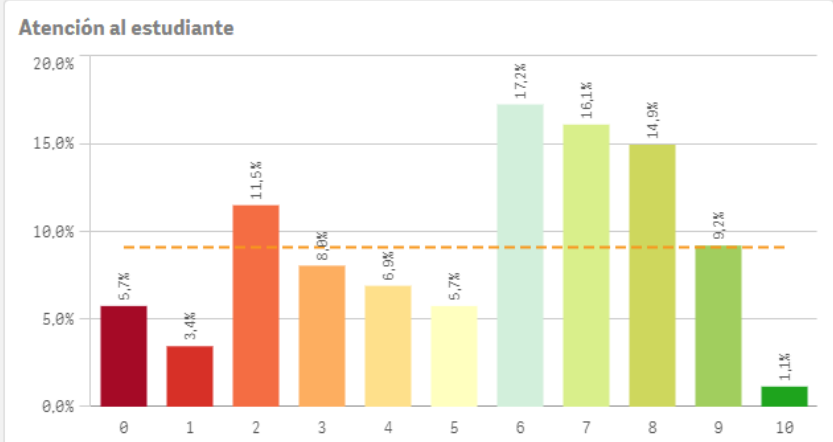
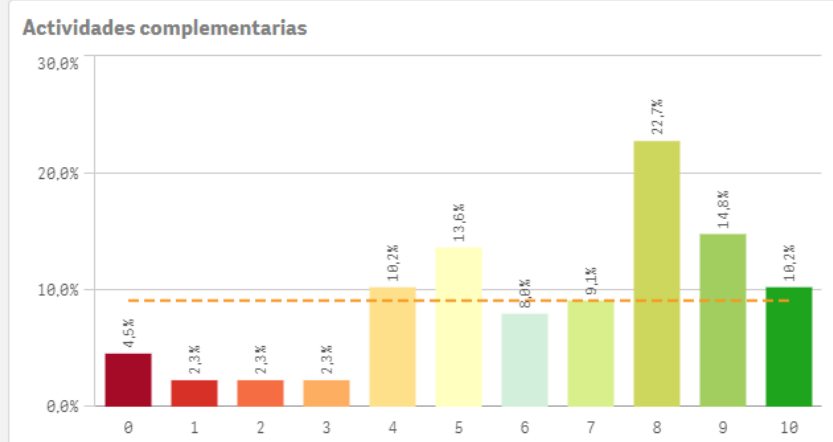
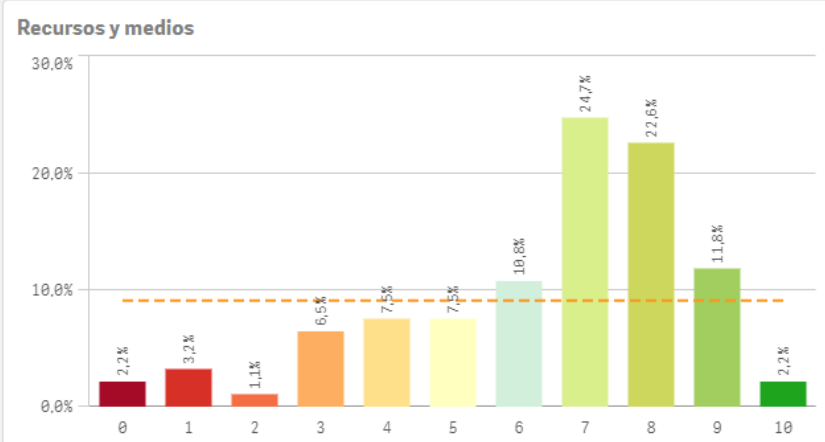


Orgullo estudiante UCM

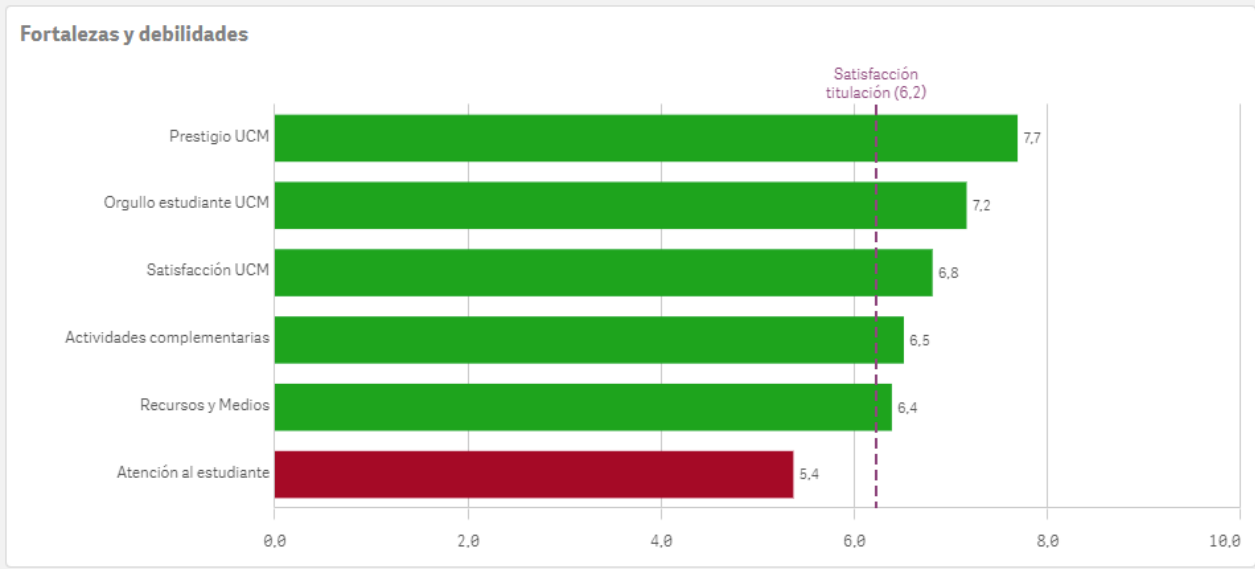


Prestigio UCM

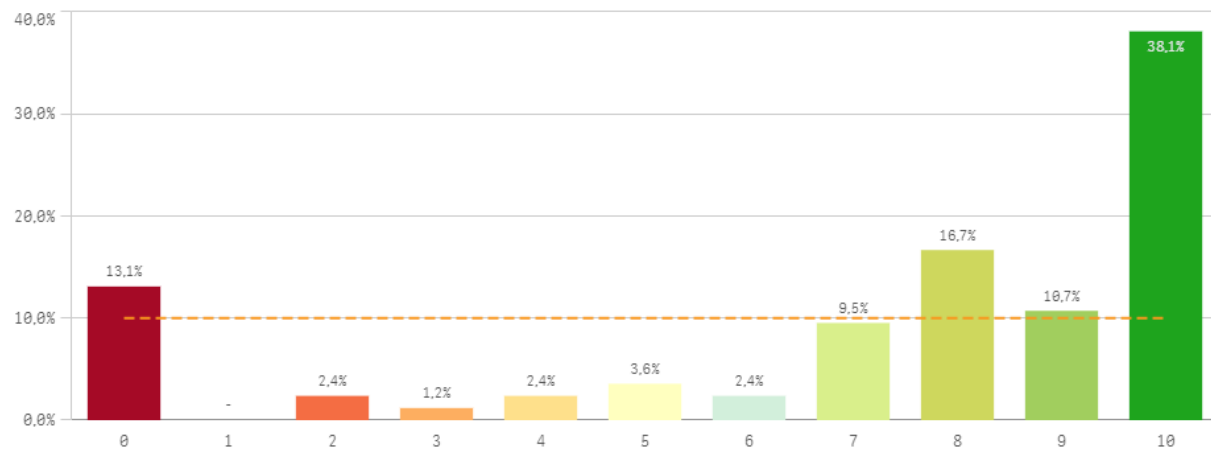




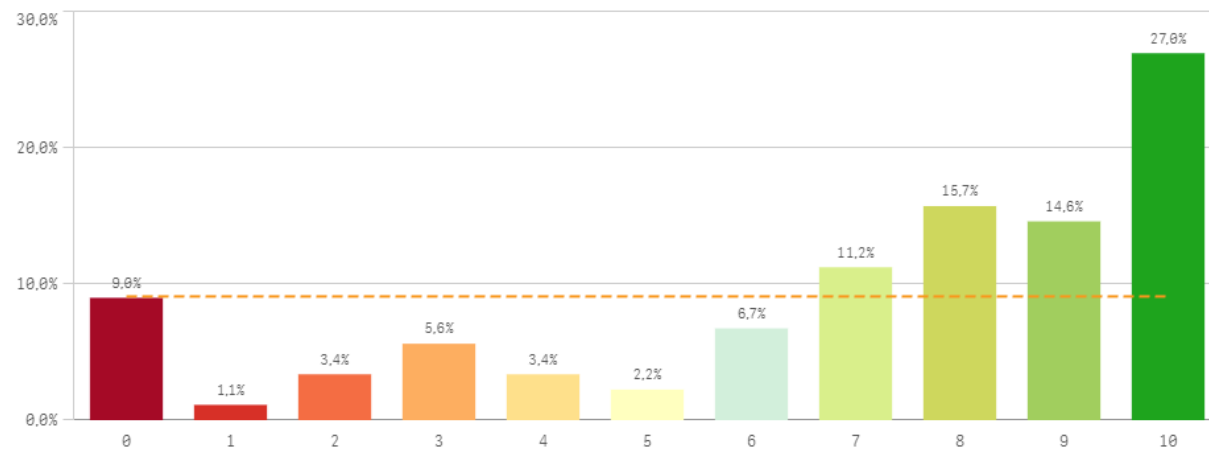
Satisfacción	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Prestigio UCM		7,7	1,9	8,0	9,0
Orgullo estudiante UCM		7,2	2,6	8,0	9,0
Satisfacción UCM		6,8	2,2	7,0	8,0
Actividades complementarias		6,5	2,7	7,0	8,0
Recursos y Medios		6,4	2,3	7,0	7,0
Atención al estudiante		5,4	2,7	6,0	6,0



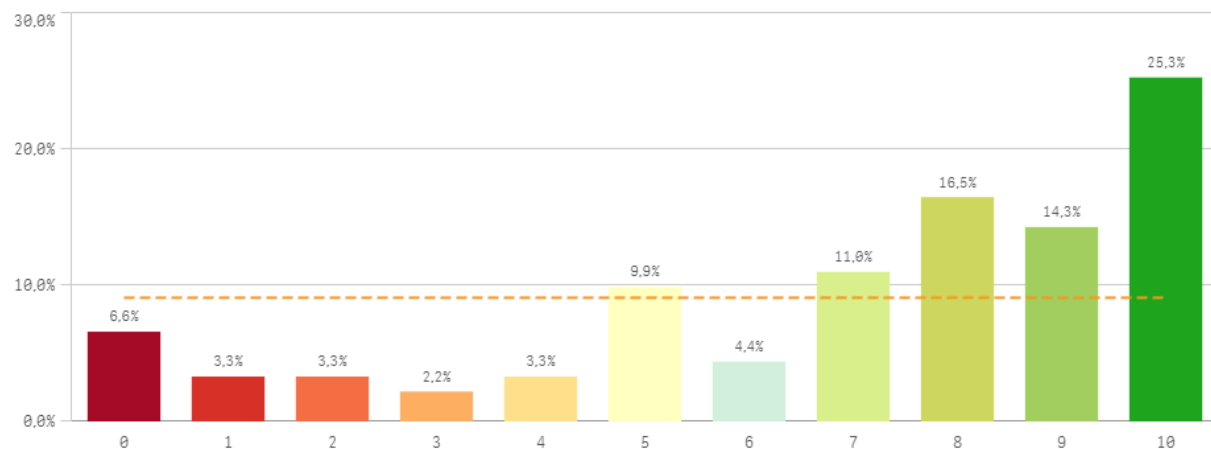
Repetir estudios superiores (fidelidad)



Repetir titulación (fidelidad)

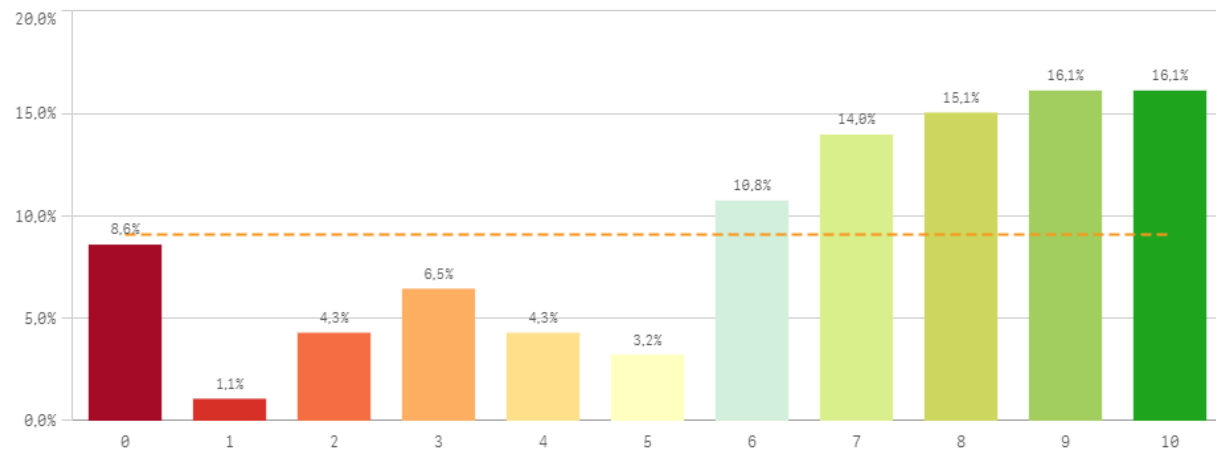


Repetir en la UCM (fidelidad)

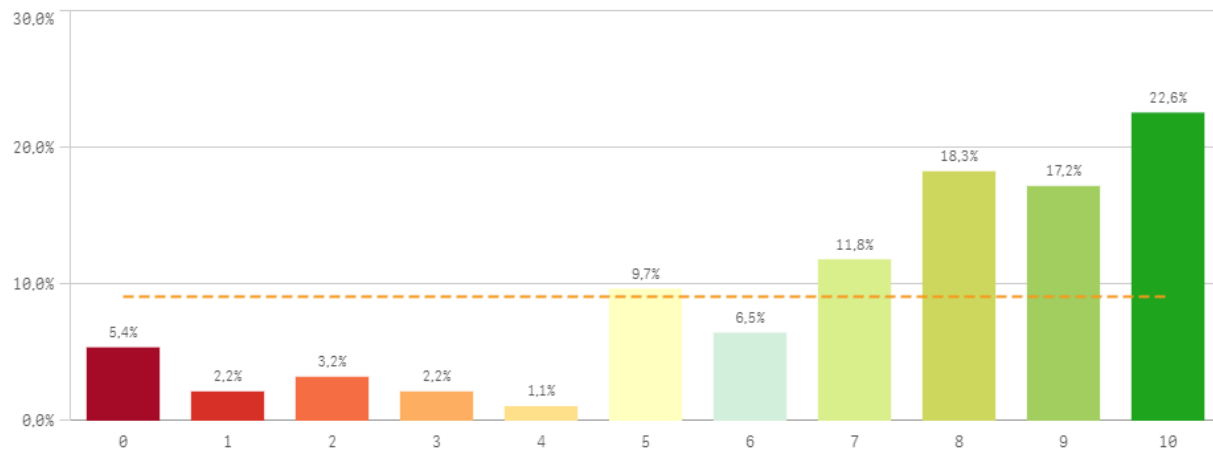


Compromiso	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Repetir estudios superiores	7,3	3,4	8,0	10,0
Repetir titulación	7,0	3,2	8,0	10,0
Repetir en la UCM	7,0	3,1	8,0	10,0
Recomendar titulación	6,5	3,1	7,0	-
Recomendar la UCM	7,2	2,8	8,0	10,0
Seguir en la misma titulación	6,6	3,5	8,0	10,0
Seguir como alumno de la UCM	5,9	3,5	7,0	0,0

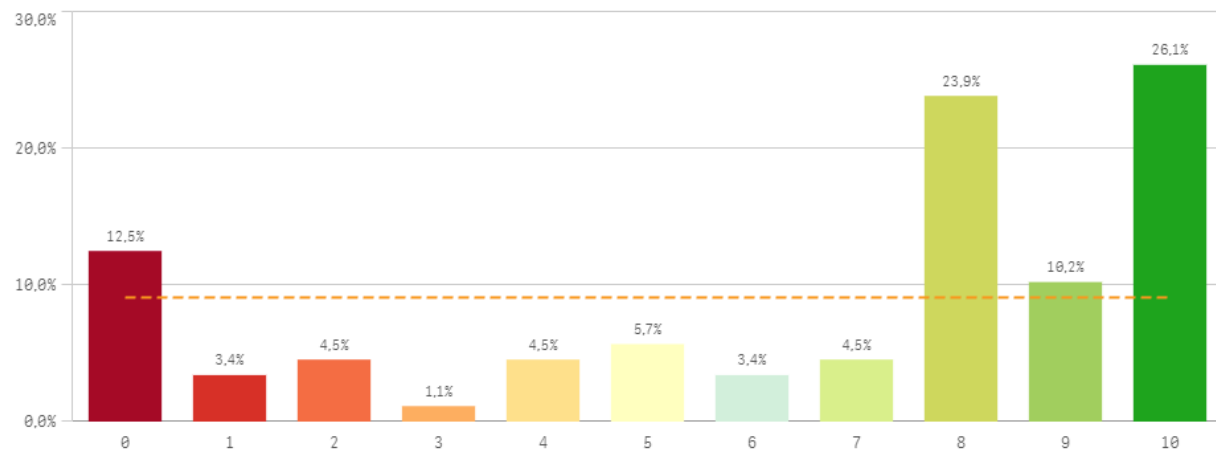
Recomendar titulación (preinscripción)



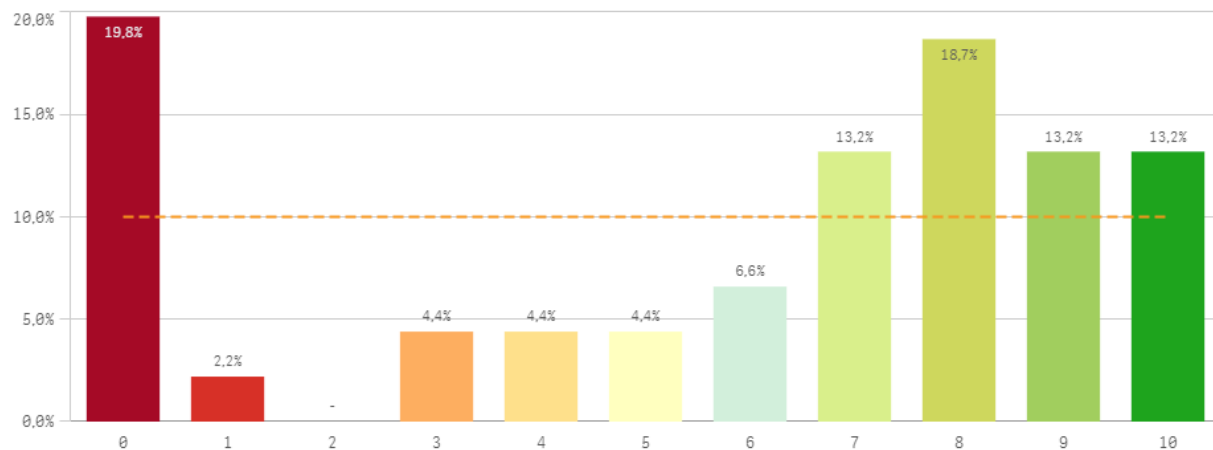
Recomendar la UCM (preinscripción)



Seguir en la misma titulación (vinculación)

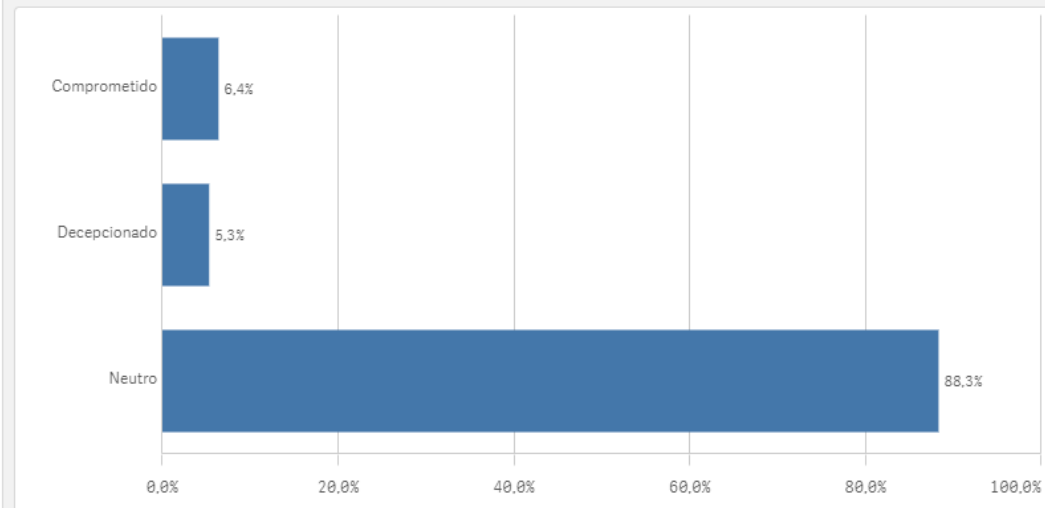
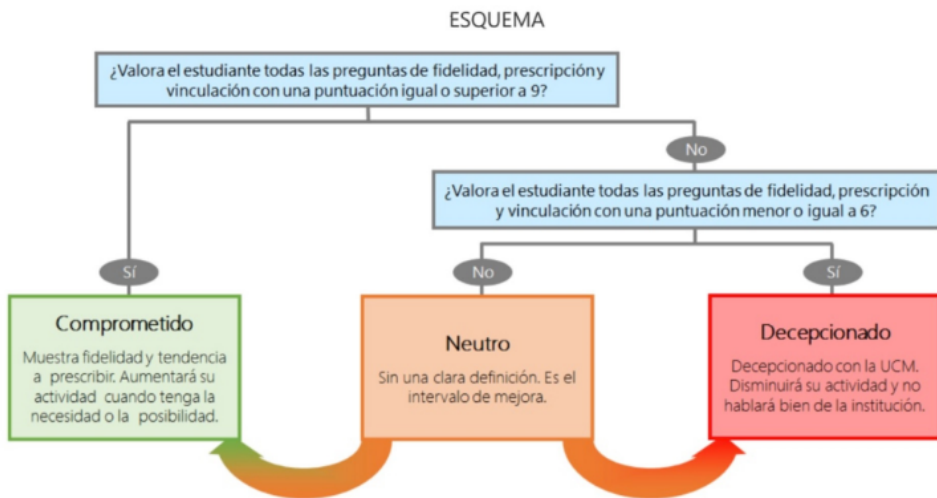


Seguir como alumno de la UCM (vinculación)



Construcción y significado del valor "compromiso":

- * Estudiante comprometido: valora con 9 o más puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.
- * Estudiante neutro: la puntuación que otorga a todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación están entre 6 y 9.
- * Estudiante decepcionado: valora con 6 o menos puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.



Encuestas de Satisfacción
de Estudiantes

CURSO: 2023-24

CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Desarrollo académico	Q	Media
Número de alumnos por aula		8,2
Nivel de dificultad apropiado		7,4
Relación calidad/precio		6,7
Calificaciones en tiempo adecuado		6,4
Objetivos claros		6,0
Integración teoría/práctica		6,0
Plan de estudios adecuado		4,5
Orientación internacional		4,2

Programa de movilidad	Q	Media
Satis. programa de movilidad		8,5
Satis. formación en el extranjero		6,8

Asignaturas, tareas y materiales	Q	Media
Coordinación. Contenidos organizados y no solapados		5,5
Objetivos propuestos alcanzados		5,5
Trabajo no presencial útil		5,5
Componente práctico adecuado		4,8
Materiales ofrecidos actuales y novedosos		4,5
Contenido innovador		4,3

Formación recibida y matriculación	Q	Media	Satisfacción	Q	Media
Proceso de matriculación		7,0	Prestigio UCM		7,7
Tutorías presenciales útiles		6,8	Orgullo estudiante UCM		7,2
Labor docente del profesorado		6,1	Satisfacción UCM		6,8
Competencias de la titulación		6,0	Actividades complementarias		6,5
Acceso al mundo laboral		5,3	Recursos y Medios		6,4
Acceso al mundo de la investigación		4,7	Atención al estudiante		5,4

Prácticas externas	Q	Media
Satis. prácticas externas		7,1
Valoración formativa		7,0
Utilidad percibida para empleabilidad		6,9
Atención tutor/colaborador		6,7
Gestión del Centro		6,0

Compromiso	Q	Media
Repetir estudios superiores		7,3
Repetir titulación		7,0
Repetir en la UCM		7,0
Recomendar titulación		6,5
Recomendar la UCM		7,2
Seguir en la misma titulación		6,6
Seguir como alumno de la UCM		5,9



PROFESORADO

*Resultados de las Encuestas de
Satisfacción con la Titulación*

Curso 2023-2024



OFICINA para la CALIDAD

Vicerrectorado de Calidad

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

CURSO: 2023-24

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Población N

-

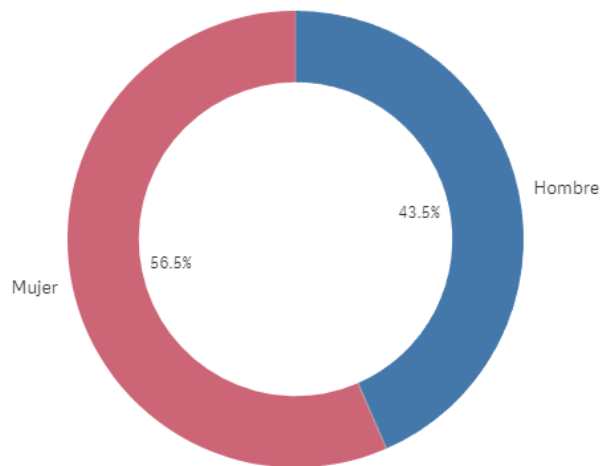
%_Participacion

-

Participación n

23

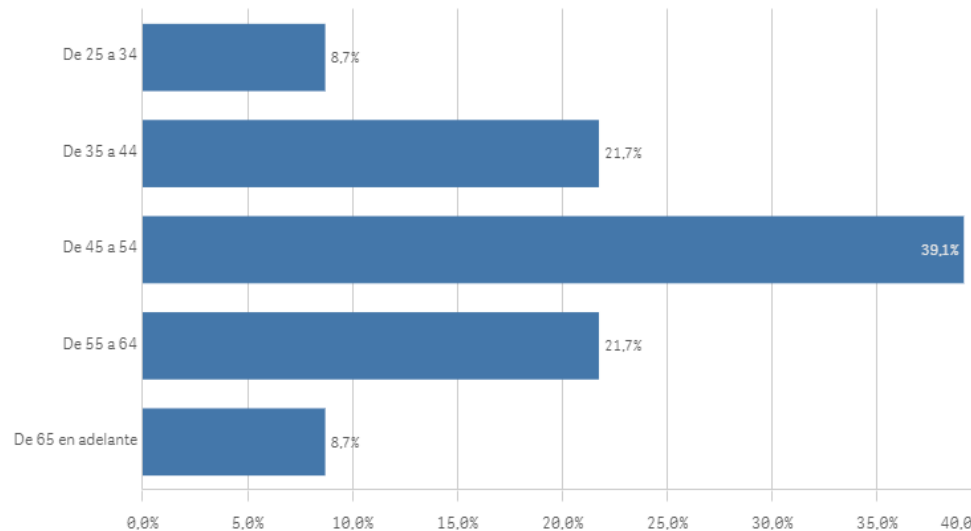
Genero



■ Hombre ■ Mujer

Edad (años)

(%) Porcentaje por franjas



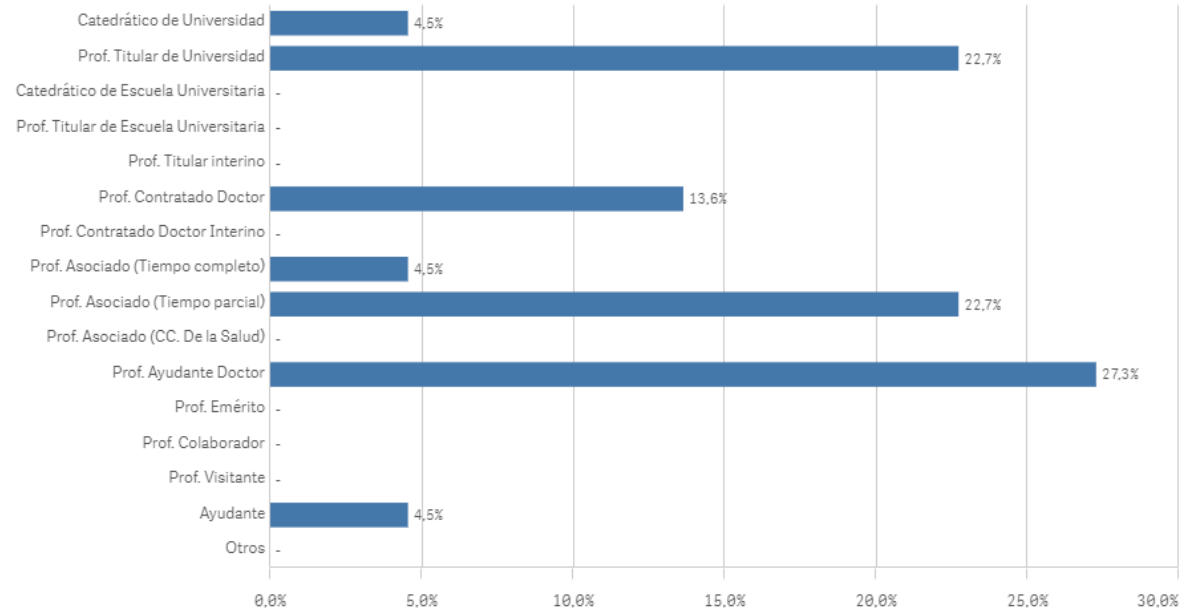
Edad media (años)

50,3

Des. Típica

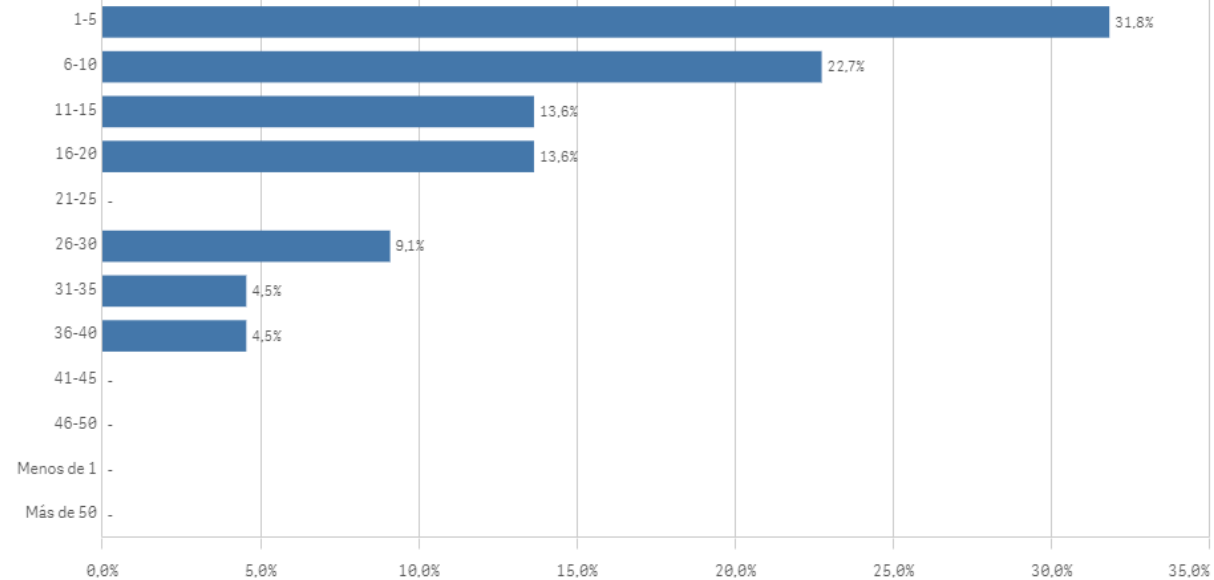
9,9

Distribución por categorías

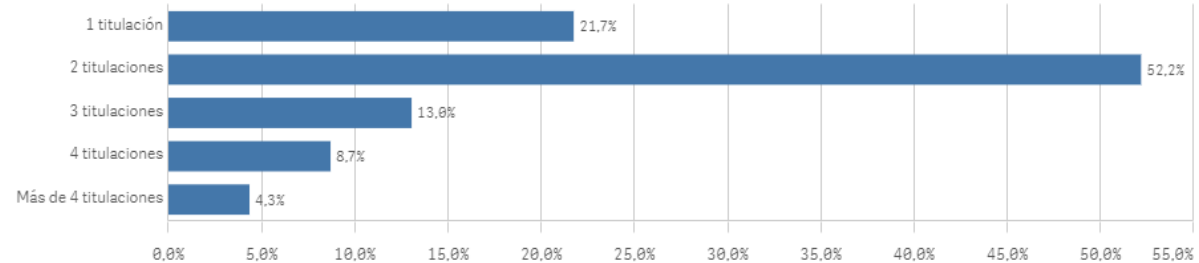


Experiencia laboral (años)

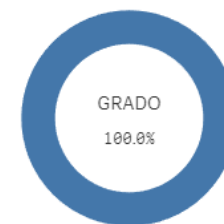
(%) Porcentaje por franjas



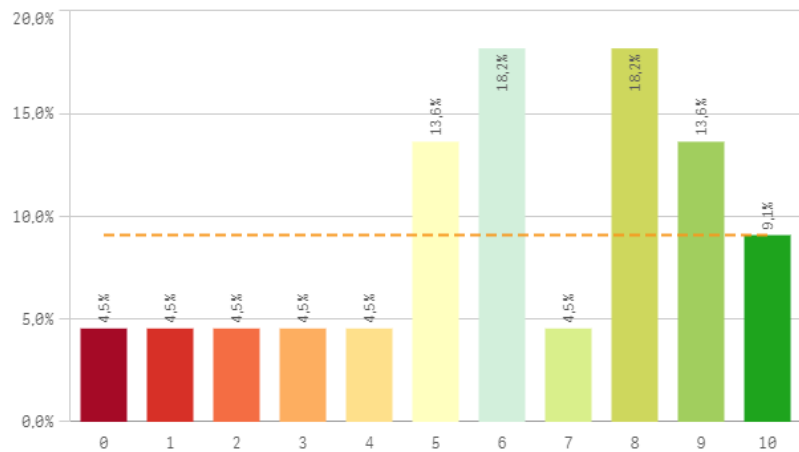
Distribución por Nº de Titulaciones



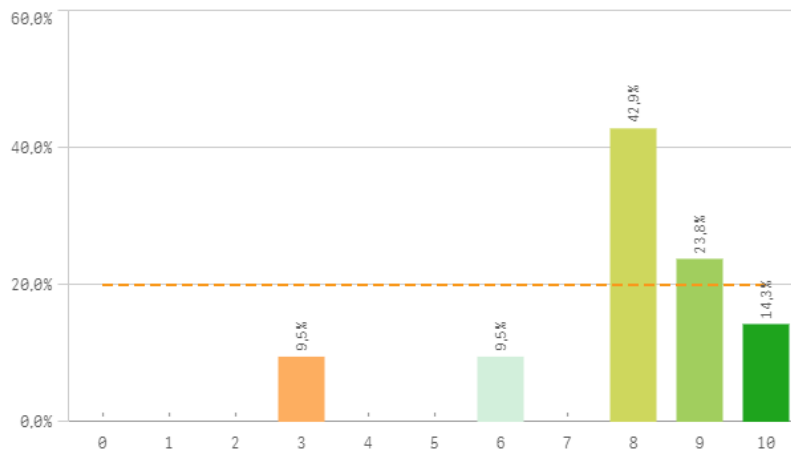
Tipo de titulación (%)



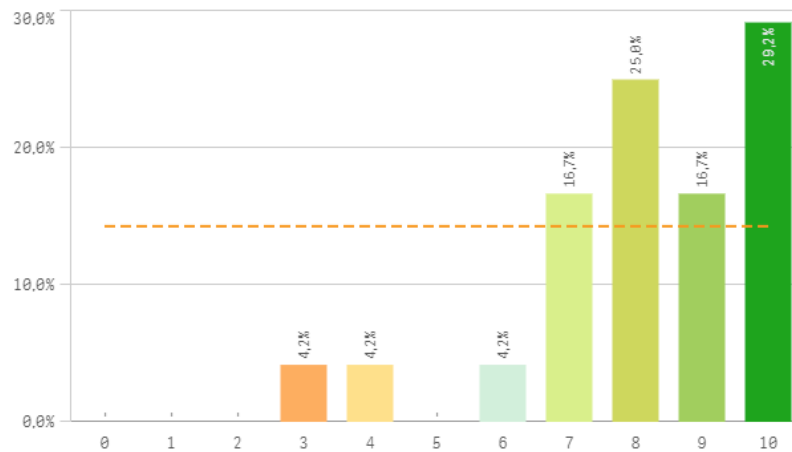
Plan de estudios



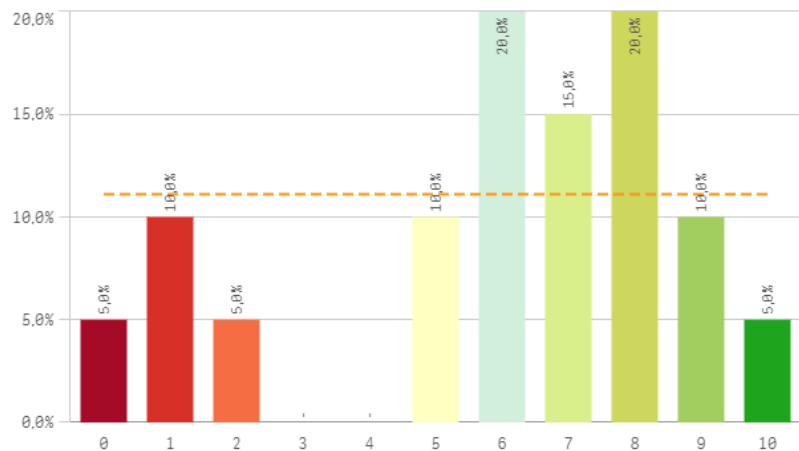
Objetivos claros



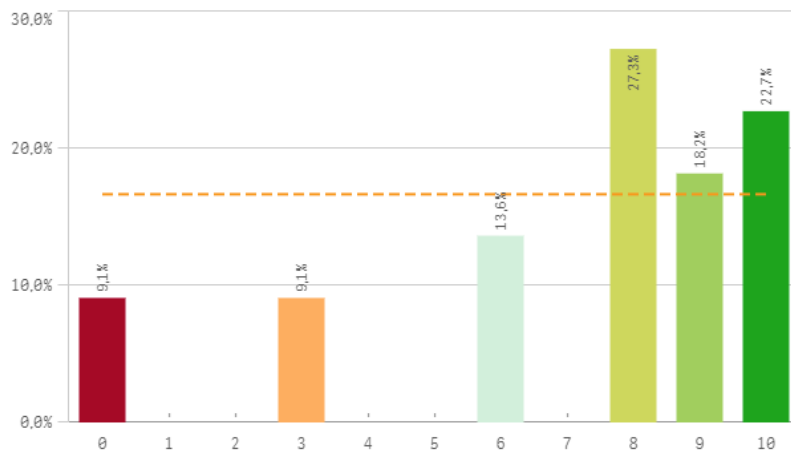
Cumplimiento del programa



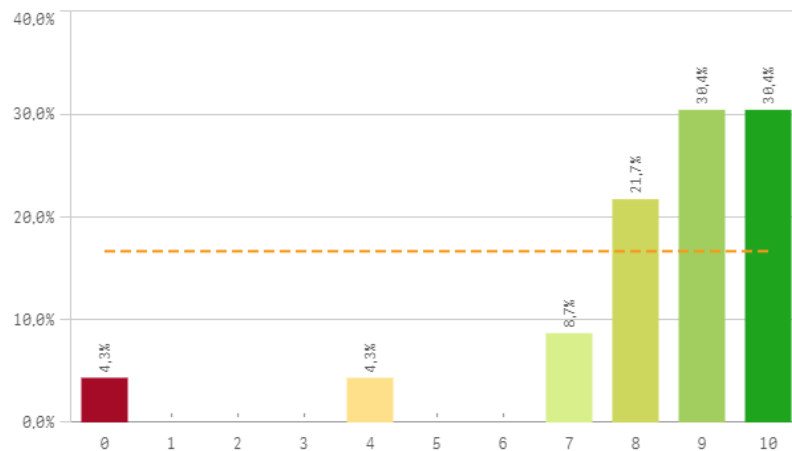
Orientación internacional



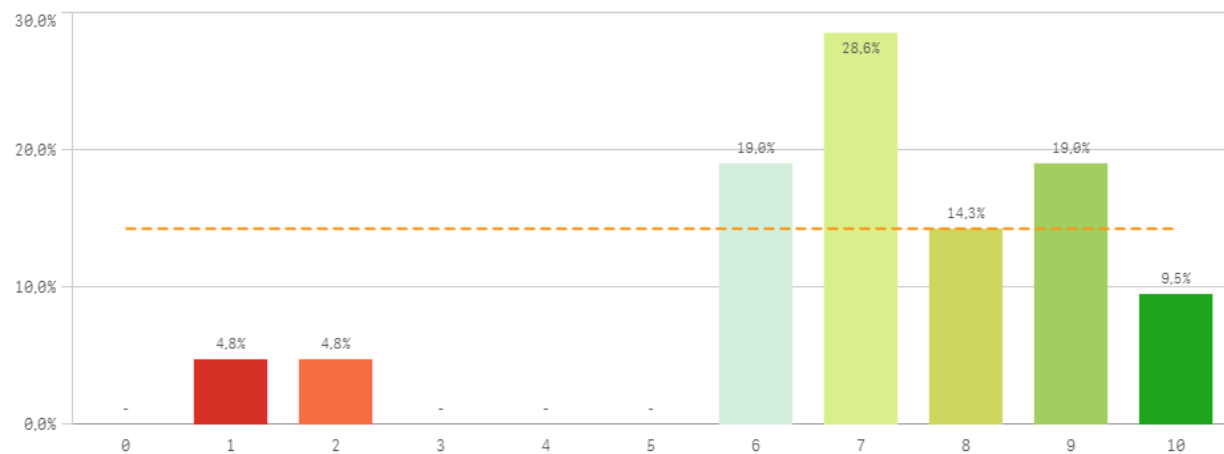
Coordinación de la titulación



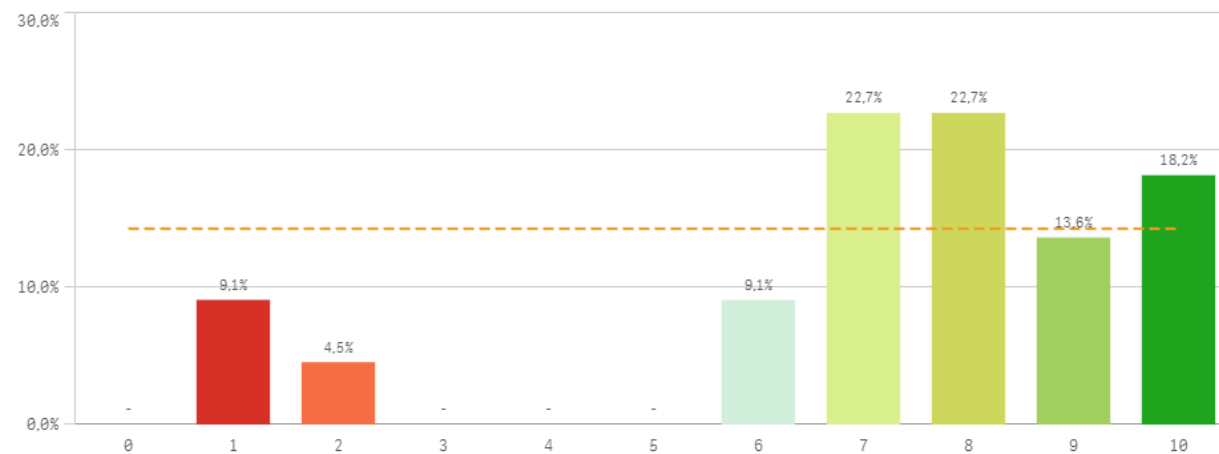
Alumnos por aula



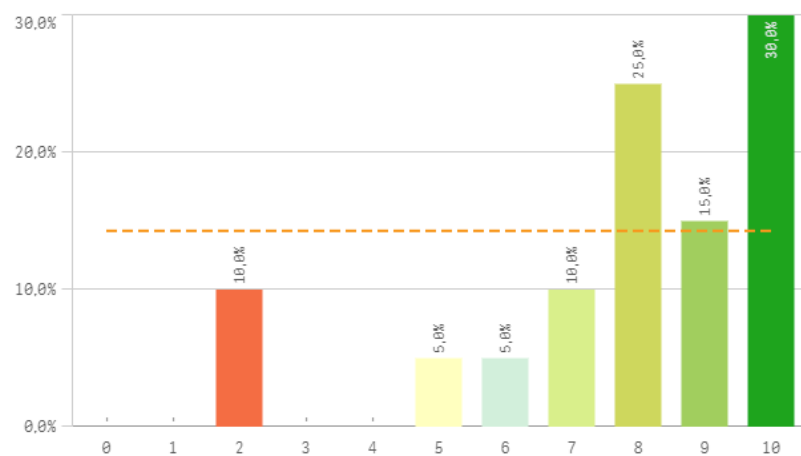
Dificultad apropiada



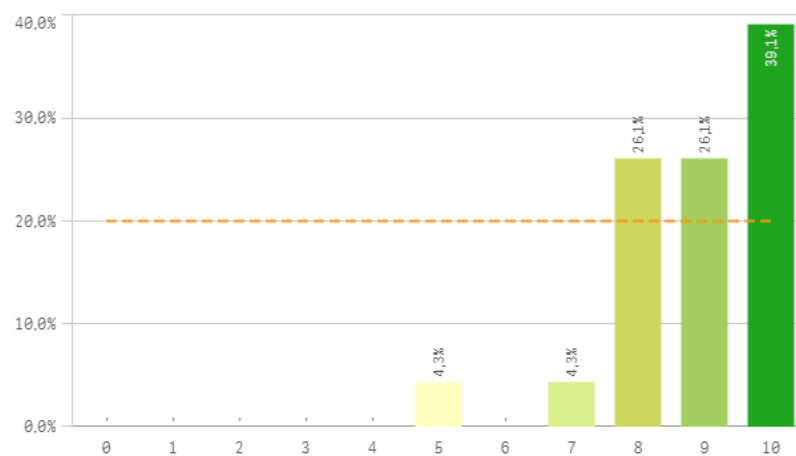
Integración teoría/práctica



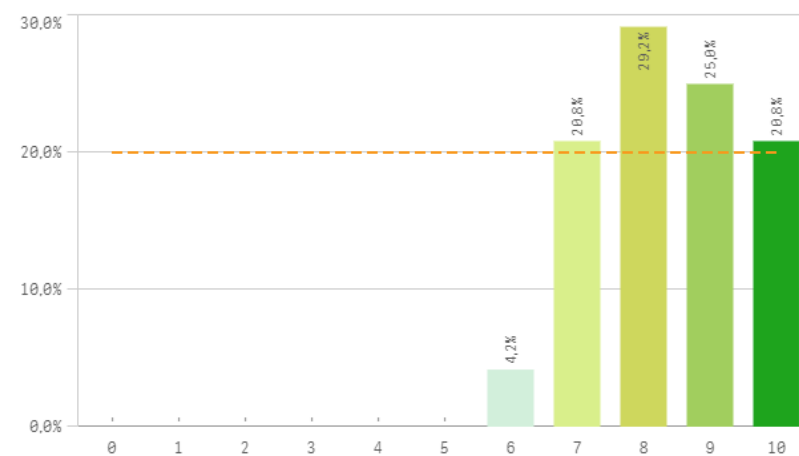
Relación calidad/precio



Calificaciones en tiempo



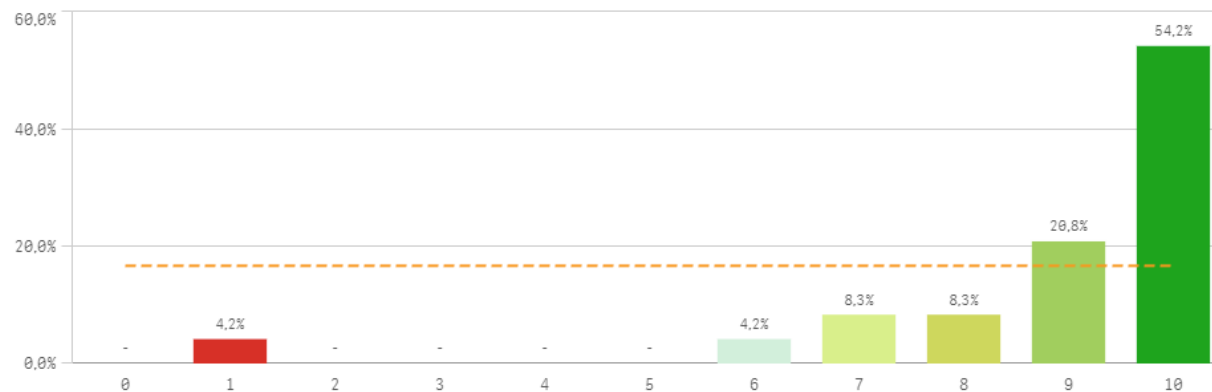
Importancia en la sociedad



Prácticas externas

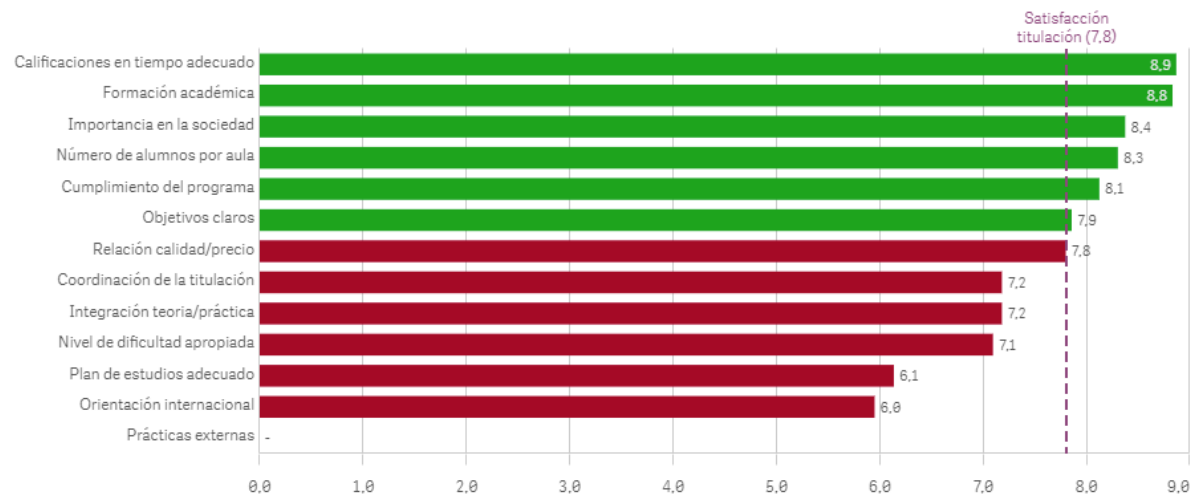
El gráfico no se muestra porque solo contiene valores indefinidos.

Formación académica relacionada

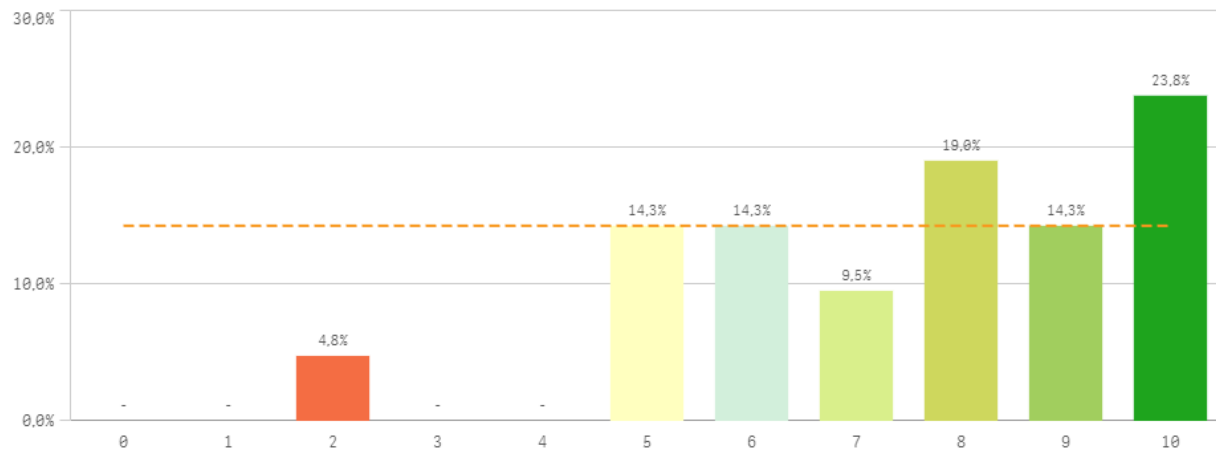


Aspectos de la titulación	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Calificaciones en tiempo adecuado		8,9	1,3	9,0	10,0
Formación académica		8,8	2,0	10,0	10,0
Importancia en la sociedad		8,4	1,2	8,0	8,0
Número de alumnos por aula		8,3	2,3	9,0	-
Cumplimiento del programa		8,1	1,9	8,0	10,0
Objetivos claros		7,9	1,9	8,0	8,0
Relación calidad/precio		7,8	2,4	8,0	10,0
Coordinación de la titulación		7,2	3,1	8,0	8,0
Integración teoría/práctica		7,2	2,7	8,0	-
Nivel de dificultad apropiada		7,1	2,3	7,0	7,0
Plan de estudios adecuado		6,1	2,8	6,0	-
Orientación internacional		6,0	2,9	6,5	-
Prácticas externas		-	-	-	-

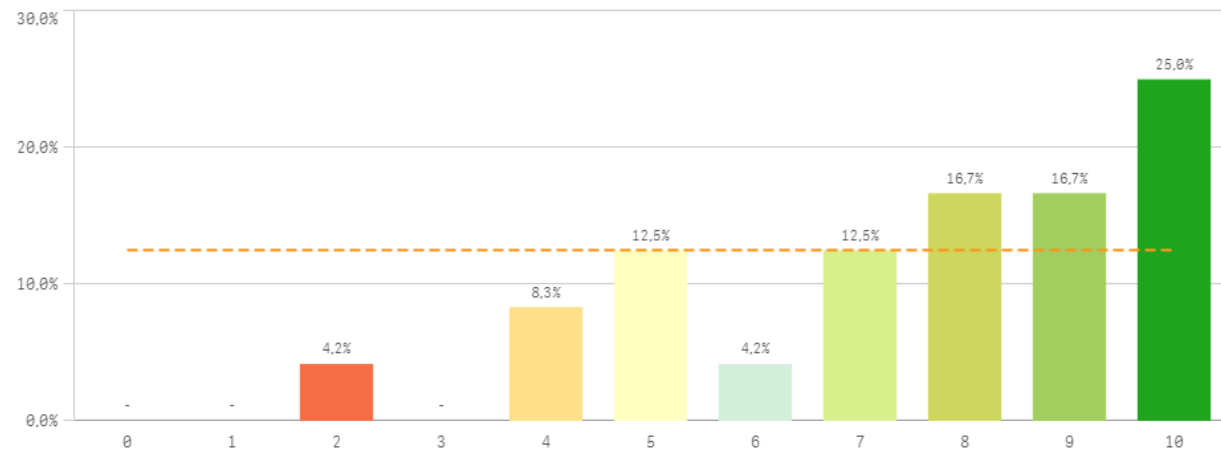
Fortalezas y debilidades



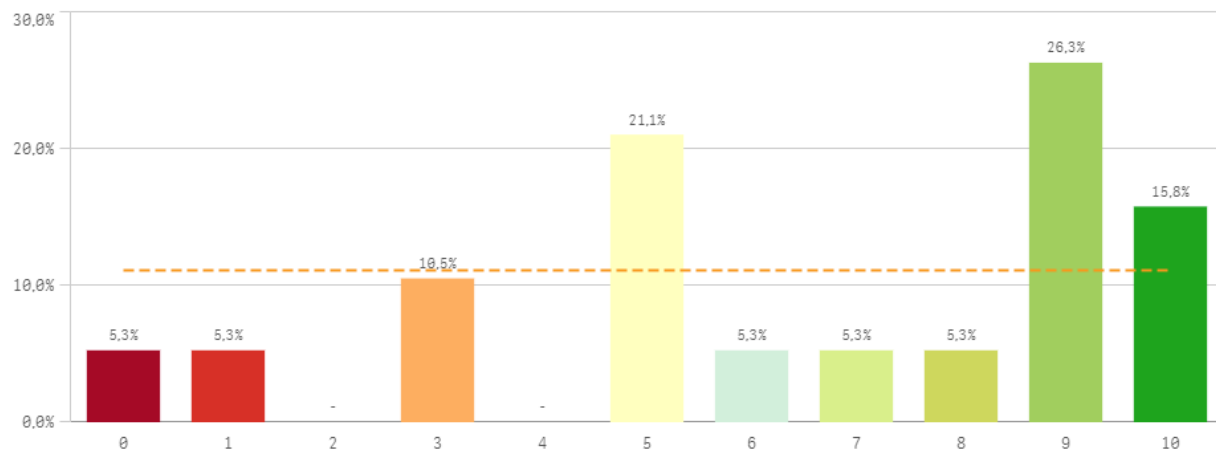
Recursos administrativos suficientes



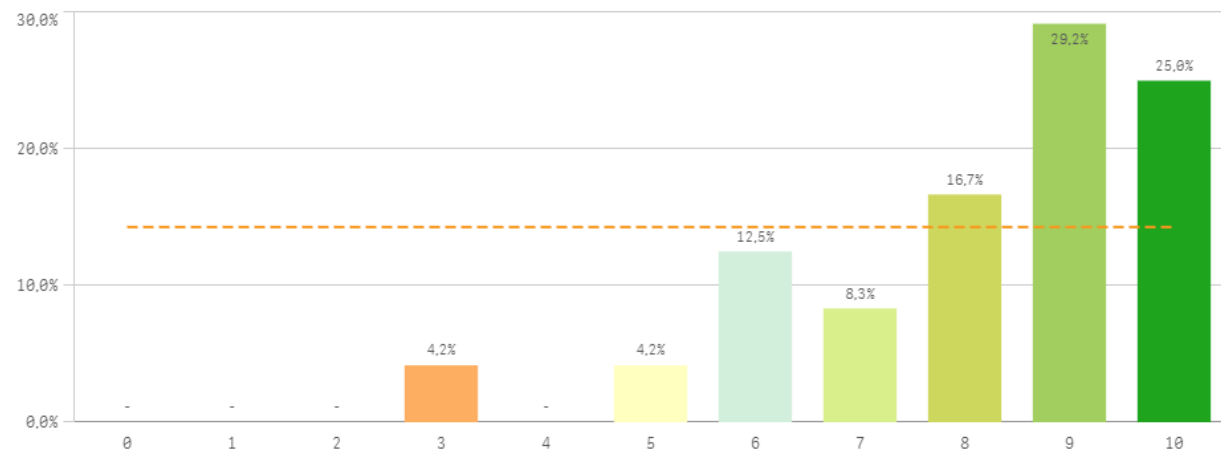
Aulas docencia teorica



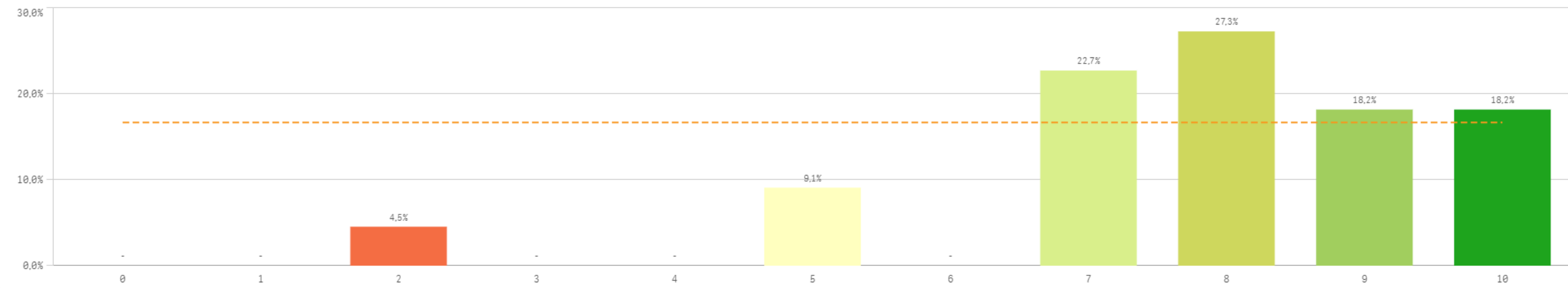
Aulas docencia práctica



Fondos de la biblioteca

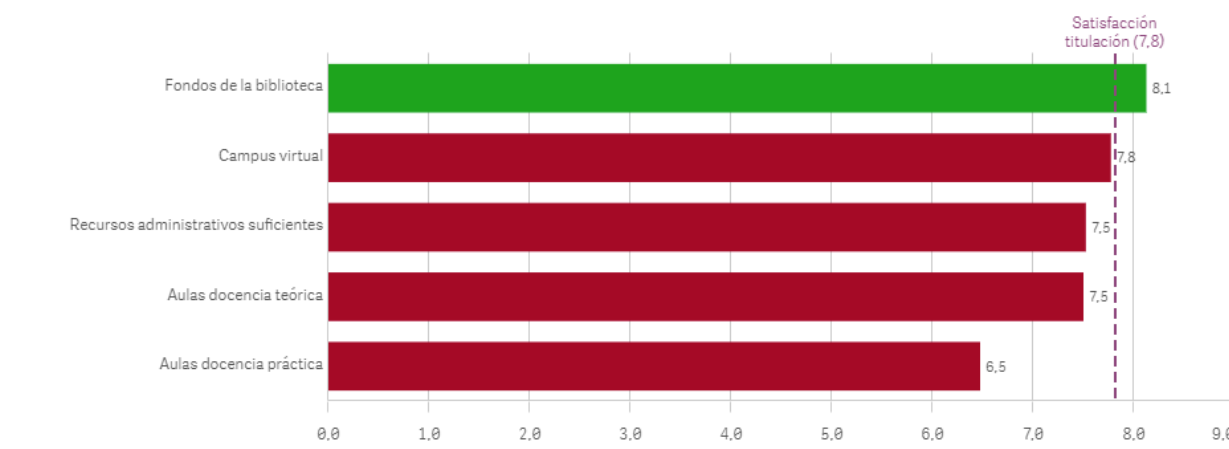


Campus virtual

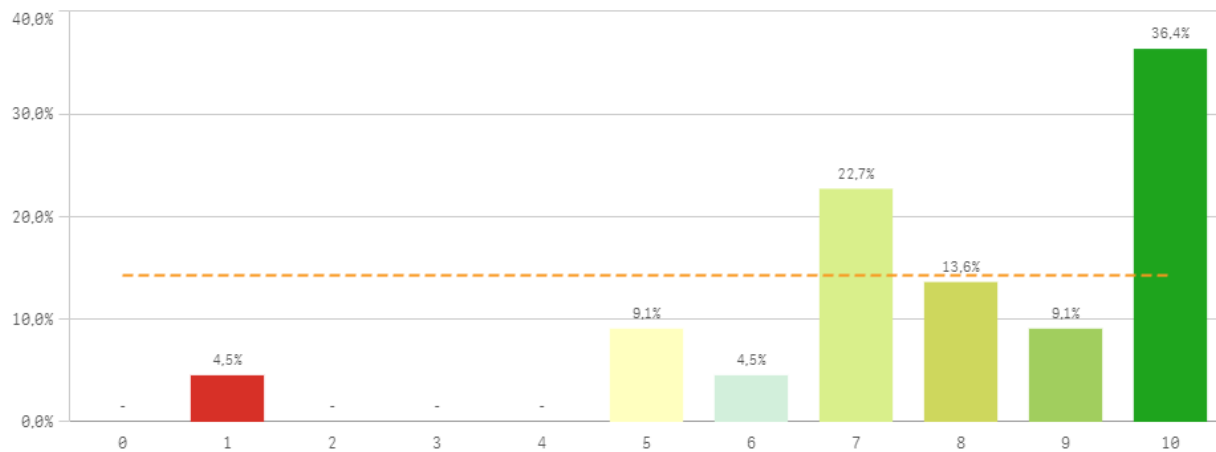


Recursos	Q	Media	Desv típica	Mediana	Moda
Fondos de la biblioteca		8,1	1,8	9,0	9,0
Campus virtual		7,8	1,9	8,0	8,0
Recursos administrativos suficientes		7,5	2,2	8,0	10,0
Aulas docencia teórica		7,5	2,3	8,0	10,0
Aulas docencia práctica		6,5	3,1	7,0	9,0

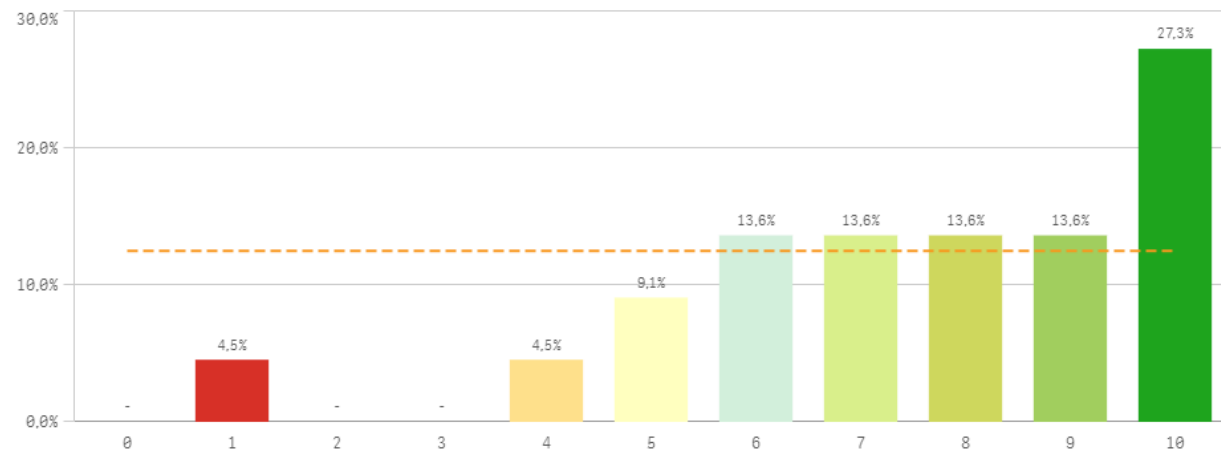
Fortalezas y debilidades



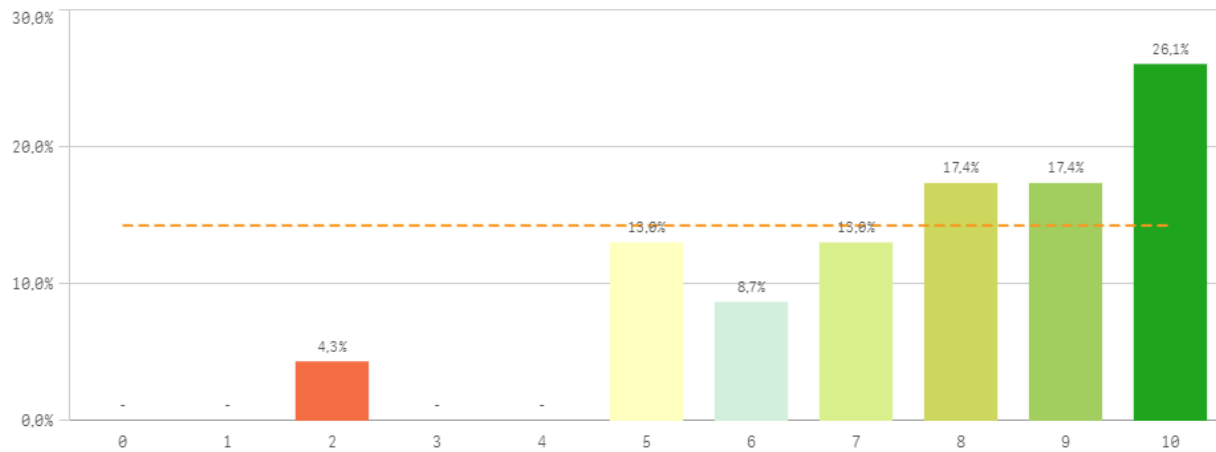
Atención prestada por el PAS



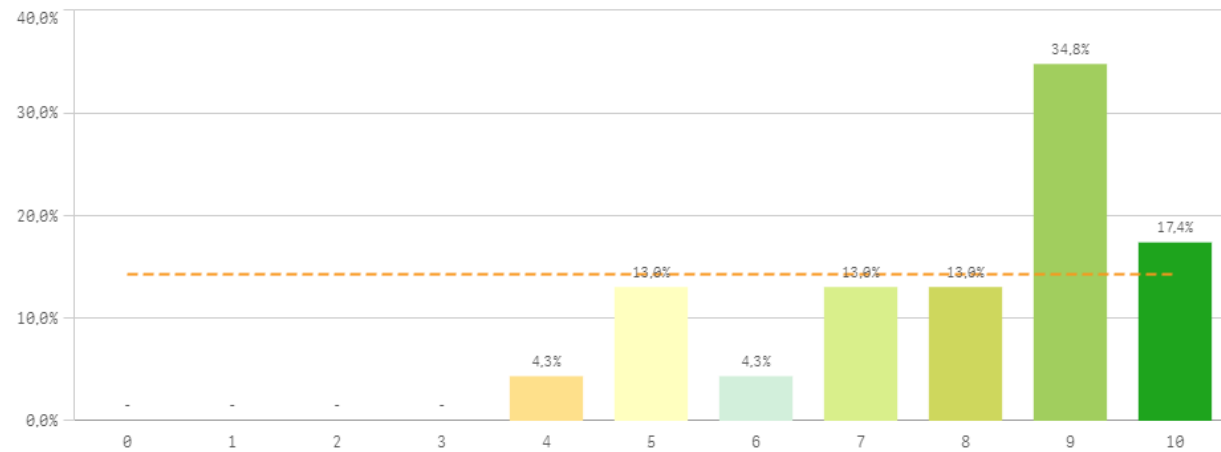
Apoyo técnico y logístico



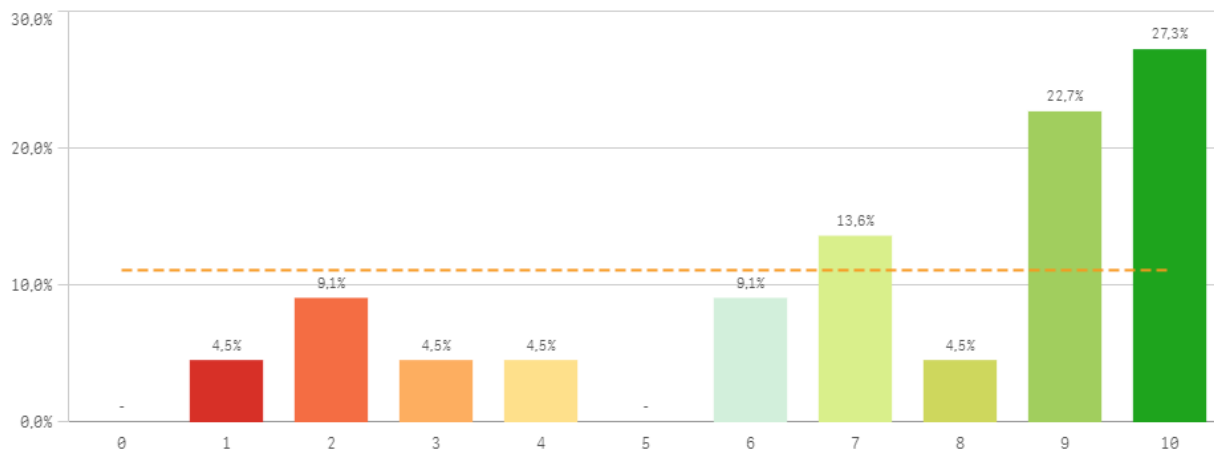
Procesos administrativos de la titulación



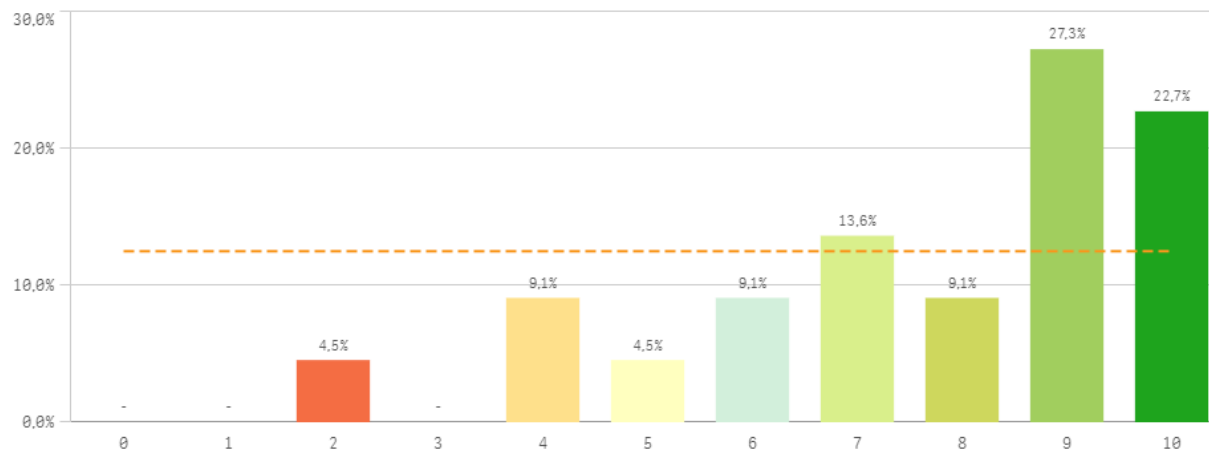
Procesos administrativos comunes



Organización de horarios

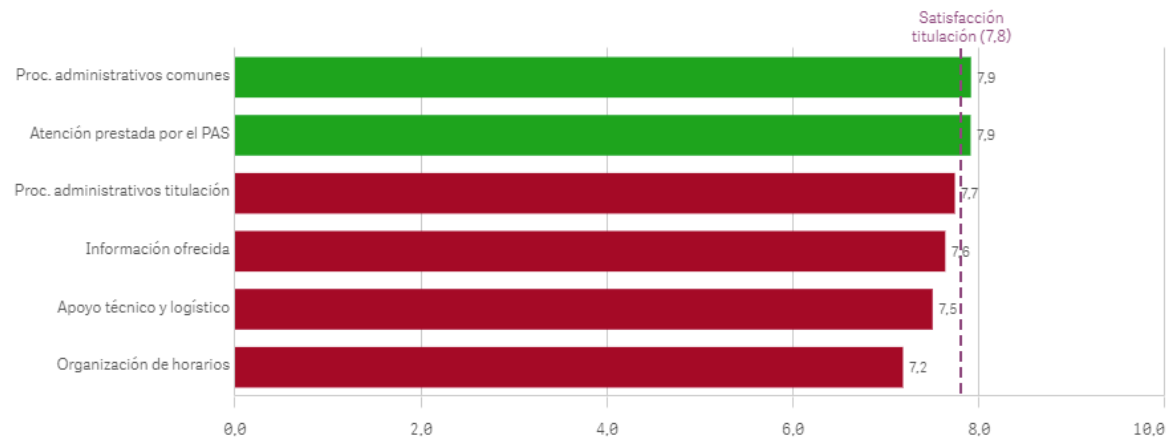


Información ofrecida



Gestión de la titulación	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Proc. administrativos comunes		7,9	1,8	9,0	9,0
Atención prestada por el PAS		7,9	2,3	8,0	10,0
Proc. administrativos titulación		7,7	2,1	8,0	10,0
Información ofrecida		7,6	2,3	8,5	9,0
Apoyo técnico y logístico		7,5	2,4	8,0	10,0
Organización de horarios		7,2	3,0	8,5	10,0

Fortalezas y debilidades

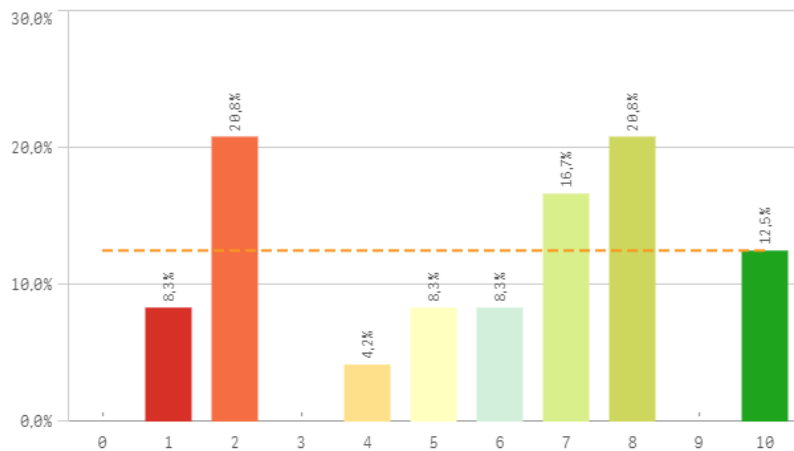


Grado-Máster PDI: Observaciones y opiniones por Centro

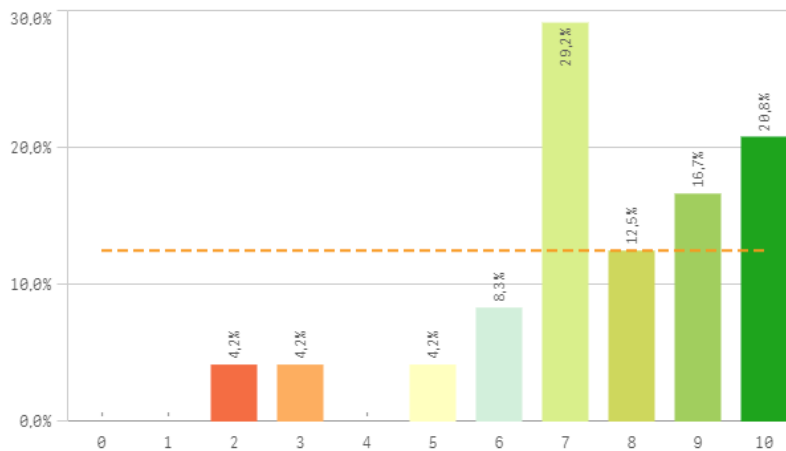
Centro	Observaciones
INFORMACIÓN	- En general, todas las aplicaciones informáticas de la UCM son muy poco funcionales y hacen perder mucho tiempo, especialmente el Campus Virtual; esto no es culpa de los informáticos sino de los máximos responsables. Los emails del Vicerrector de Tecnología son increíblemente confusos. - Hay un exceso de burocracia en la UCM, un grupo de personas que se preocupan de complicar las cosas porque eso le da algún tipo de poder. Cambiar cosas que están obviamente mal lleva tiempo y a veces resulta imposible. - Los profesores asumimos una gran carga burocrática que no debiera correspondernos. - Todo eso no impide que la UCM tenga un notable talento en docencia e investigación
INFORMACIÓN	El grado de publicidad y relaciones publicas necesita de una actualización, con mayores opciones de especialización para los estudiantes. De nuevos programas para desarrollar todo el potencial y talento de los estudiantes que llegan a esta titulación. Es susceptible de impartirse con dobles grados vinculados a sus campos de experiencia. Hace falta formular los grados nuevos que pueden acompañarlo y precisa de docencia en inglés y docencia practica. Y debe ser revisado por profesionales y profesores única y exclusivamente de esta area de conocimiento, conocedores de las tendencias en el mercado y de las nuevas necesidades de formacion y conocimiento que la industria publicitaria
INFORMACIÓN	Estoy orgulloso de pertenecer a la UCM. En nuestro campo somos la mejor de España, sin duda.
INFORMACIÓN	La UCM tiene que reconocer el esfuerzo investigador y la excelencia de sus profesores del colectivo PAD. Se observa un agravio comparativo importante con otras universidades públicas madrileñas en cuanto al sistema de promoción y reconocimiento de las acreditaciones de ANECA.
INFORMACIÓN	No existe coordinación alguna a nivel departamental. No sé lo que imparten el resto de profesores de mi asignatura ni de mi grupo. Esto perjudica a la docencia. El personal docente está más interesado en su carrera y en su labor investigadora (que es lo que les hace promocionar), que en los alumnos y la docencia. Los criterios de asignación de horarios, docentes, etc. están mediatizados por eso. Una pena
INFORMACIÓN	Para evitar que se resienta la calidad docente se debería supervisar quién da clase. Hay mucho docente asociado que imparte asignaturas que no conocen y luego los estudiantes tienen muchas lagunas que hay que suplir. Asimismo, como se coloca en cualquier asignatura a esos docentes se desplaza a los docentes especialistas de esas materias a otras asignaturas que no son de su rama de conocimiento lo que acrecenta el problema.



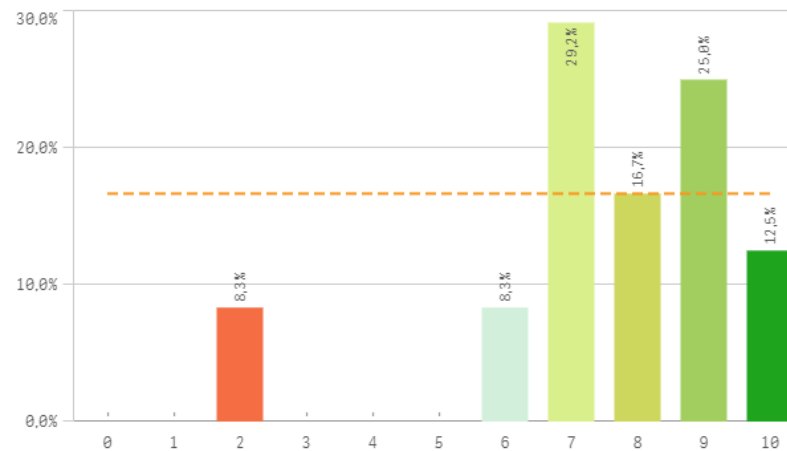
Aprovechamiento de las tutorías



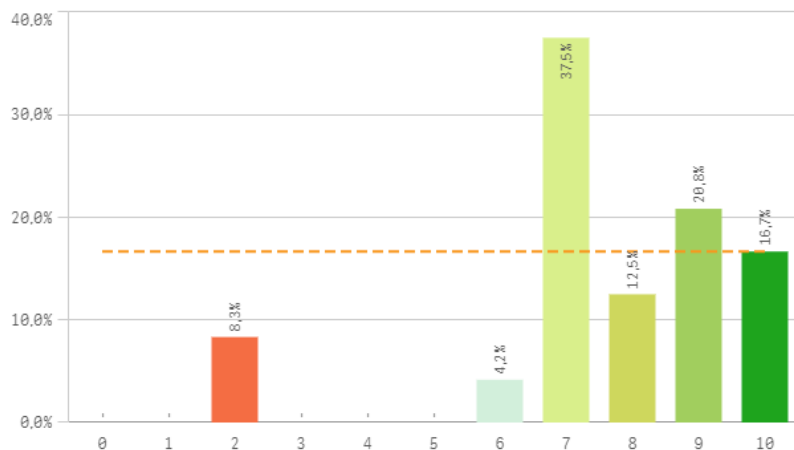
Implicación de los alumnos



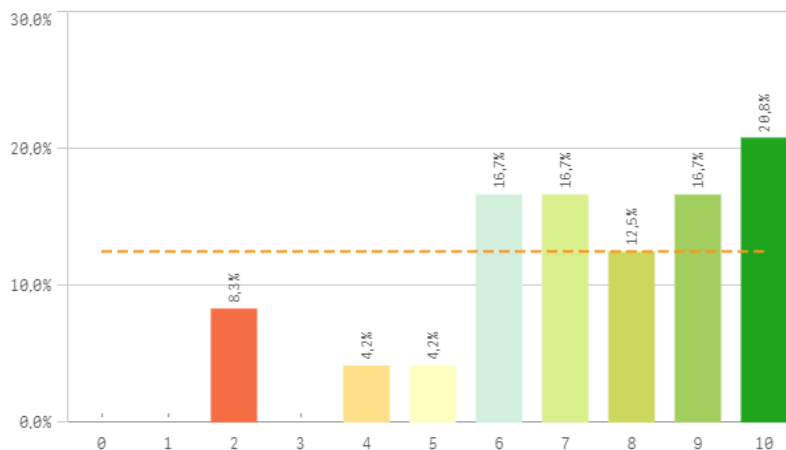
Adquisición de competencias del plan de estudios



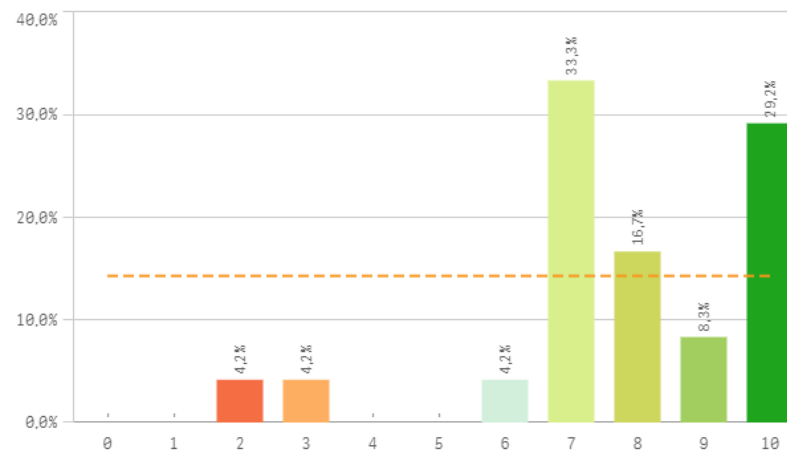
Compromiso del alumnado



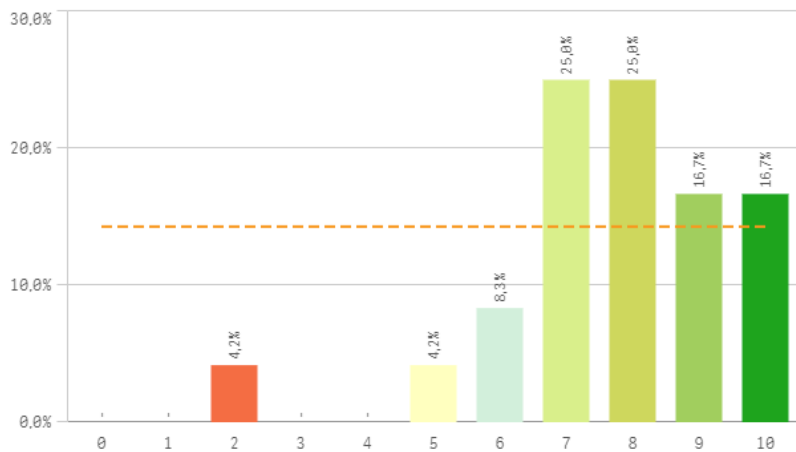
Nivel de trabajo



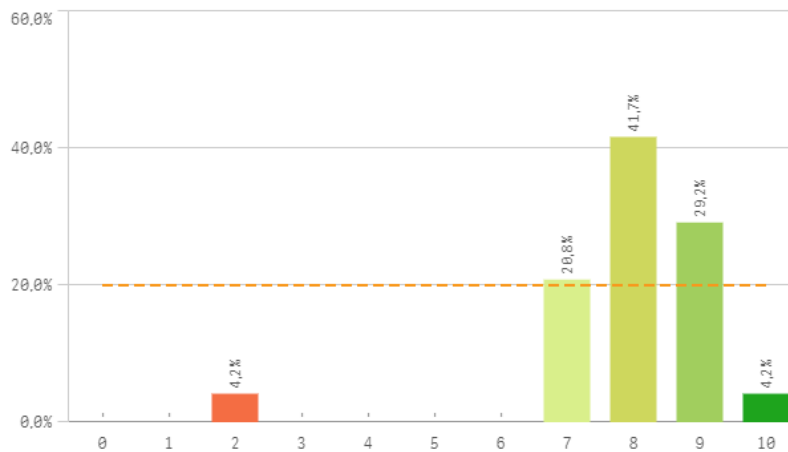
Implicación con la evaluación continua de los alumnos



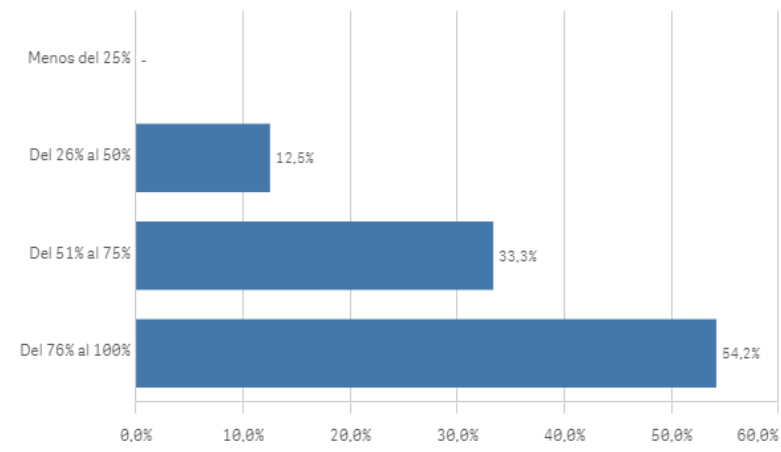
Aprovechamiento de las clases



Satisfacción con los resultados de los alumnos

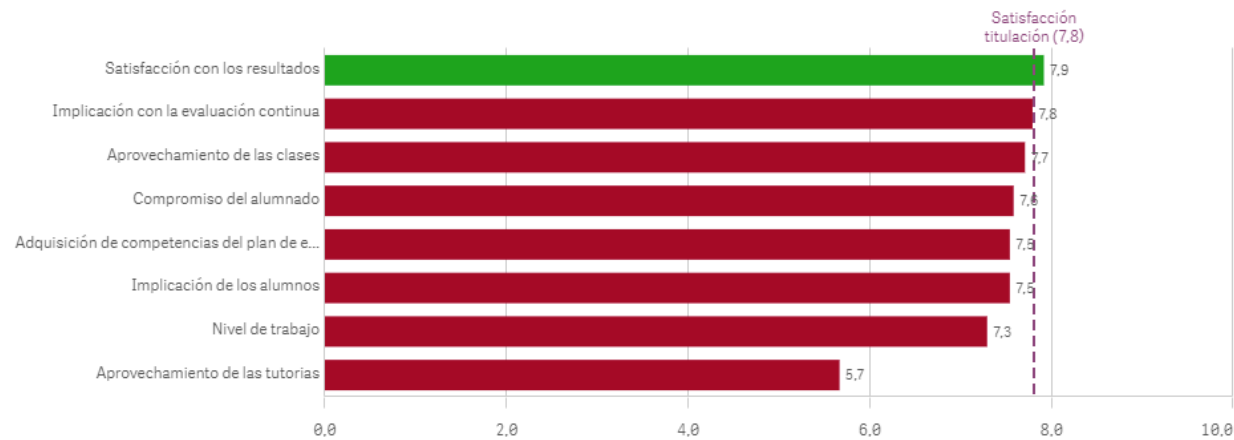


Asistencia de alumnos (%)

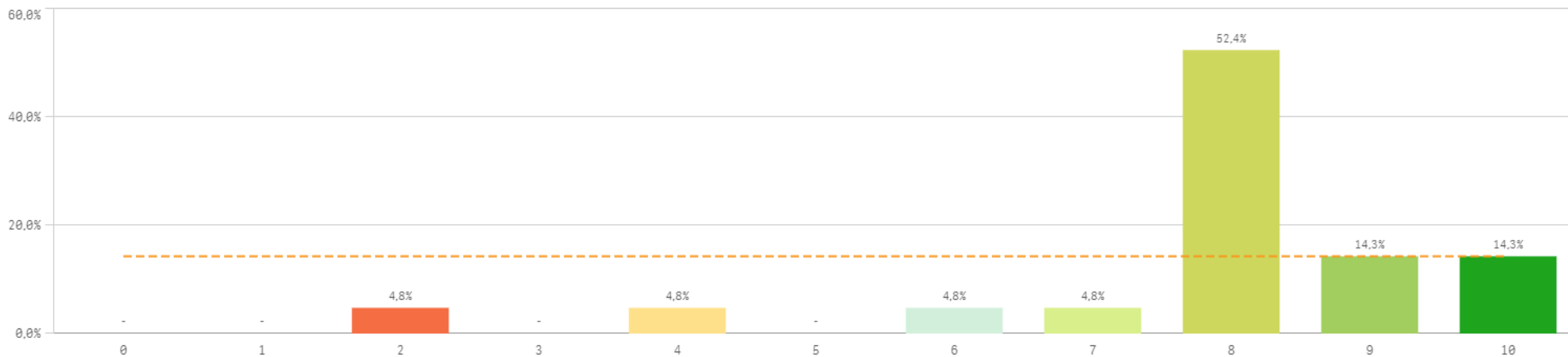


Satisfacción con los alumnos	Q	Media	Dev. típica	Mediana	Moda
Satisfacción con los resultados		7,9	1,5	8,0	8,0
Implicación con la evaluación continua		7,8	2,1	8,0	7,0
Aprovechamiento de las clases		7,7	1,8	8,0	-
Compromiso del alumnado		7,6	2,1	7,5	7,0
Adquisición de competencias del plan de estudios		7,5	2,1	8,0	7,0
Implicación de los alumnos		7,5	2,1	7,5	7,0
Nivel de trabajo		7,3	2,4	7,5	10,0
Aprovechamiento de las tutorías		5,7	3,0	6,5	-

Fortalezas y debilidades

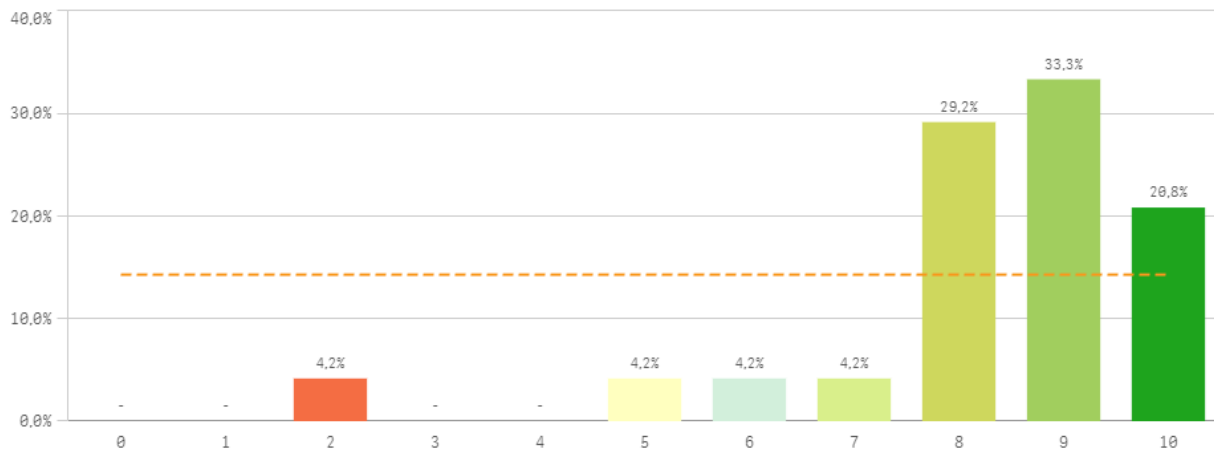


Satisfacción de la titulación

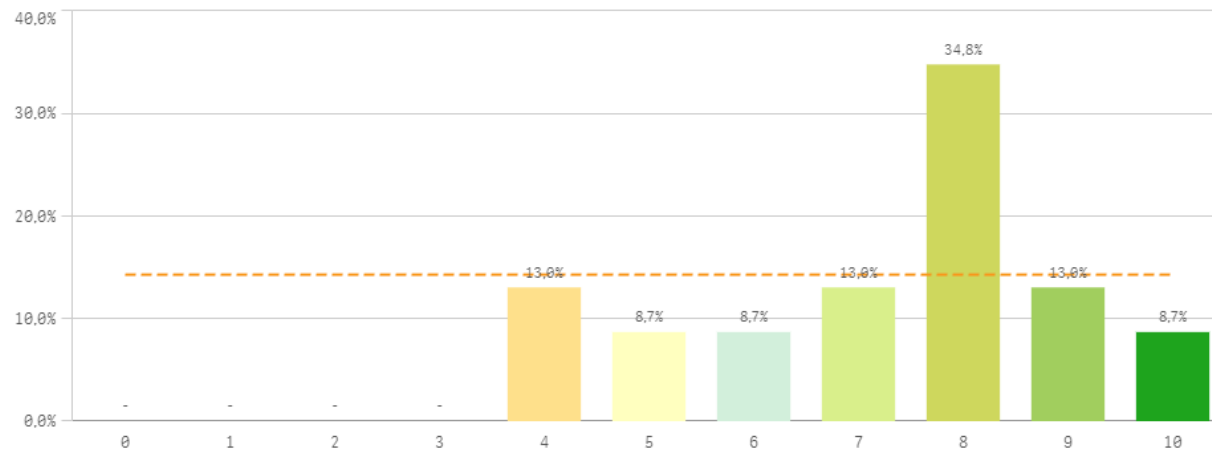


Media	7,8
Desviación Típica	1,9
Mediana	8,0
Moda	8,0

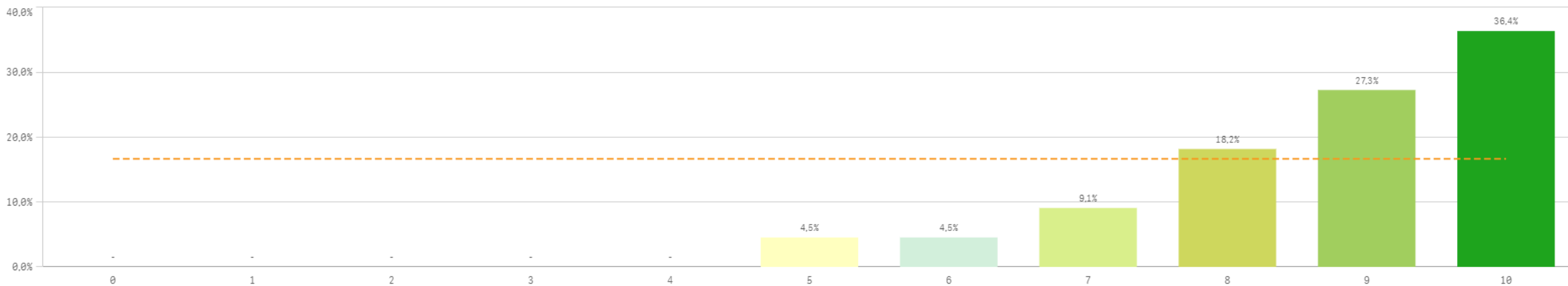
Satisfacción con la actividad docente de la titulación



Satisfacción de la UCM

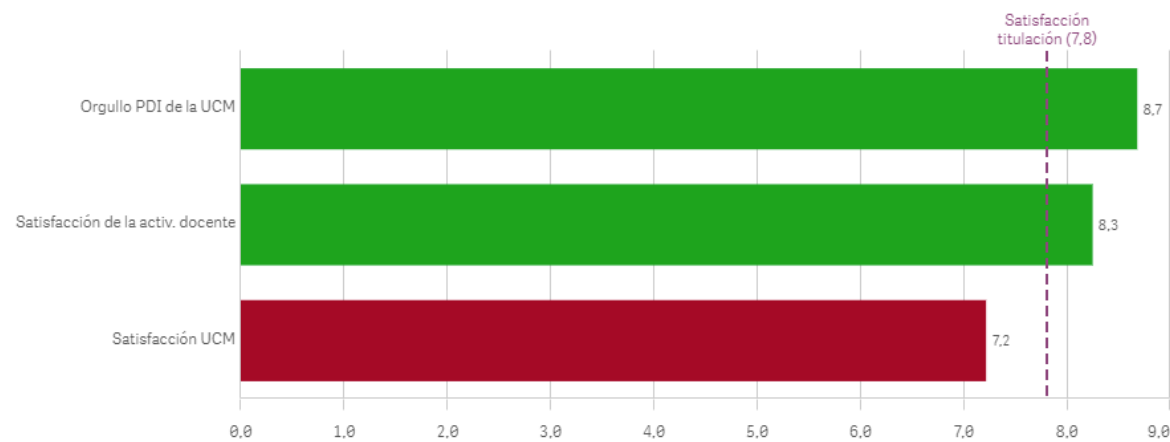


Orgullo ser PDI de la UCM

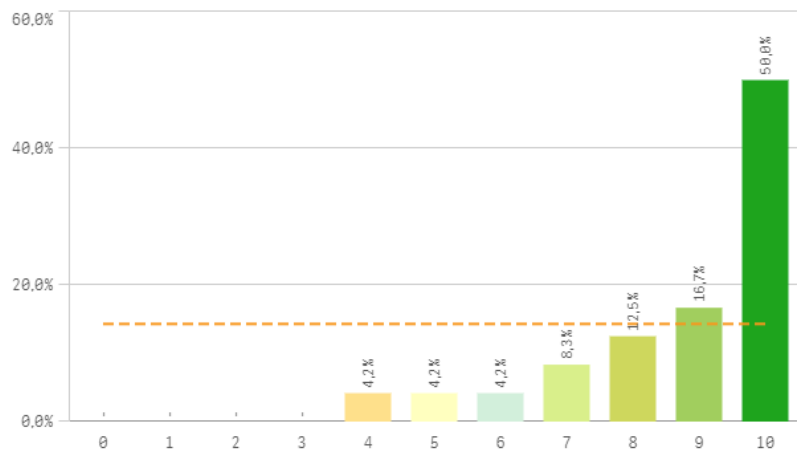


Satisfacción de la titulación	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Orgullo PDI de la UCM		8,7	1,4	9,0	10,0
Satisfacción de la activ. docente		8,3	1,8	9,0	9,0
Satisfacción UCM		7,2	1,8	8,0	8,0

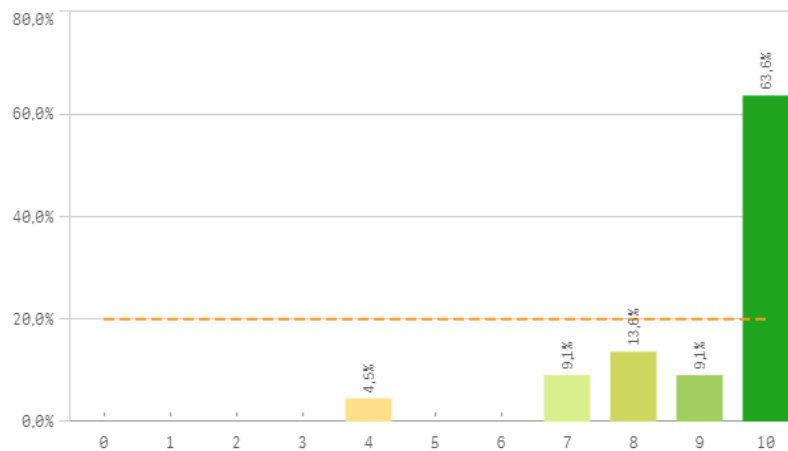
Fortalezas y debilidades



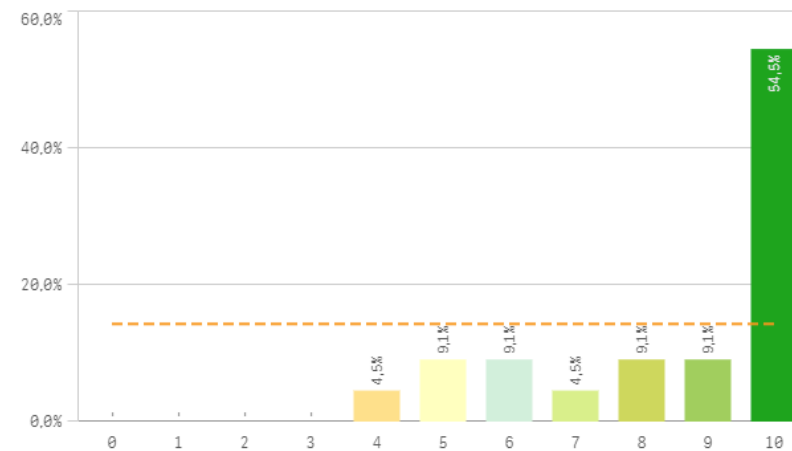
Repetir docencia en la titulación (fidelidad)



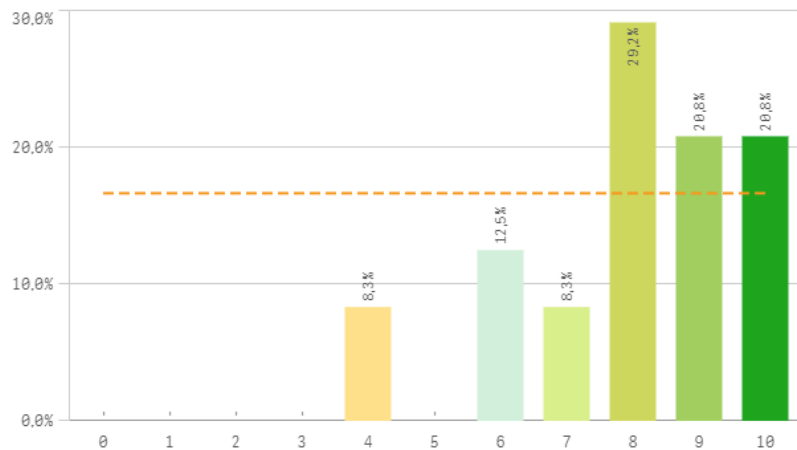
Repetir PDI (fidelidad)



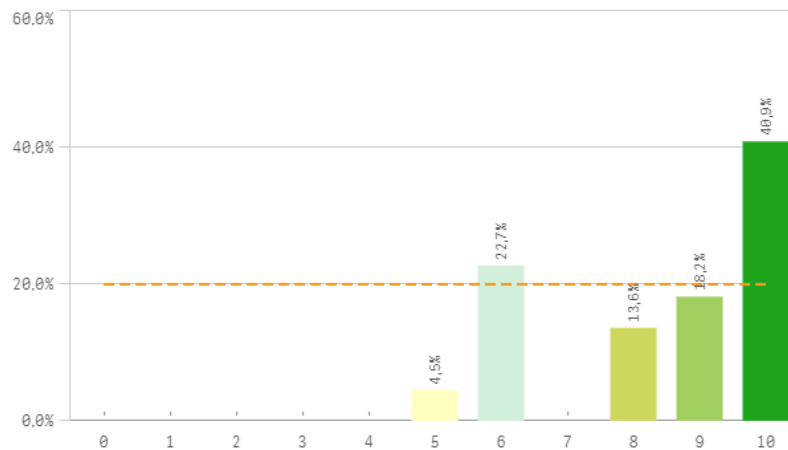
Repetir PDI en la UCM (fidelidad)



Recomendar titulación (preinscripción)



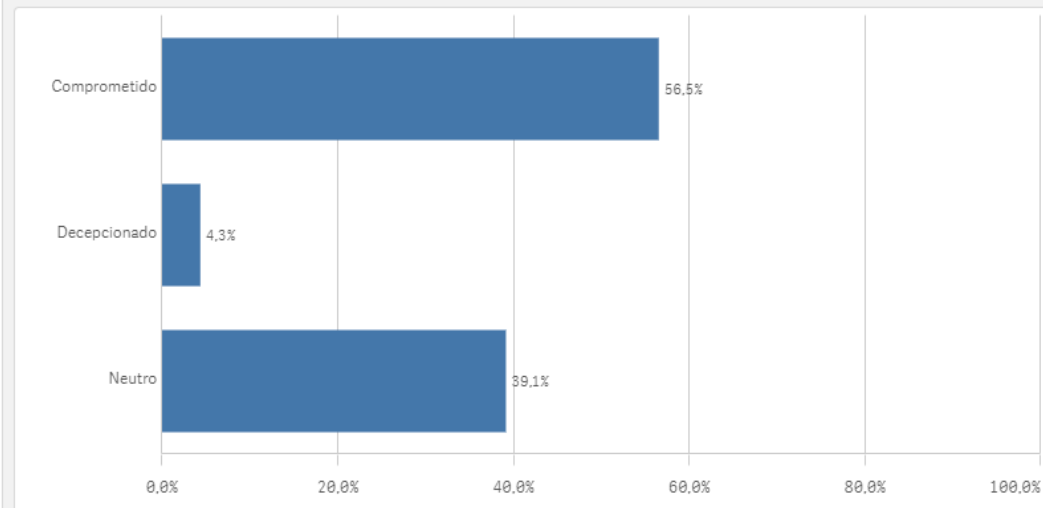
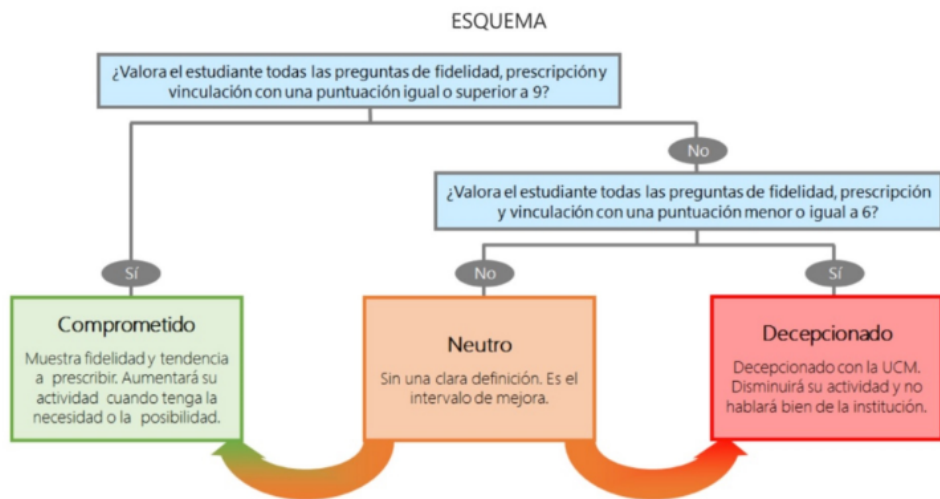
Recomendar estudiar en la UCM (preinscripción)



Compromiso	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Repetir PDI		9,1	1,5	10,0	10,0
Repetir docencia en la titulación		8,7	1,8	9,5	10,0
Repetir PDI en la UCM		8,5	2,0	10,0	10,0
Recomendar estudiar en la UCM		8,4	1,8	9,0	10,0
Recomendar titulación		8,0	1,8	8,0	8,0

Construcción y significado del valor "compromiso":

- * Estudiante comprometido: valora con 9 o más puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.
- * Estudiante neutro: la puntuación que otorga a todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación están entre 6 y 9.
- * Estudiante decepcionado: valora con 6 o menos puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.



Encuestas de Satisfacción
del PDI

CURSO: 2023-24

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Aspectos de la titulación	Q	Media
Calificaciones en tiempo adecuado		8,9
Formación académica		8,8
Importancia en la sociedad		8,4
Número de alumnos por aula		8,3
Cumplimiento del programa		8,1
Objetivos claros		7,9
Relación calidad/precio		7,8
Coordinación de la titulación		7,2
Integración teoría/práctica		7,2
Nivel de dificultad apropiada		7,1
Plan de estudios adecuado		6,1
Orientación internacional		6,0
Prácticas externas		-

Recursos	Q	Media
Fondos de la biblioteca		8,1
Campus virtual		7,8
Recursos administrativos suficientes		7,5
Aulas docencia teórica		7,5
Aulas docencia práctica		6,5

Compromiso	Q	Media
Repetir PDI		9,1
Repetir docencia en la titulación		8,7
Repetir PDI en la UCM		8,5
Recomendar estudiar en la UCM		8,4
Recomendar titulación		8,0

Satisfacción con los alumnos	Q	Media
Satisfacción con los resultados		7,9
Implicación con la evaluación continua		7,8
Aprovechamiento de las clases		7,7
Compromiso del alumnado		7,6
Adquisición de competencias del plan de estudios		7,5
Implicación de los alumnos		7,5
Nivel de trabajo		7,3
Aprovechamiento de las tutorías		5,7

Gestión de la titulación	Q	Media
Proc. administrativos comunes		7,9
Atención prestada por el PAS		7,9
Proc. administrativos titulación		7,7
Información ofrecida		7,6
Apoyo técnico y logístico		7,5
Organización de horarios		7,2

Satisfacción de la titulación	Q	Media
Orgullo PDI de la UCM		8,7
Satisfacción de la activ. docente		8,3
Satisfacción UCM		7,2



EGRESADOS

*Resultados de las Encuestas de
Satisfacción con la Titulación*

Curso 2023-2024



OFICINA para la CALIDAD

Vicerrectorado de Calidad

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

CURSO: 2023-24

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Población N

178

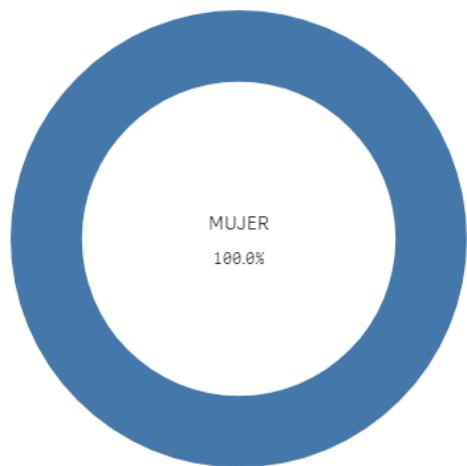
%_Participacion

3,9%

Participación n

7

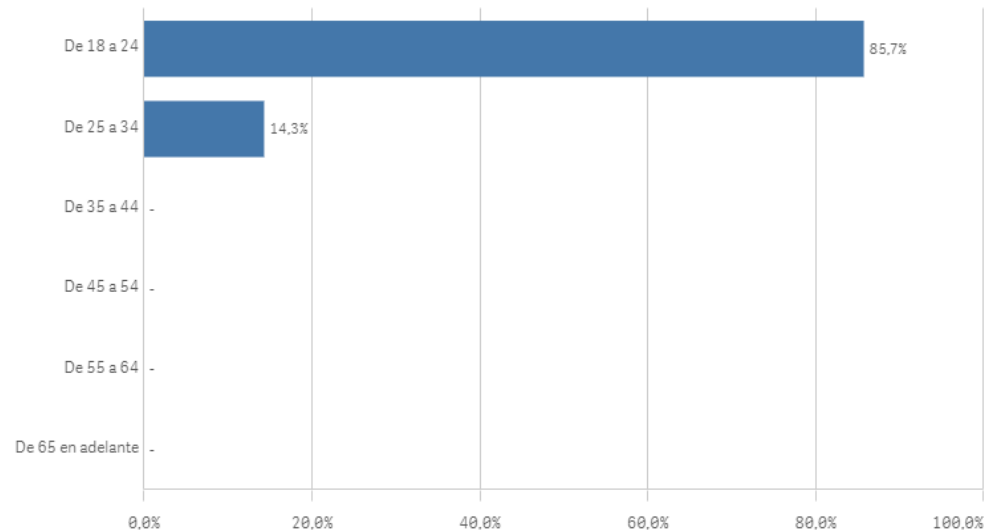
Genero



■ MUJER

Edad (años)

(%) Porcentaje por franjas

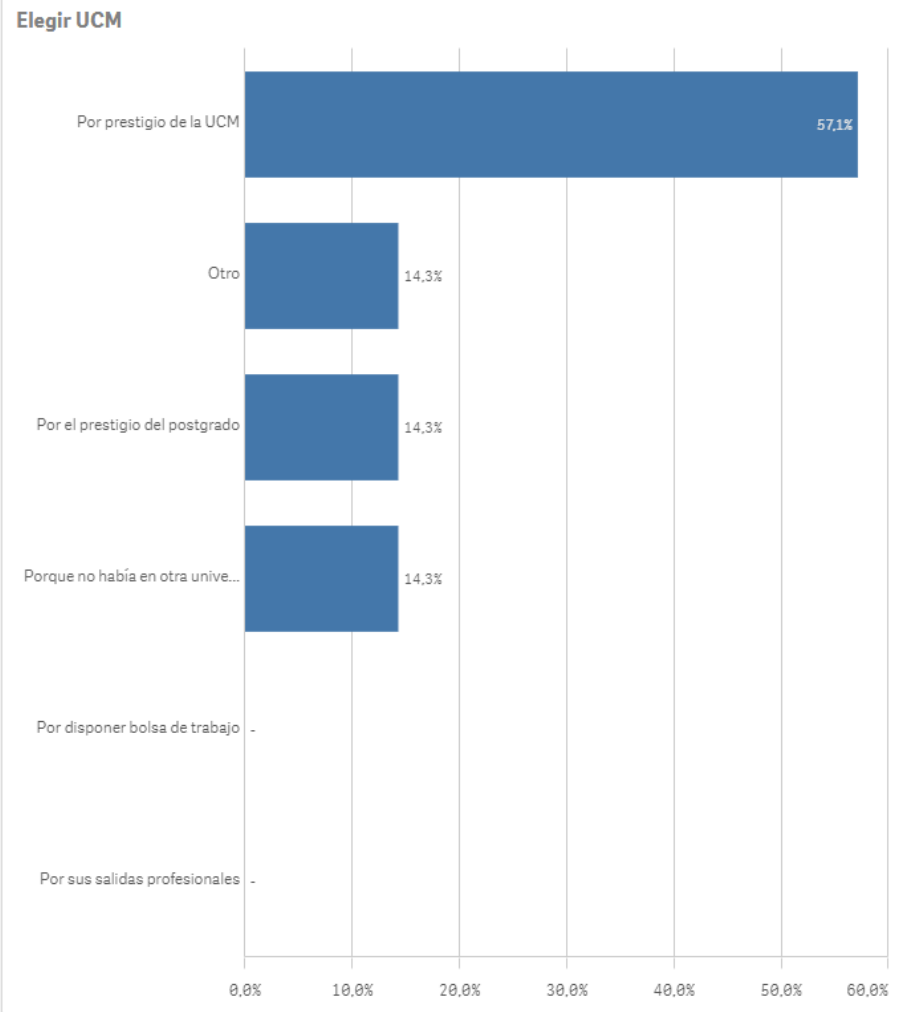
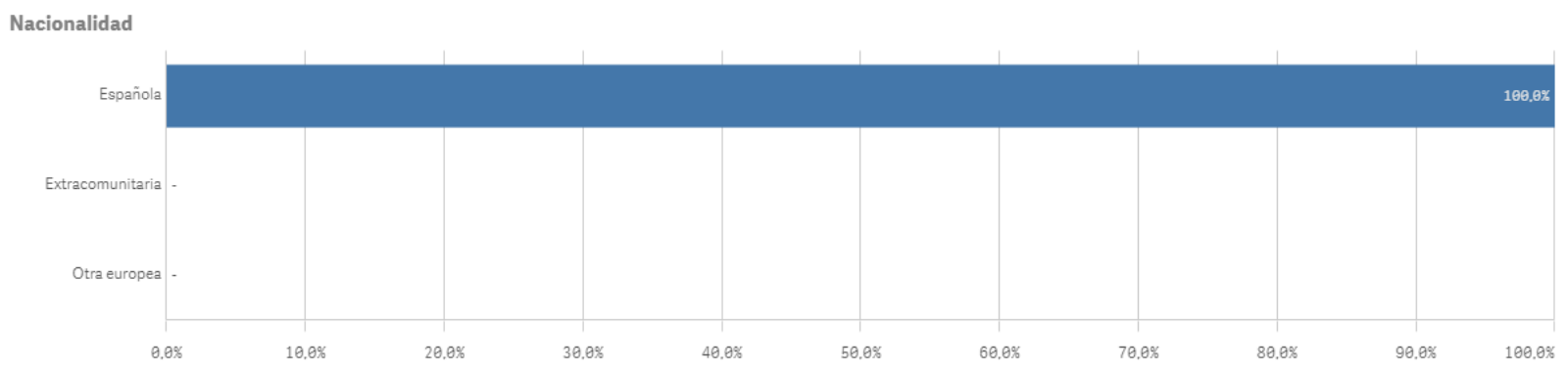
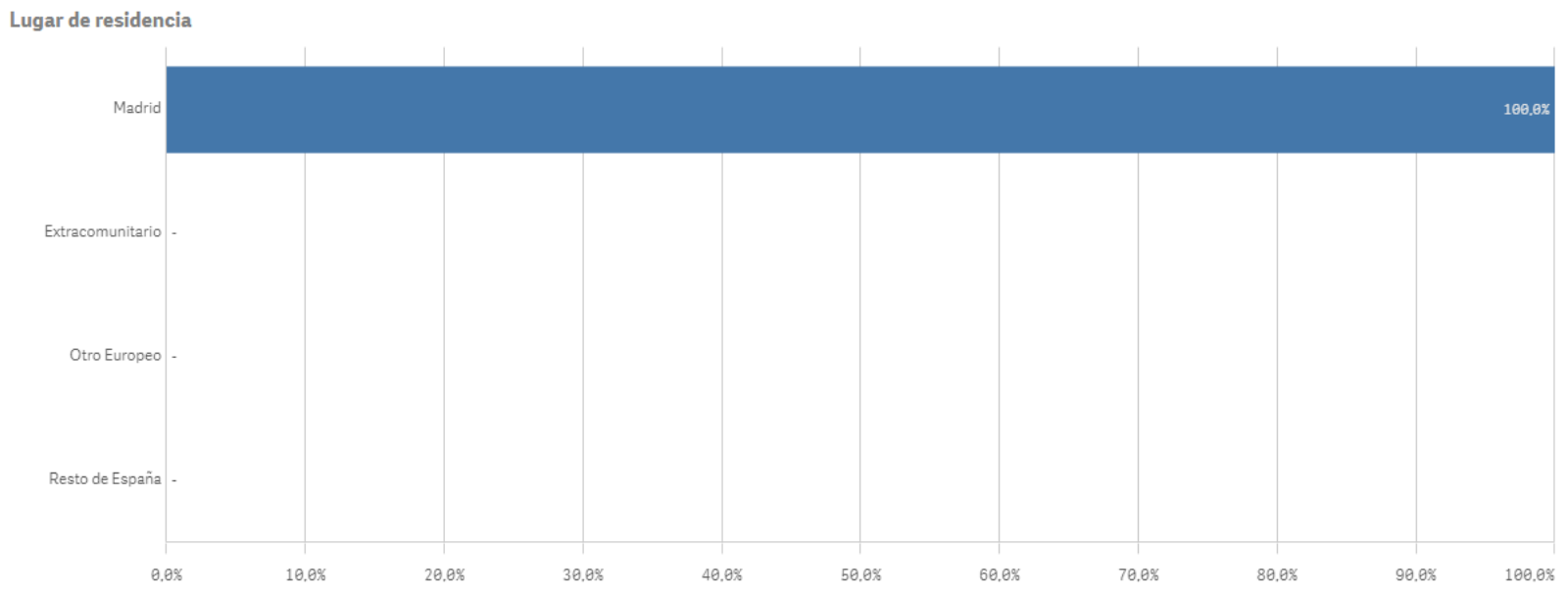


Edad media (años)

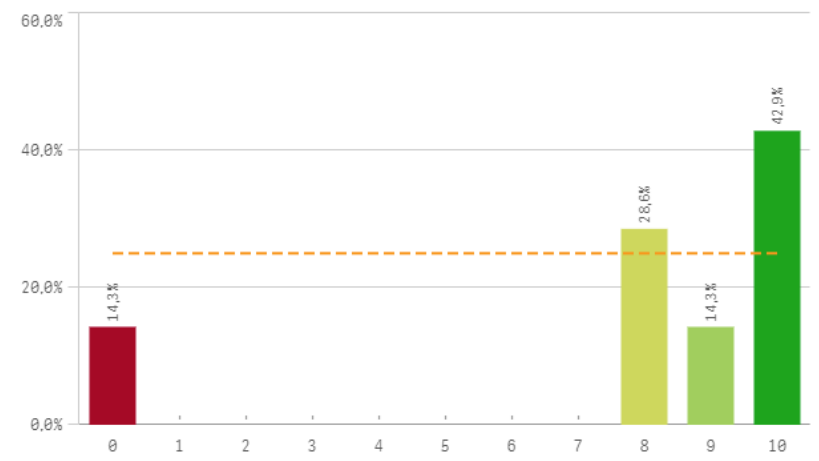
23,1

Desviación Típica

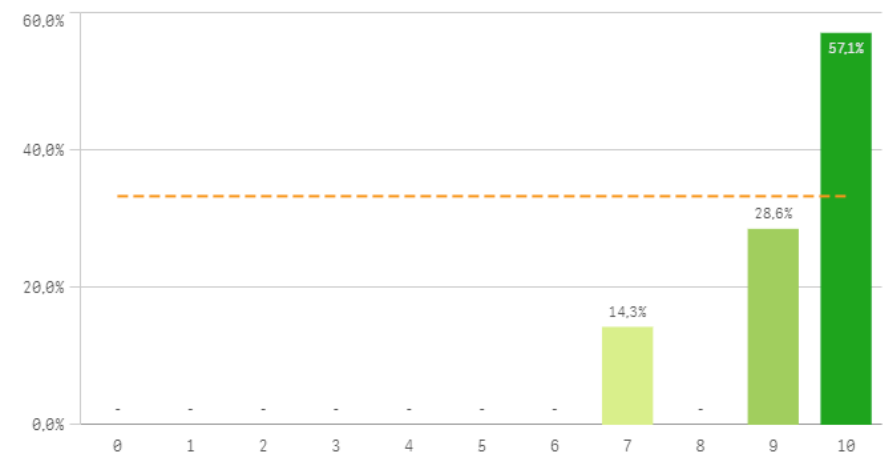
1,5



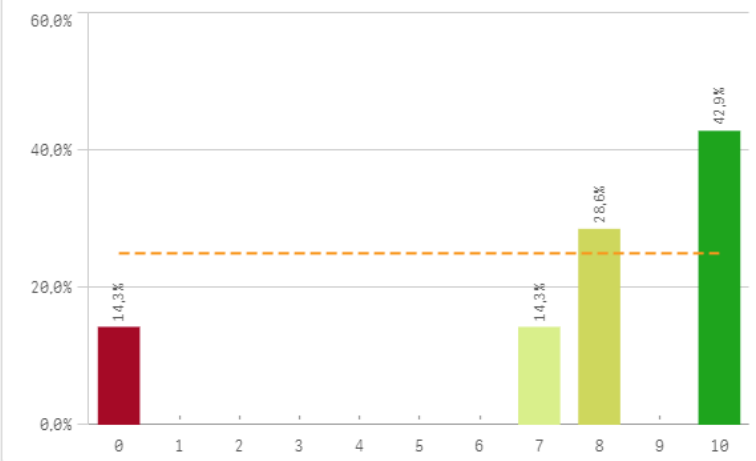
Asumir responsabilidades



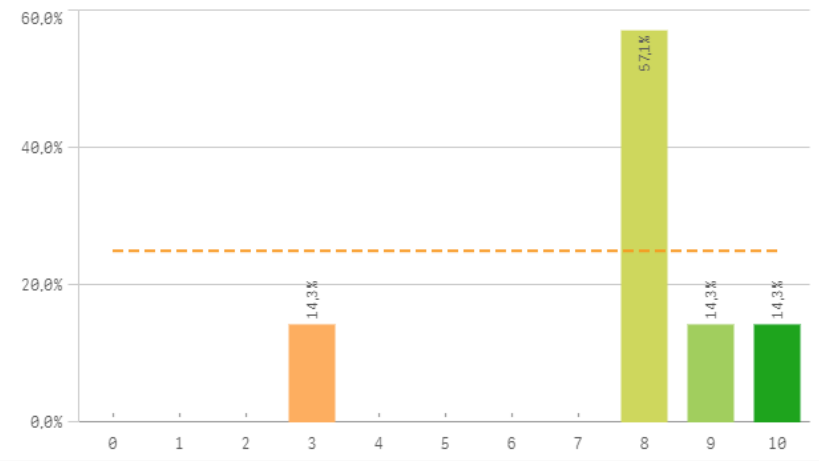
Trabajar en equipo



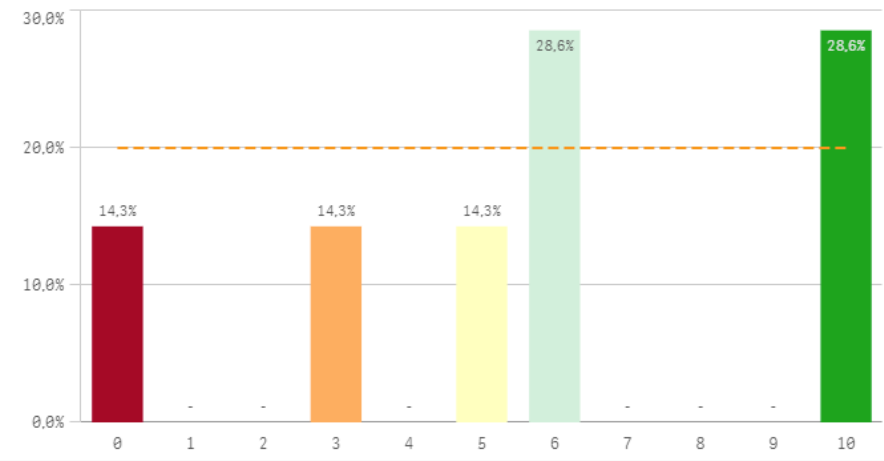
Capacidad técnica para resolución de problemas



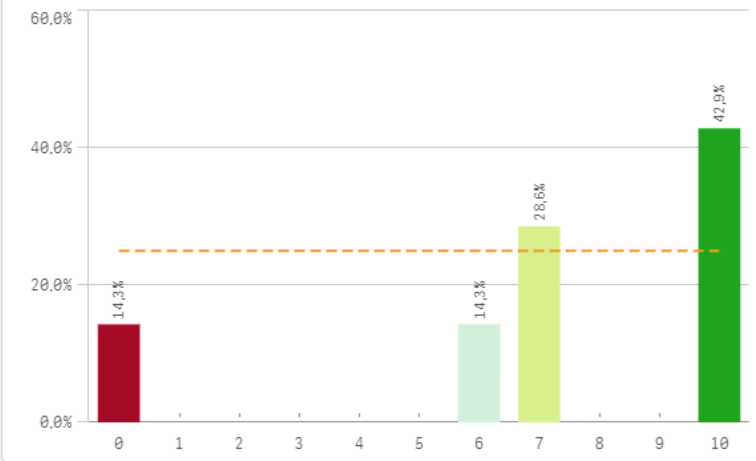
Expresión y comunicación



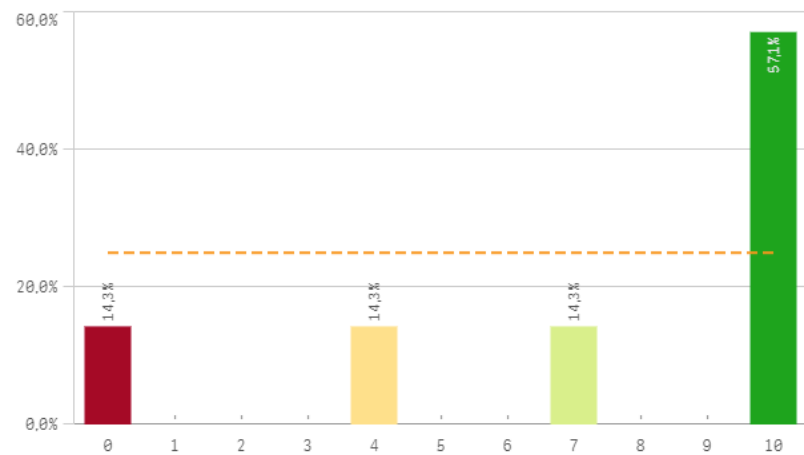
Comunicación bilingüe



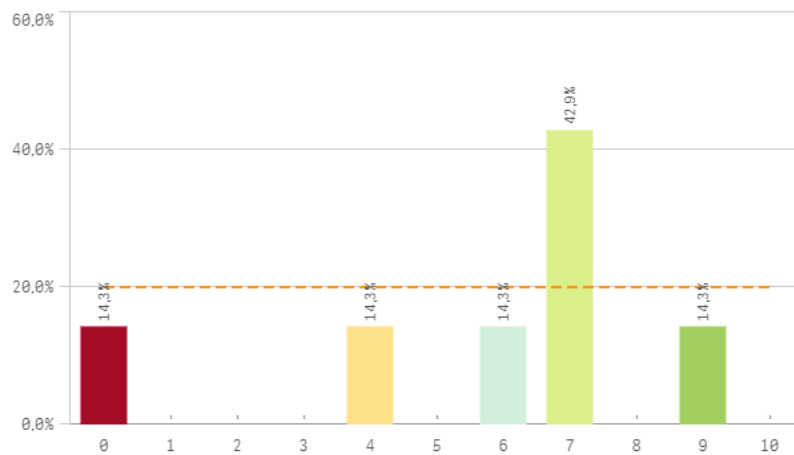
Adaptar nueva situación



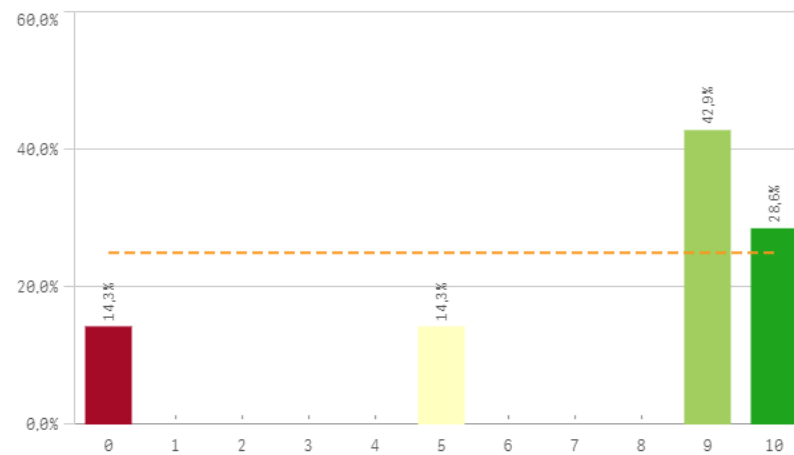
Manejar dificultades



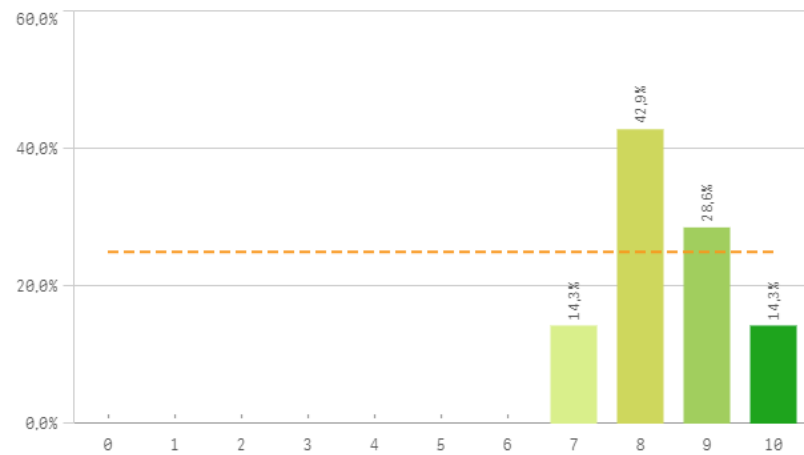
Competencias desarrolladas por la titulación



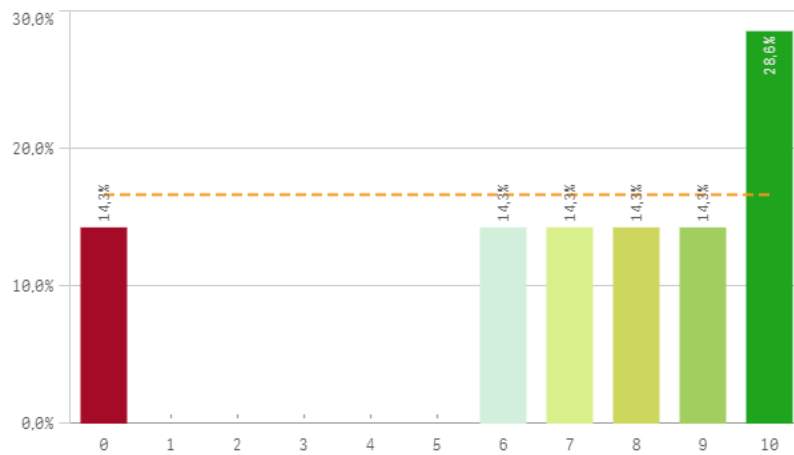
Analizar



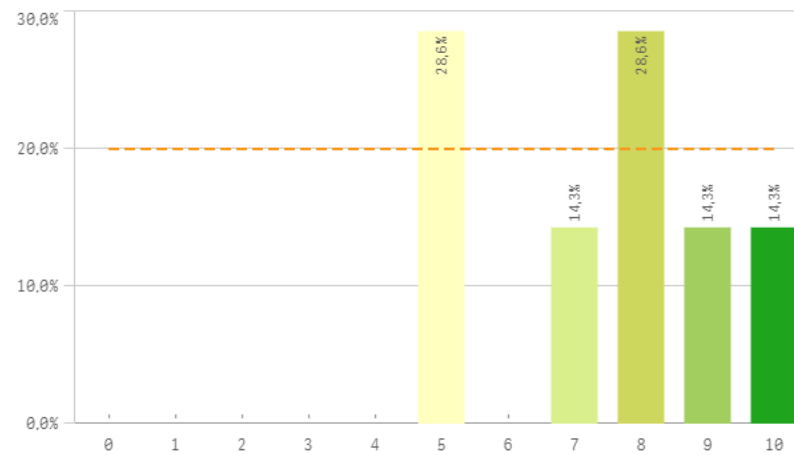
Organizar



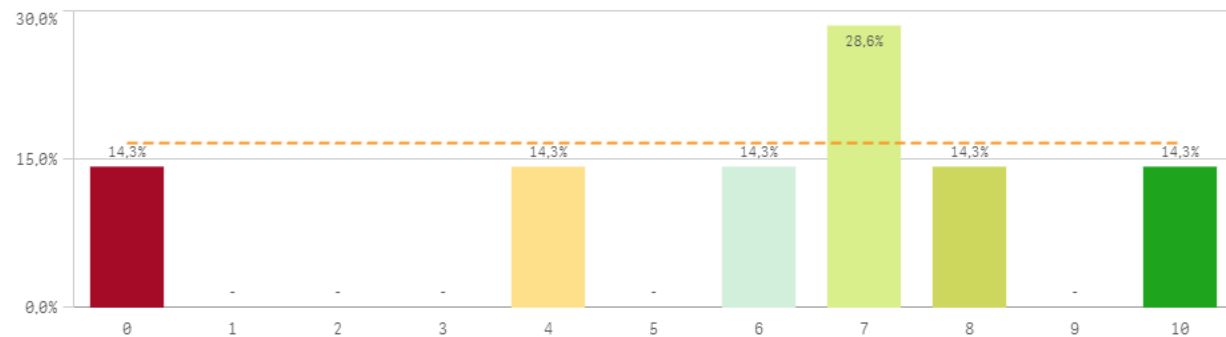
Aprendizaje



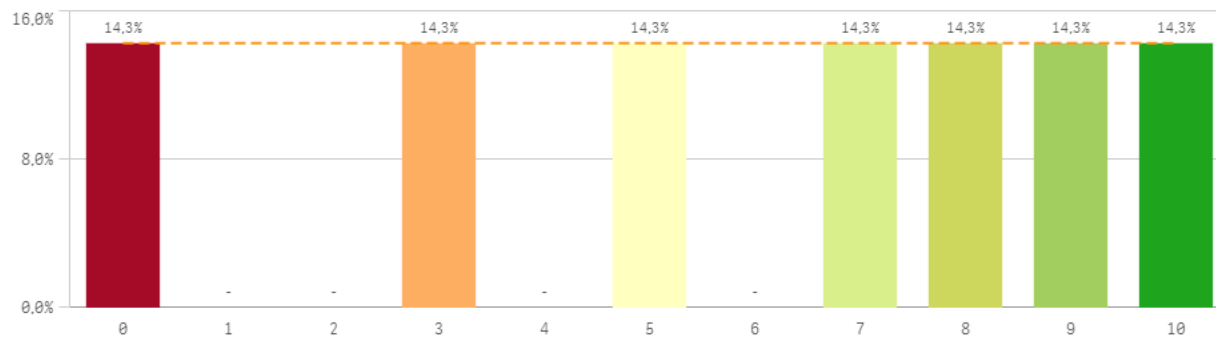
Liderazgo



Críticas

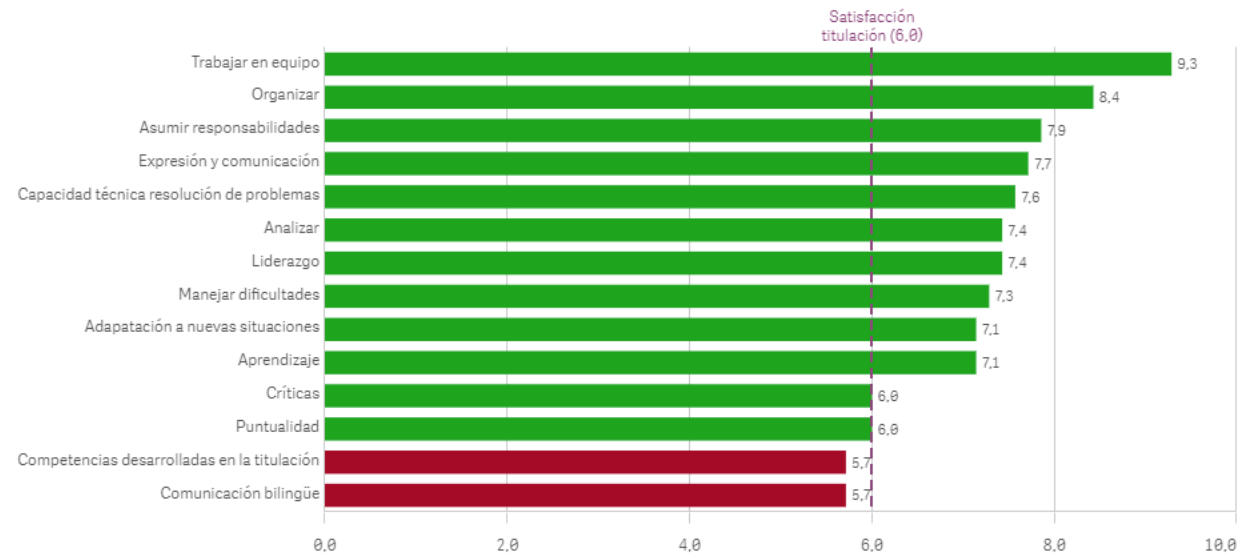


Puntualidad

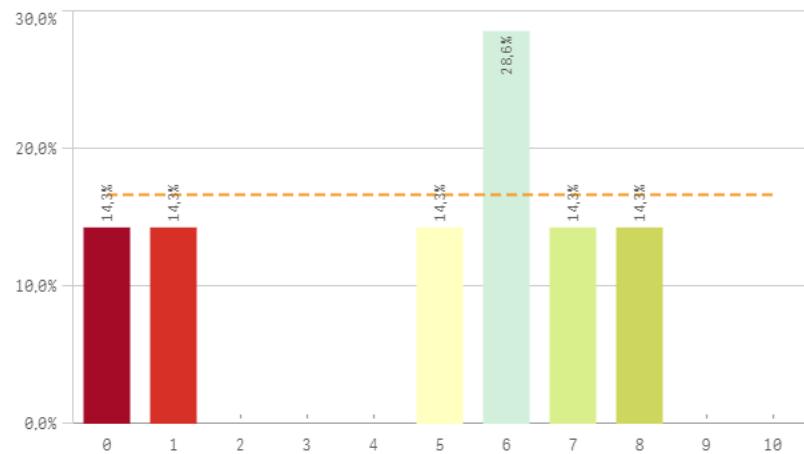


Competencias adquiridas	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Trabajar en equipo		9,3	1,1	10,0	10,0
Organizar		8,4	1,0	8,0	8,0
Asumir responsabilidades		7,9	3,6	9,0	10,0
Expresión y comunicación		7,7	2,2	8,0	8,0
Capacidad técnica resolución de problemas		7,6	3,6	8,0	10,0
Analizar		7,4	3,7	9,0	9,0
Liderazgo		7,4	1,9	8,0	-
Manejar dificultades		7,3	3,9	10,0	10,0
Adaptación a nuevas situaciones		7,1	3,6	7,0	10,0
Aprendizaje		7,1	3,5	8,0	10,0
Críticas		6,0	3,2	7,0	7,0
Puntualidad		6,0	3,6	7,0	-
Competencias desarrolladas en la titulación		5,7	2,9	7,0	7,0
Comunicación bilingüe		5,7	3,6	6,0	-

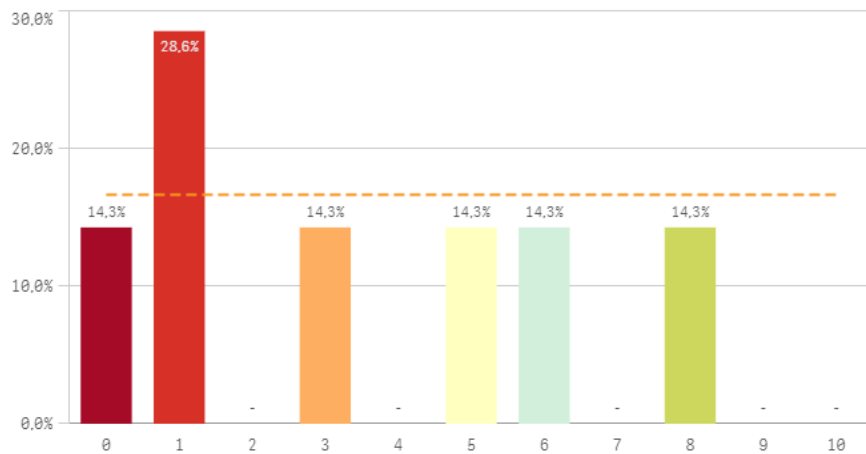
Fortalezas y debilidades



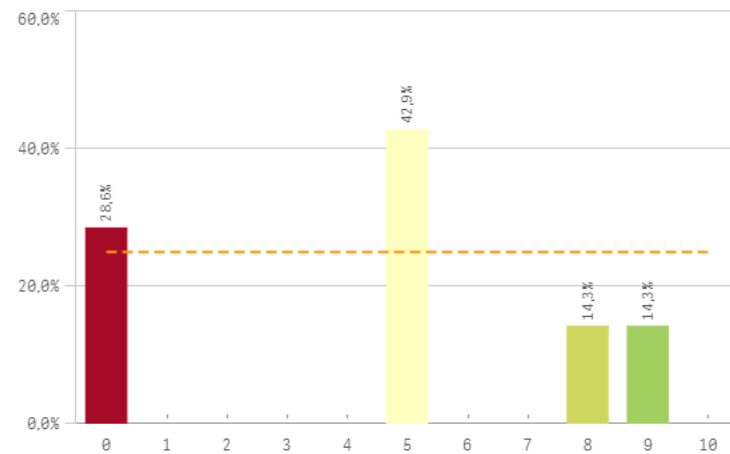
Objetivos claros



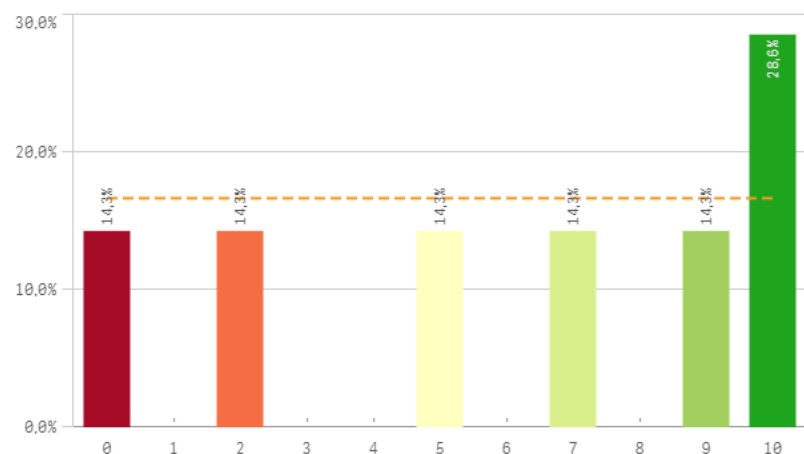
Plan de estudios adecuado



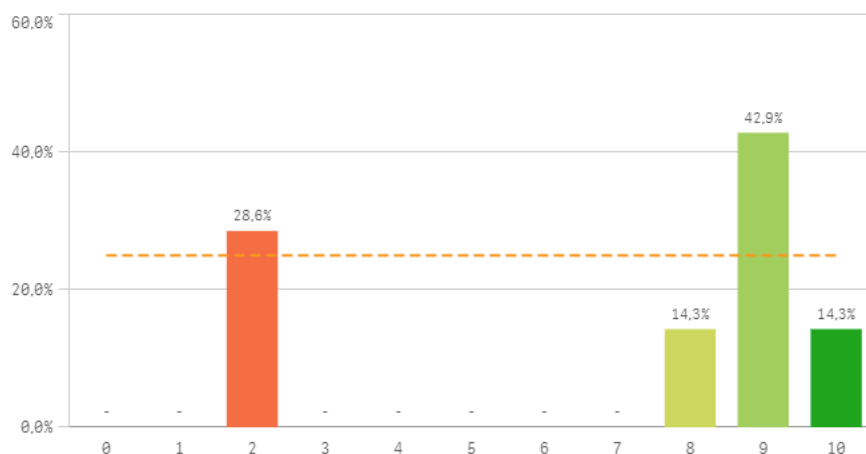
Integración de teoría/práctica



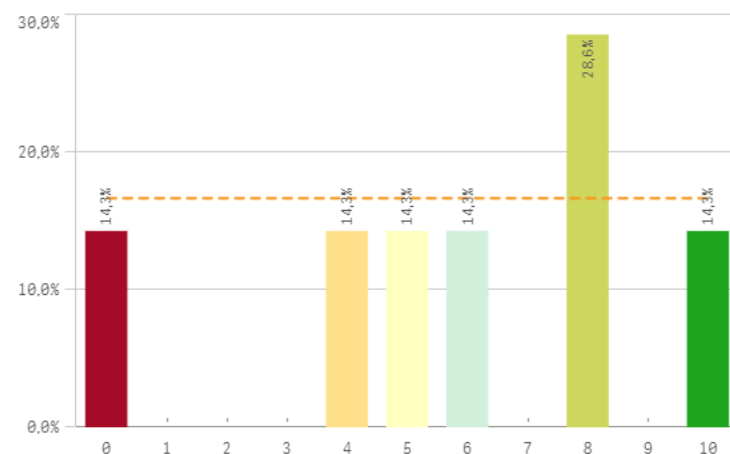
Relación calidad/precio



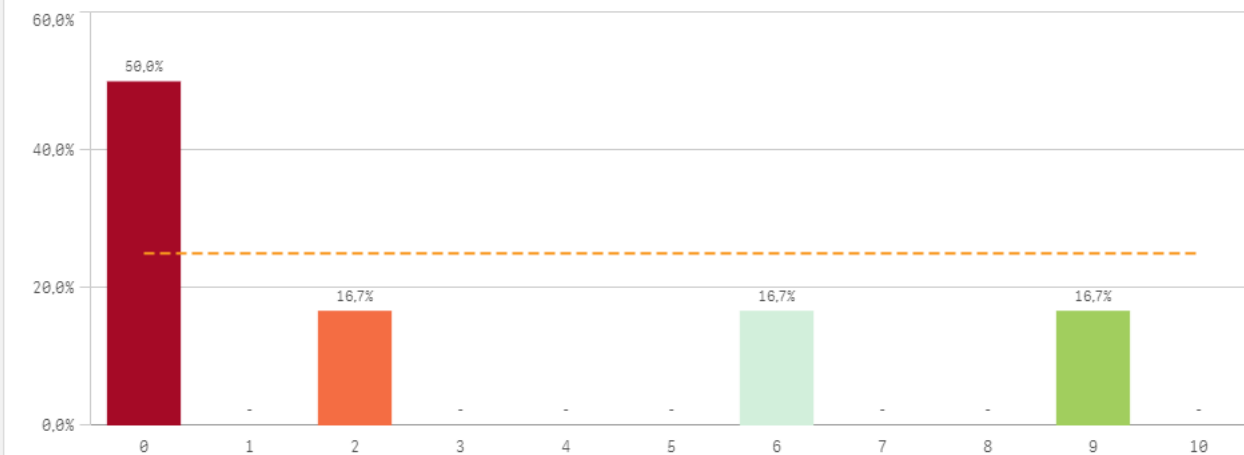
Nivel de dificultad adecuado



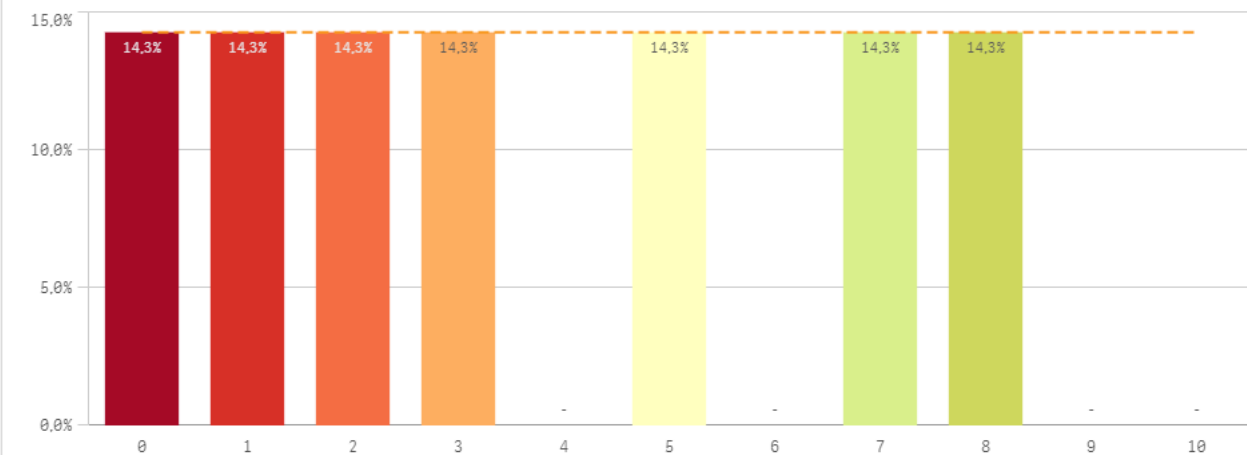
Número de alumnos por aula



Orientación Internacional

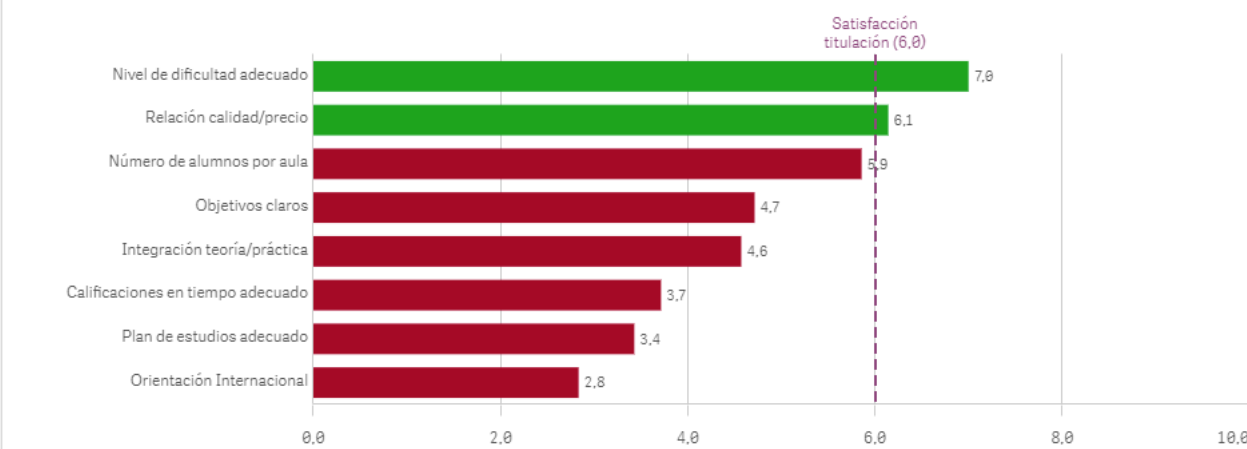


Calificaciones en tiempo adecuado

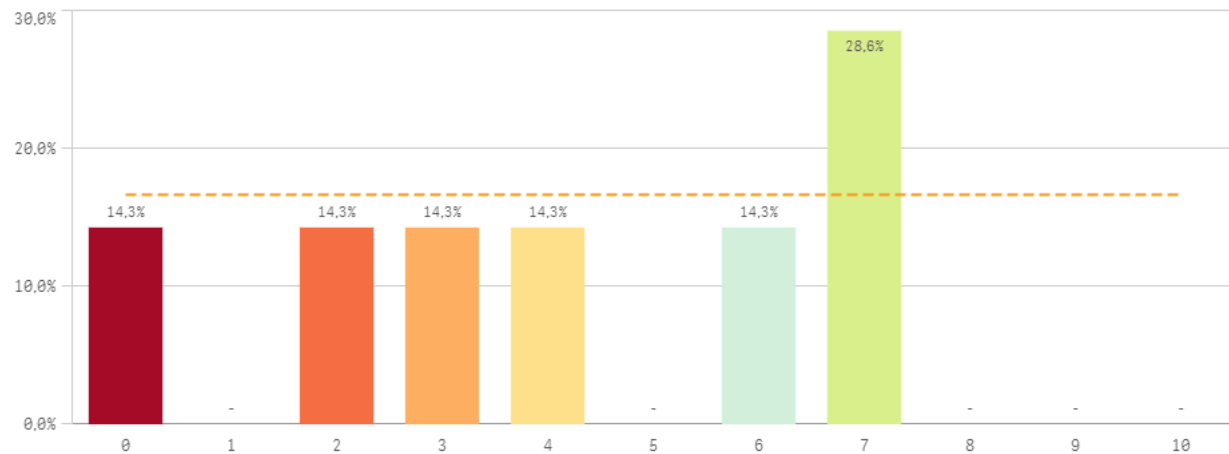


Titulación	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Calificaciones en tiempo adecuado	3,7	3,0	3,0	-
Integración teoría/práctica	4,6	3,5	5,0	5,0
Nivel de dificultad adecuado	7,0	3,5	9,0	9,0
Número de alumnos por aula	5,9	3,3	6,0	8,0
Objetivos claros	4,7	3,0	6,0	6,0
Orientación Internacional	2,8	3,8	1,0	0,0
Plan de estudios adecuado	3,4	3,0	3,0	1,0
Relación calidad/precio	6,1	4,0	7,0	10,0

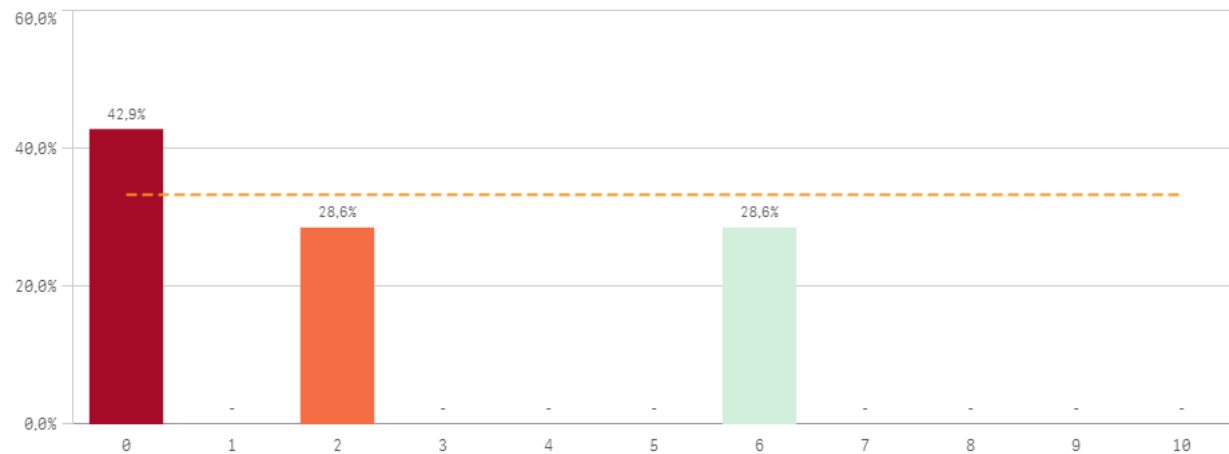
Fortalezas y debilidades



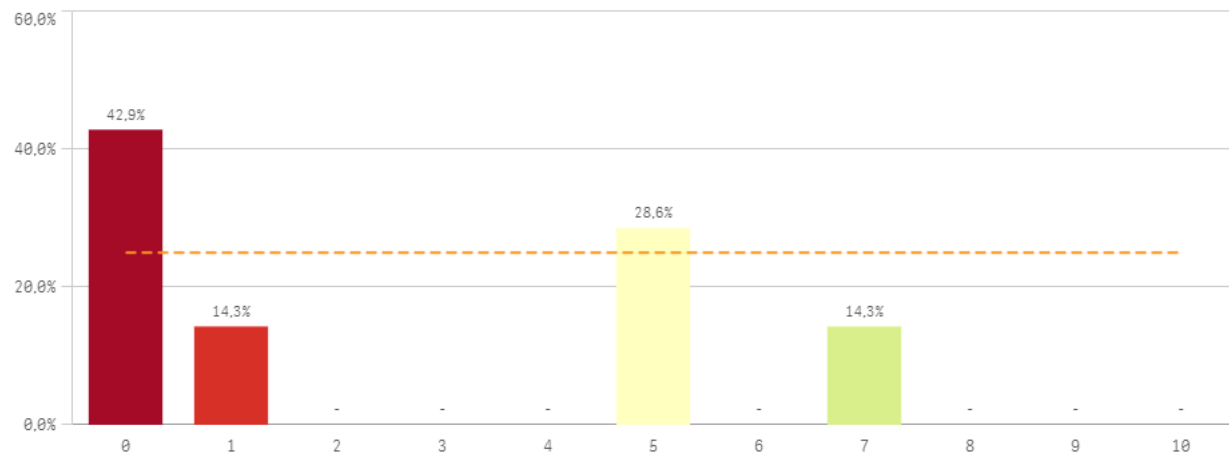
Objetivos



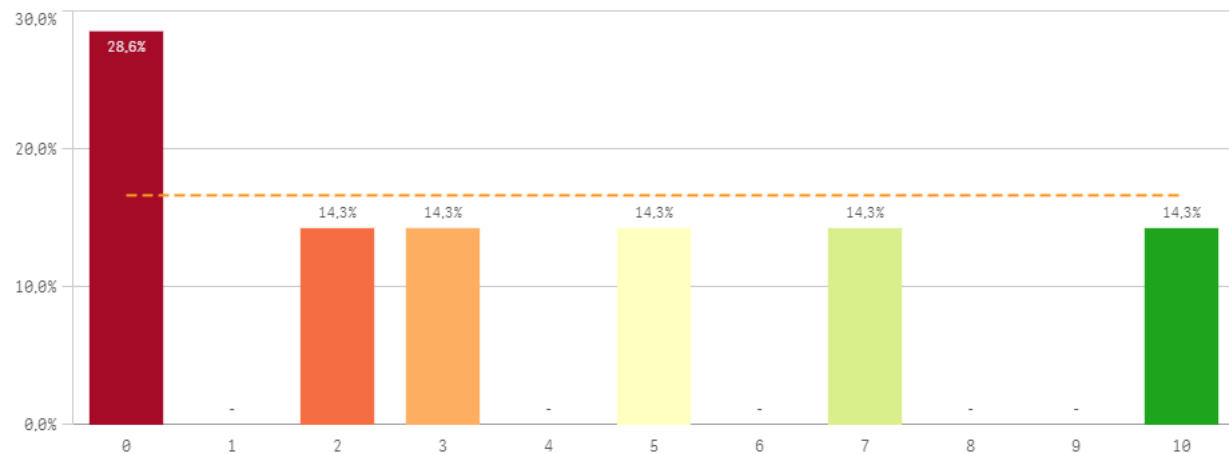
Innovacion



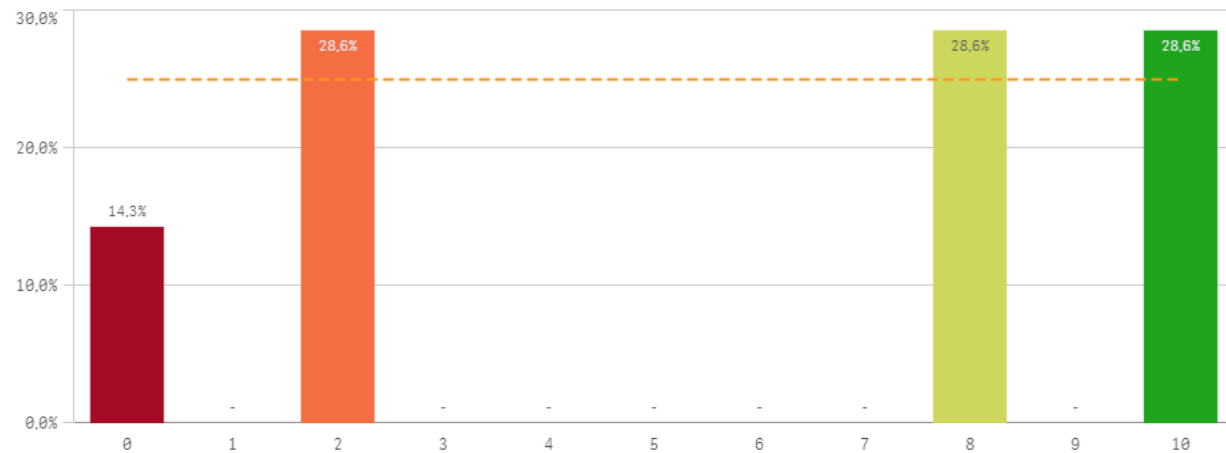
Organizacion



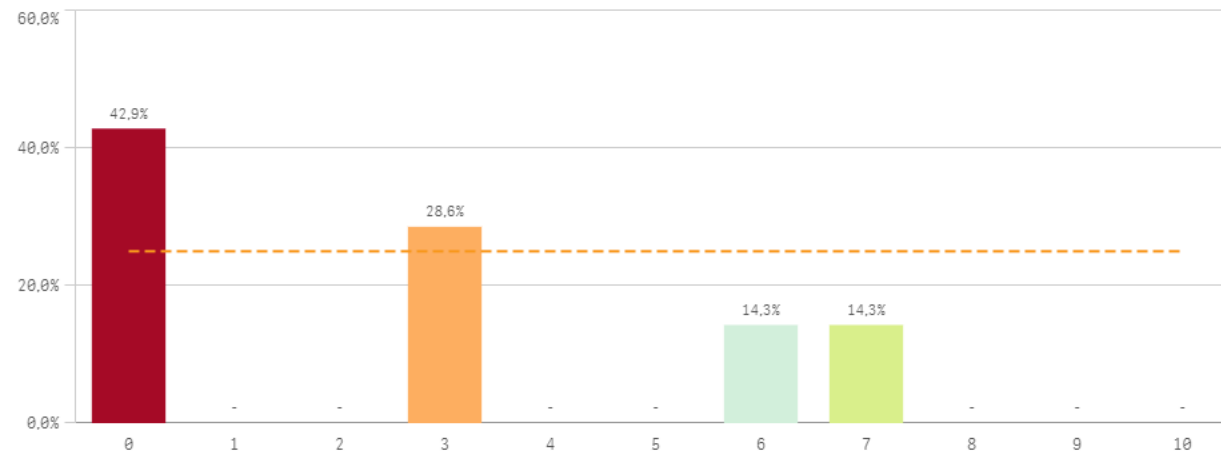
Practicas



Trabajo no presencial

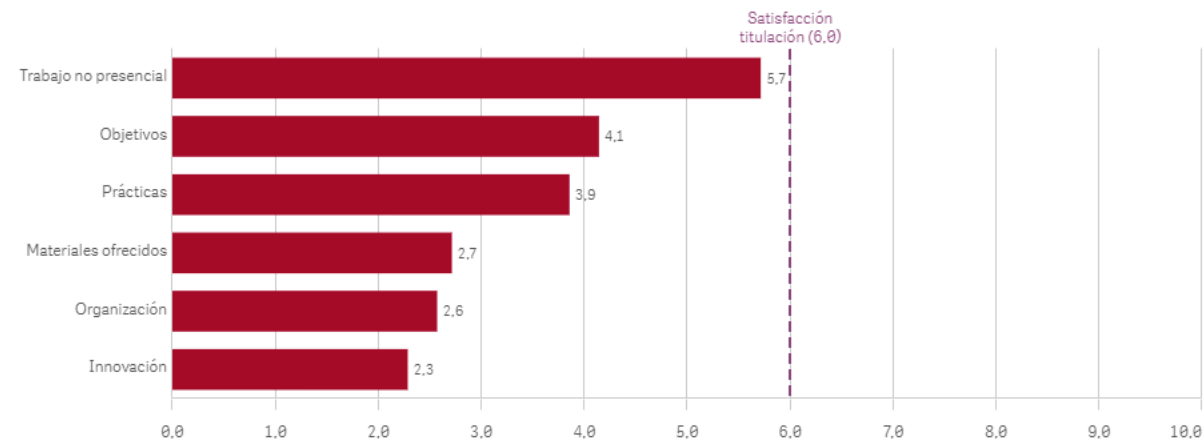


Materiales ofrecidos

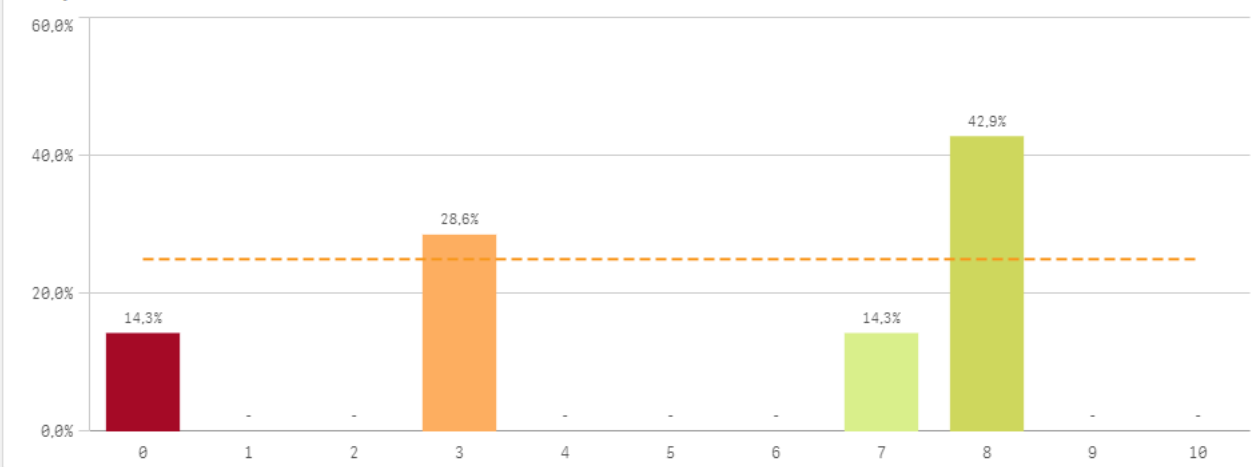


Asignaturas	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Innovación		2,3	2,7	2,0	0,0
Materiales ofrecidos		2,7	2,9	3,0	0,0
Objetivos		4,1	2,7	4,0	7,0
Organización		2,6	3,0	1,0	0,0
Prácticas		3,9	3,7	3,0	0,0
Trabajo no presencial		5,7	4,2	8,0	-

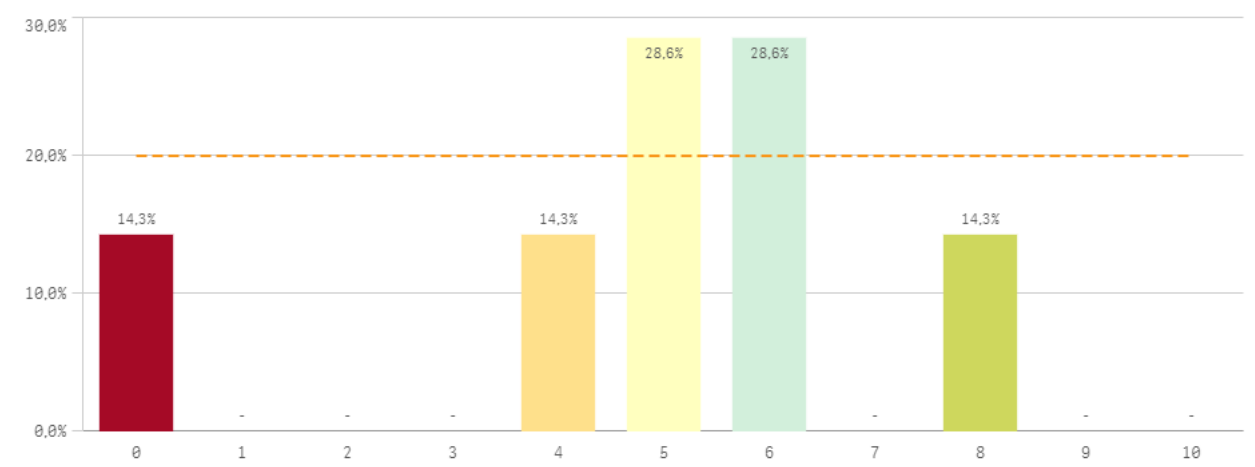
Fortalezas y debilidades



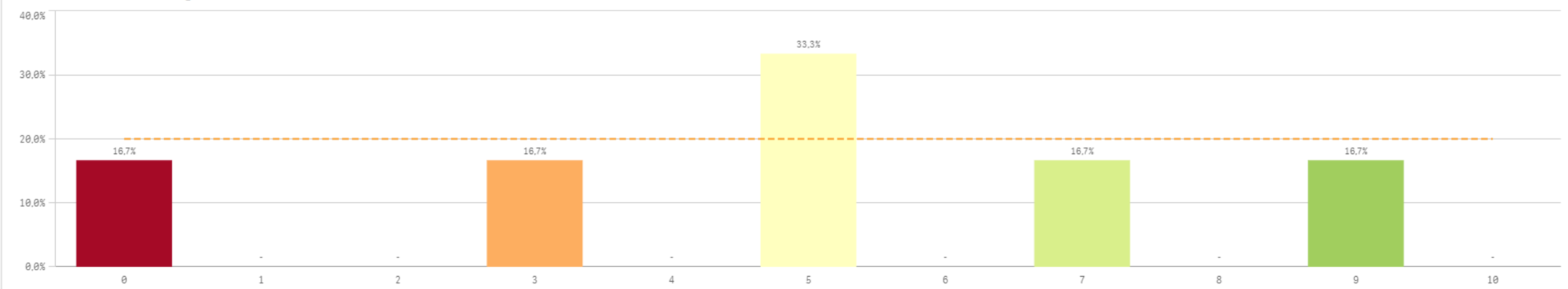
Competencias relacionadas



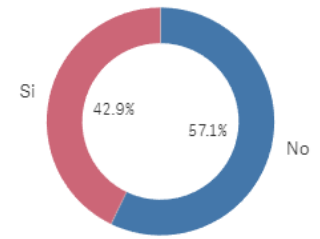
Acceso al mundo laboral



Acceso al mundo de la investigación



Estancia en el extranjero

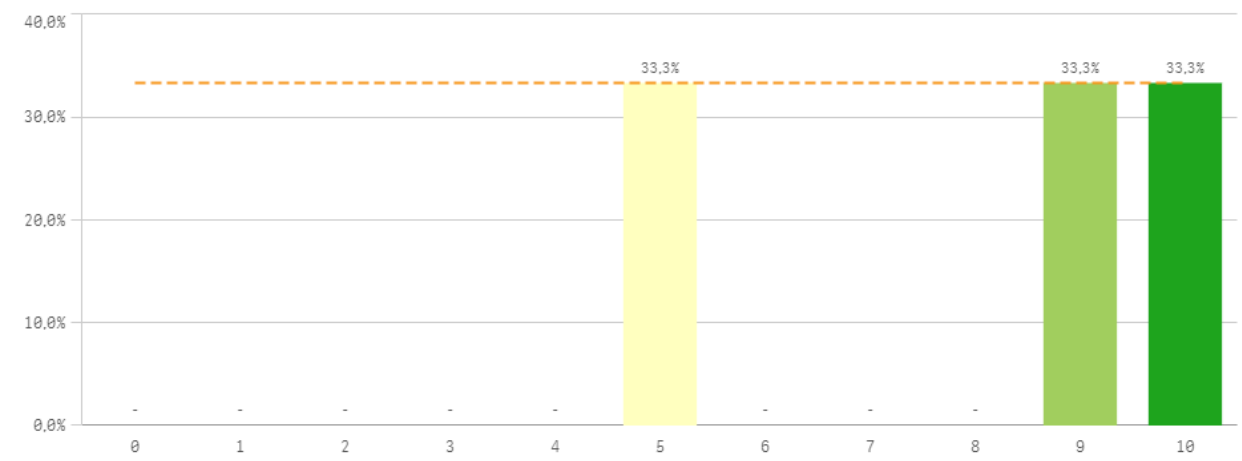


No Si

Si
3

No
4

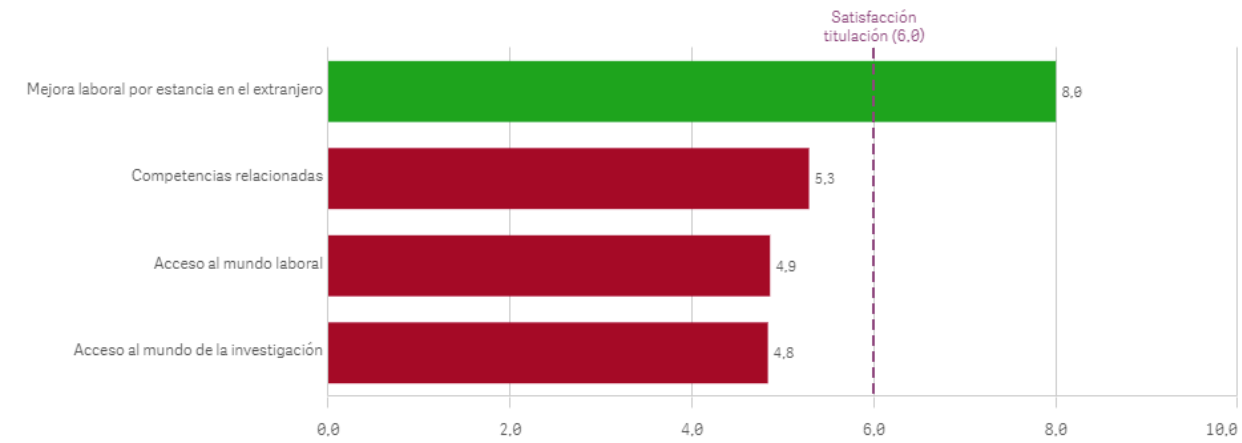
Mejora en la insercion laboral por estancia en el extranjero



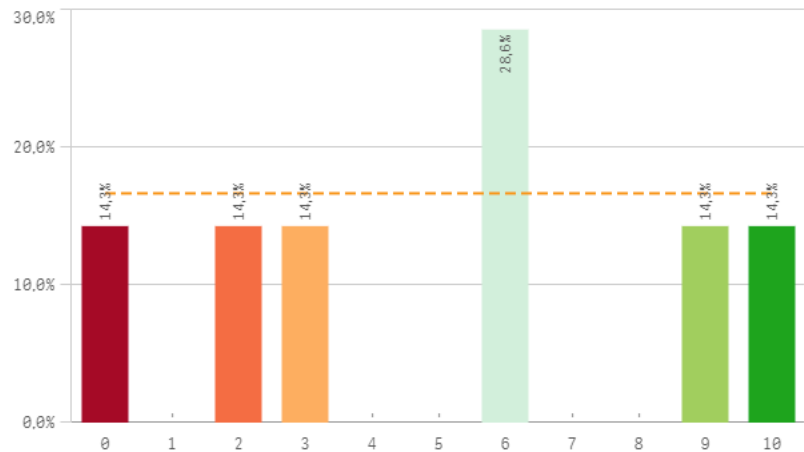
Formación y estancia en el extranjero

	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Acceso al mundo de la investigación	4,8	3,1	5,0	5,0
Acceso al mundo laboral	4,9	2,5	5,0	-
Competencias relacionadas	5,3	3,3	7,0	8,0
Mejora laboral por estancia en el extranjero	8,0	2,6	9,0	-

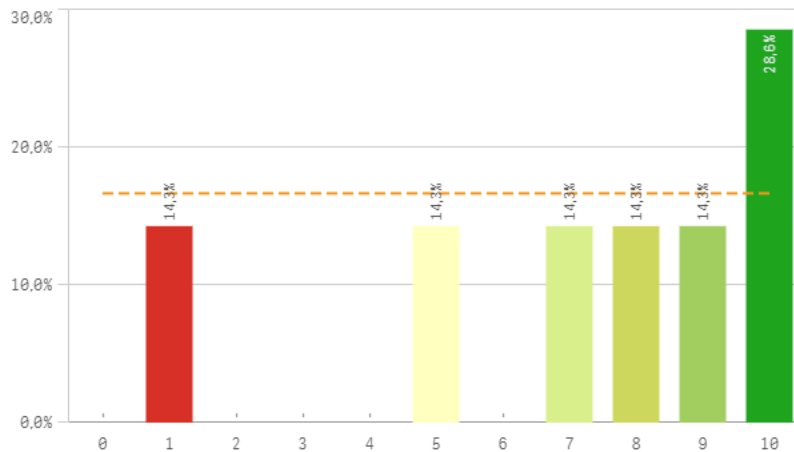
Fortalezas y debilidades



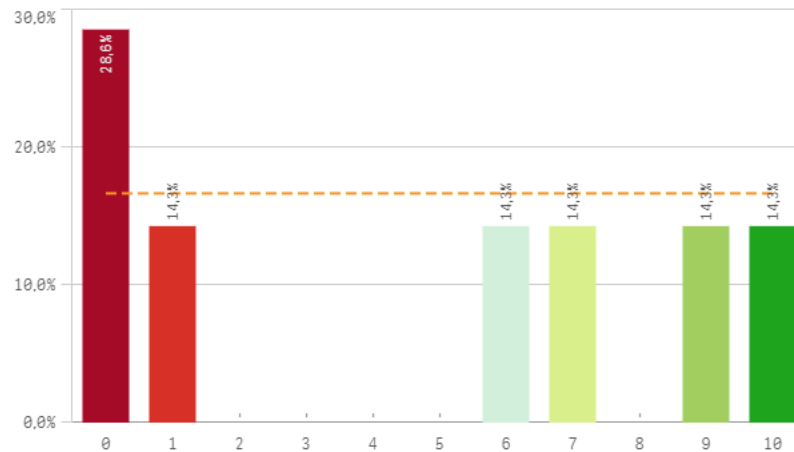
Recursos y medios



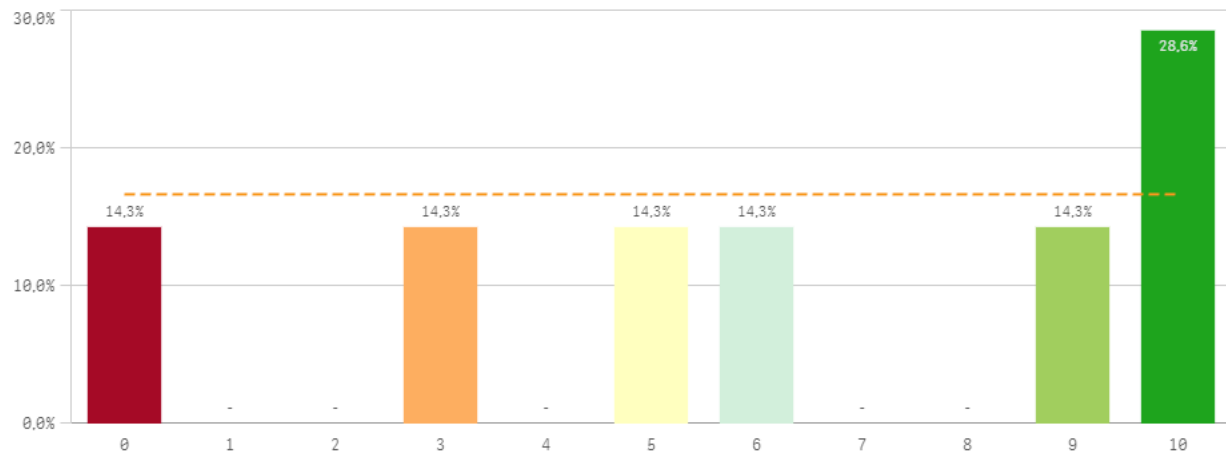
Actividades complementarias



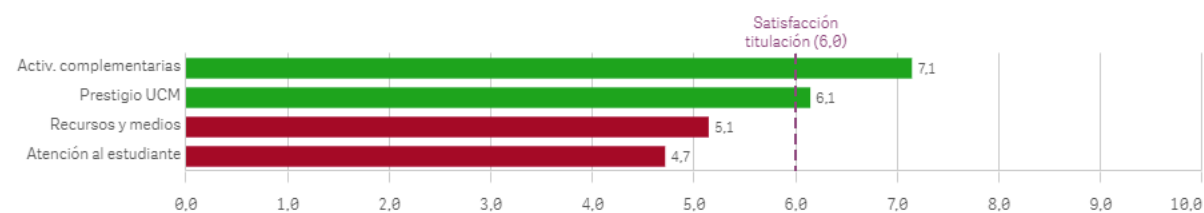
Atención al estudiante



Prestigio UCM



Fortalezas y debilidades



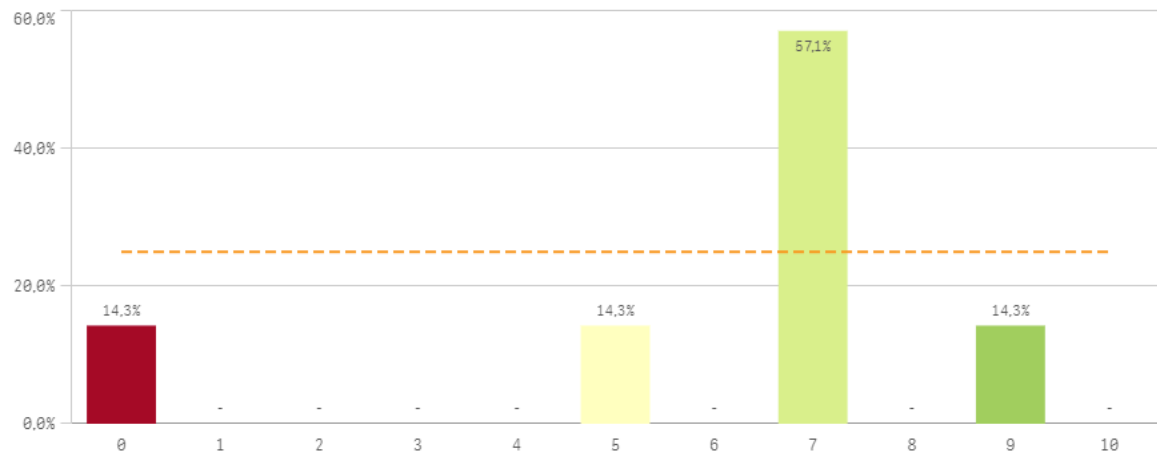
UCM	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Activ. complementarias	7,1	3,2	8,0	10,0
Prestigio UCM	6,1	3,8	6,0	10,0
Recursos y medios	5,1	3,7	6,0	6,0
Atención al estudiante	4,7	4,3	6,0	0,0

Grado-Máster Egresados: Observaciones y opiniones por Centros

Centro	Mejora profesional
INFORMACIÓN	Cambiando todo y no politizando. Dejáis mucho que desear.
INFORMACIÓN	Como puntos de mejora propongo: -Realización de talleres sobre hard skills y soft skills (desde Excel a hablar en público) -Más asesoramiento de psicólogos o expertos acerca del mundo profesional y sus salidas laborales (cada vez más jóvenes no tienen claro a qué quieren dedicarse una vez finalizada la carrera) -Que las prácticas sean obligatorias para graduarte. Me resulta raro que lo más importante de la Universidad no sea obligatorio. -Cambio en el plan de estudios para hacer las asignaturas más innovadoras y alineadas a los cambios del presente.
INFORMACIÓN	Creo que más formación práctica sería muy útil. Más ferias de empleo y prácticas por parte de empresas y otras organizaciones especializadas en nuestro sector. Más contacto con el mundo laboral facilitado por la Universidad hubiese sido apropiado.
INFORMACIÓN	Nuevas asignaturas más actualizadas, muy obsoleto el programa, más actualizado a nivel de agencia, asignaturas de marketing digital, sobre influencers, etc,
INFORMACIÓN	Practicas curriculares obligatorias y temario MUCHISIMO mas actualizado



Satisfacción de la titulación



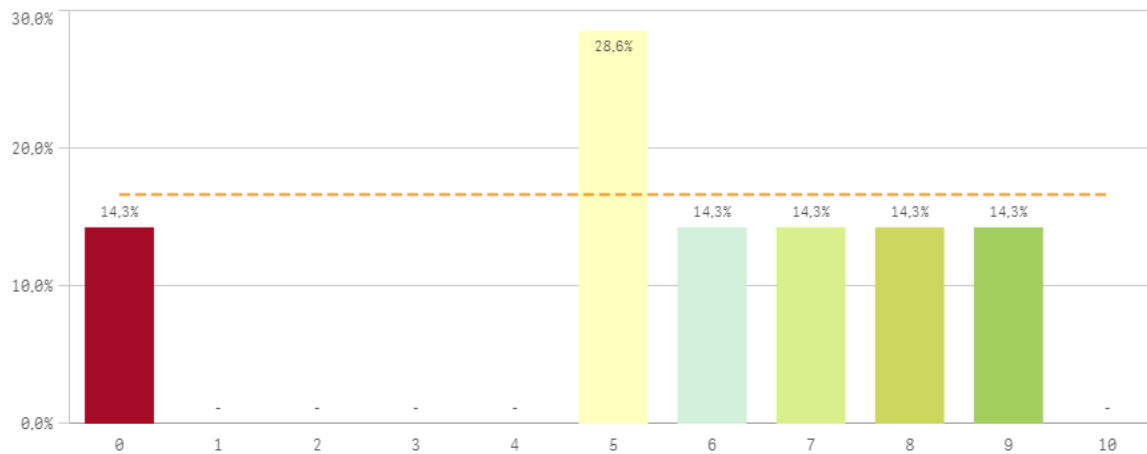
Media
6,0

Desviación
Típica
2,9

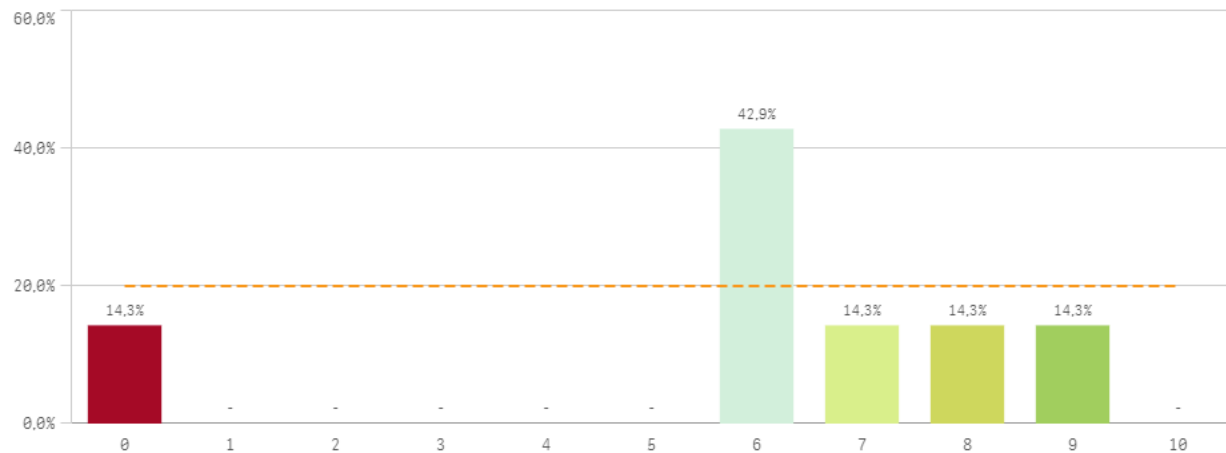
Mediana
7,0

Moda
7,0

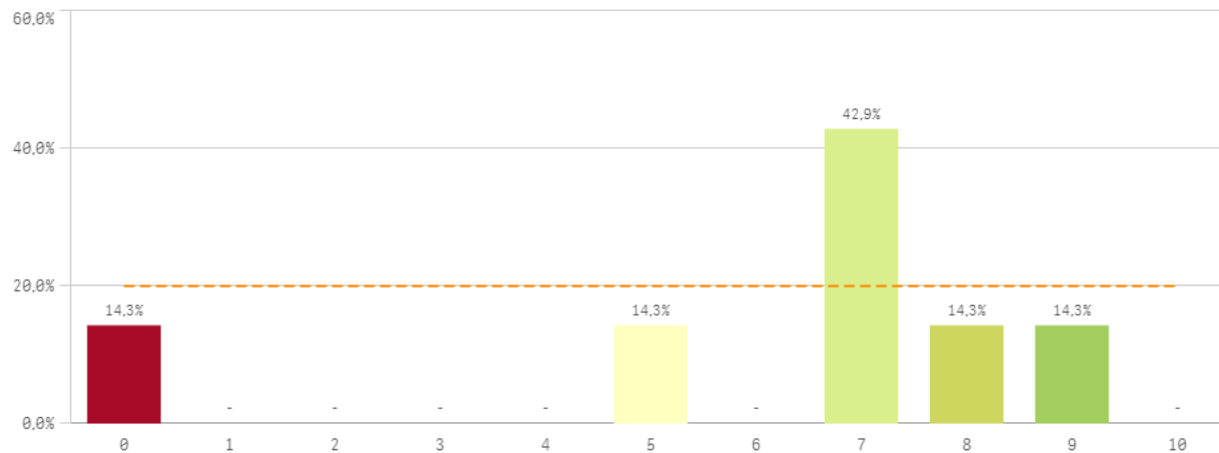
Expectativas titulación



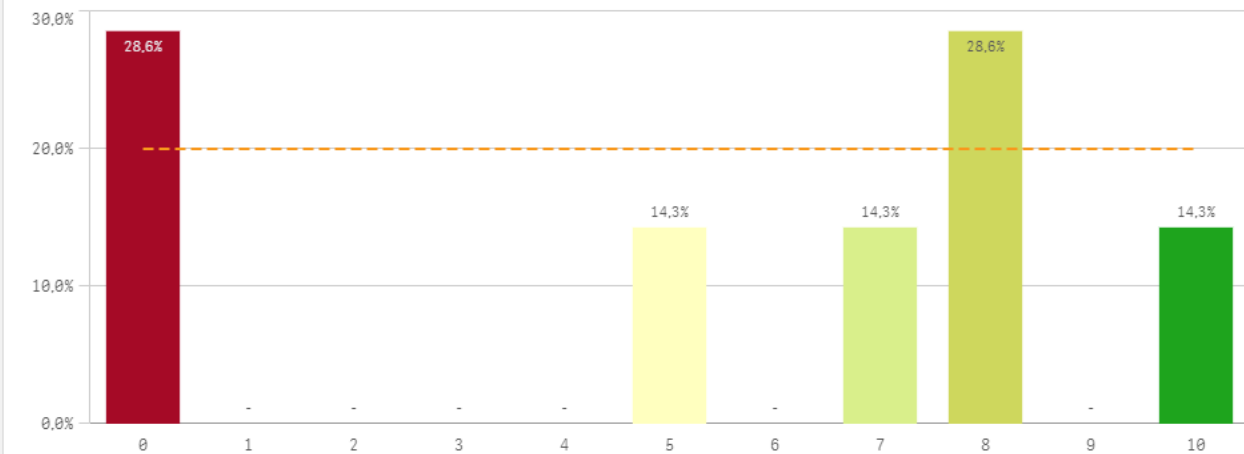
Satisfacción UCM



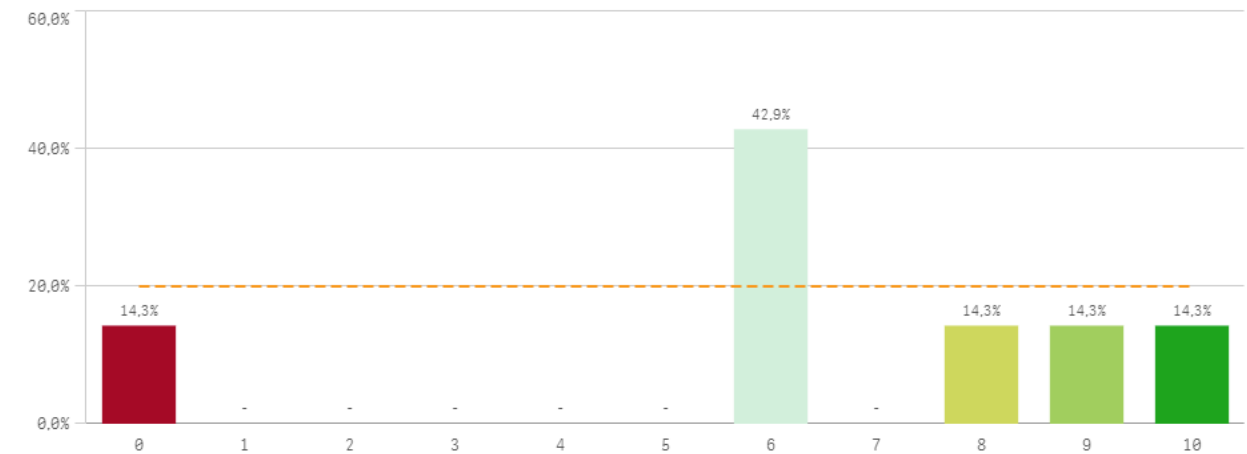
Satisfacción de la formación



Satisfacción de las instalaciones de docencia

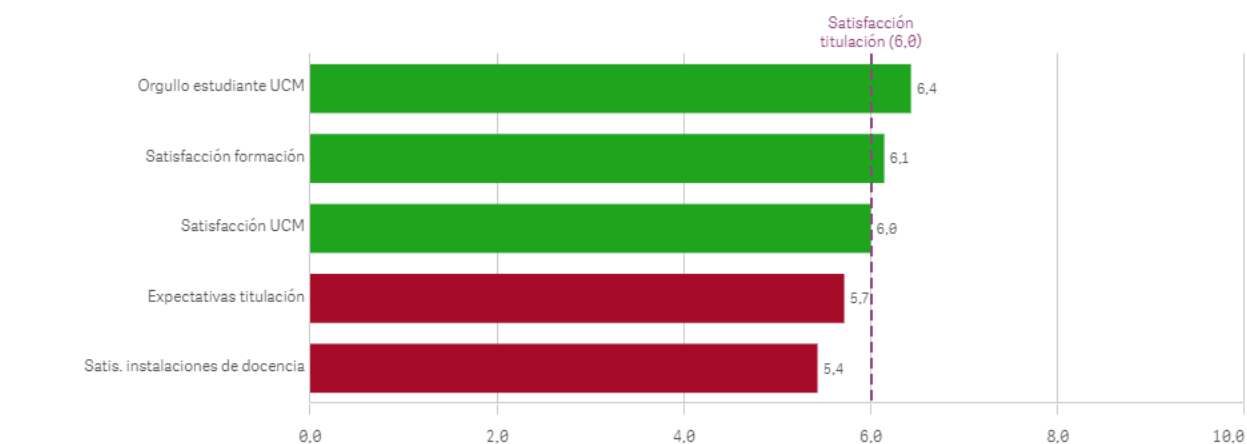


Orgullo estudiante UCM

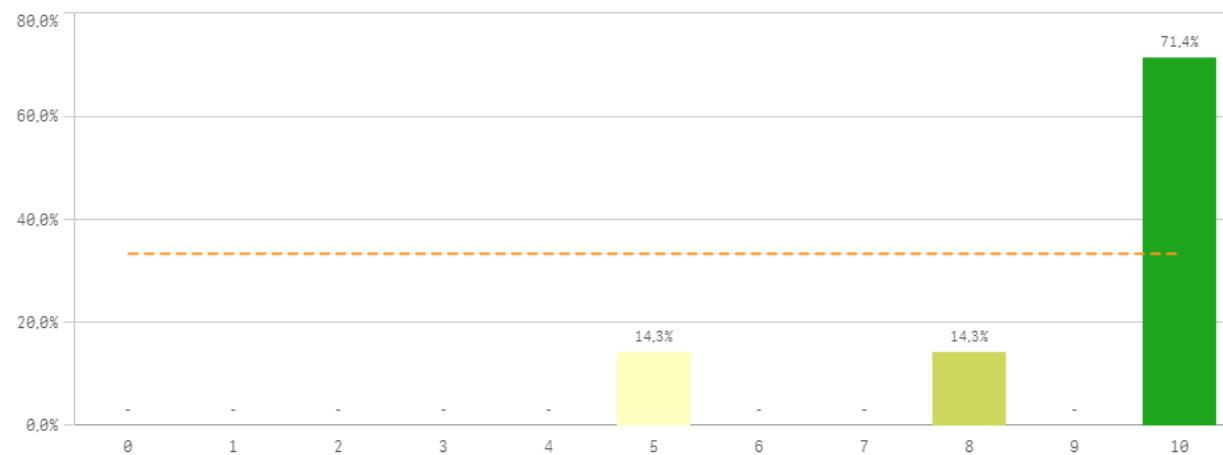


Satisfacción	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Orgullo estudiante UCM	6,4	3,3	6,0	6,0
Satisfacción formación	6,1	3,0	7,0	7,0
Satisfacción UCM	6,0	2,9	6,0	6,0
Expectativas titulación	5,7	2,9	6,0	5,0
Satis. instalaciones de docencia	5,4	4,0	7,0	-

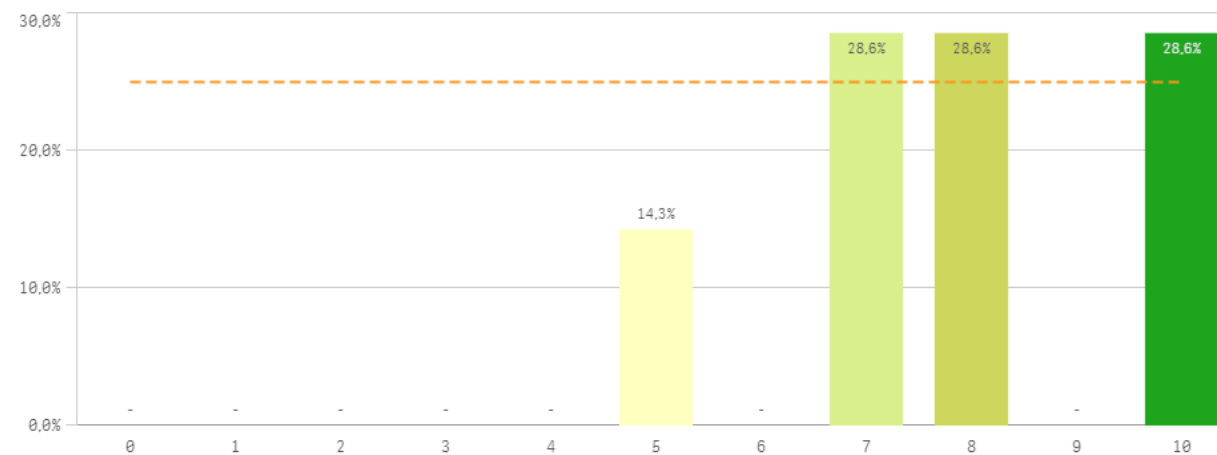
Fortalezas y debilidades



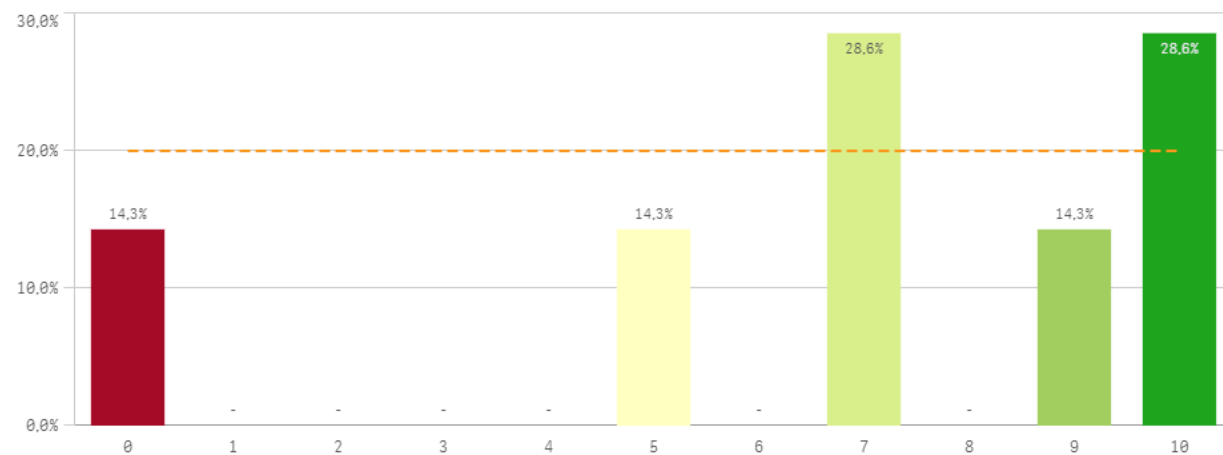
Repetir estudios superiores (fidelidad)



Repetir titulación (fidelidad)

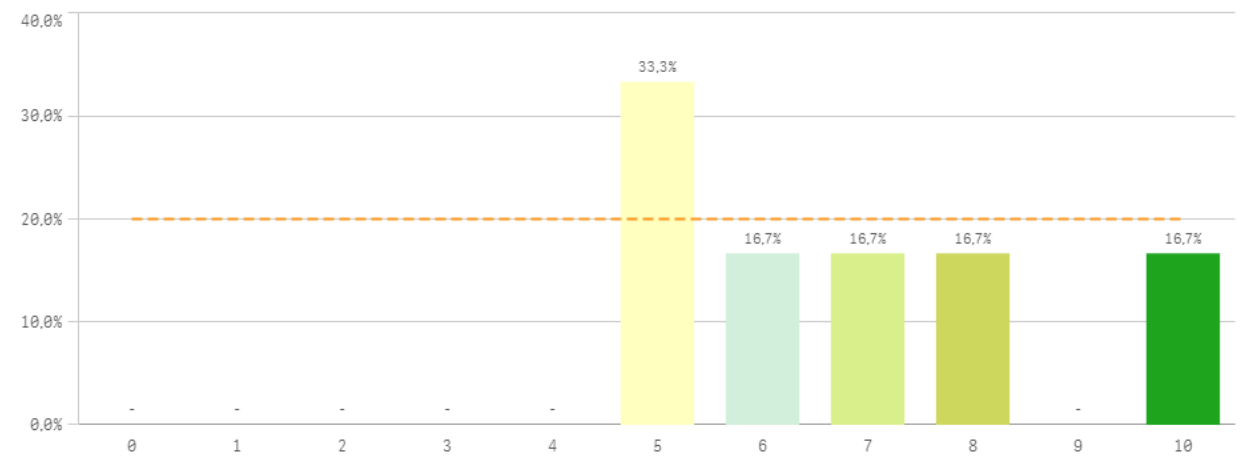


Repetir en la UCM (fidelidad)

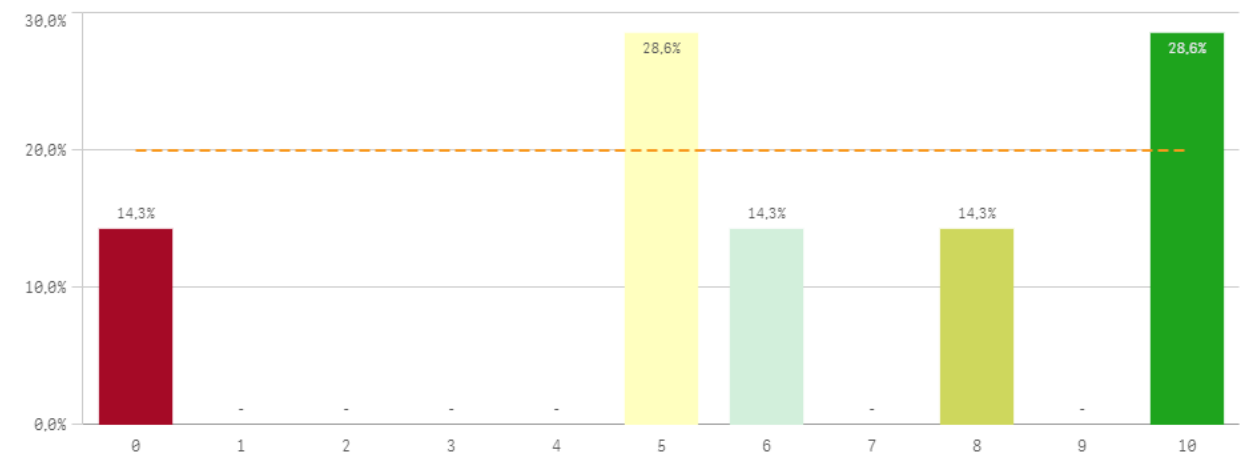


Compromiso	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Repetir estudios superiores		9,0	1,9	10,0	10,0
Repetir titulación		7,9	1,8	8,0	-
Repetir en la UCM		6,9	3,5	7,0	-
Recomendar titulación		6,8	1,9	6,5	5,0
Recomendar la UCM		6,3	3,5	6,0	-
Seguir en la UCM		5,9	3,5	5,0	-
Seguir en la misma titulación		4,9	4,5	6,0	-

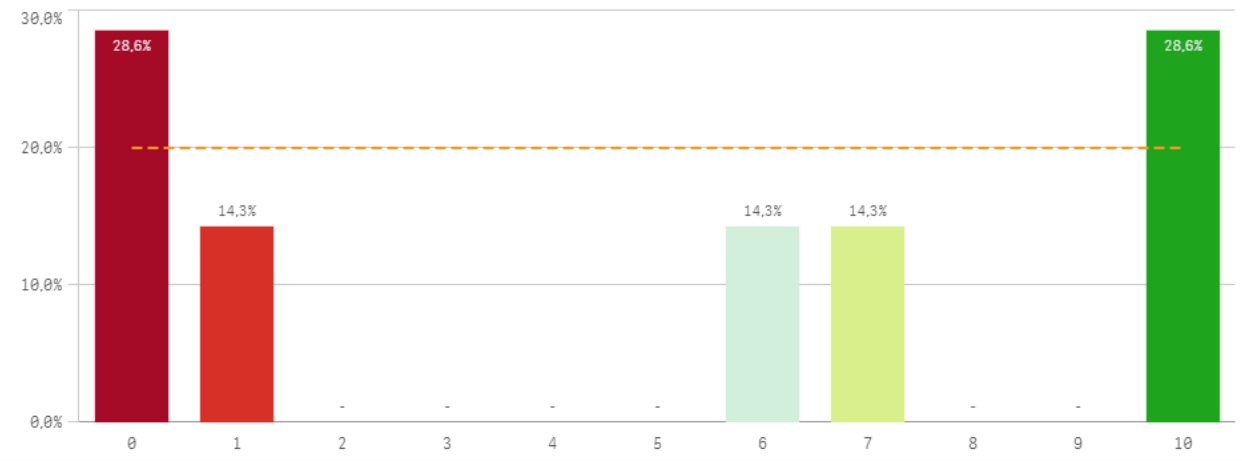
Recomendar titulación (prescripción)



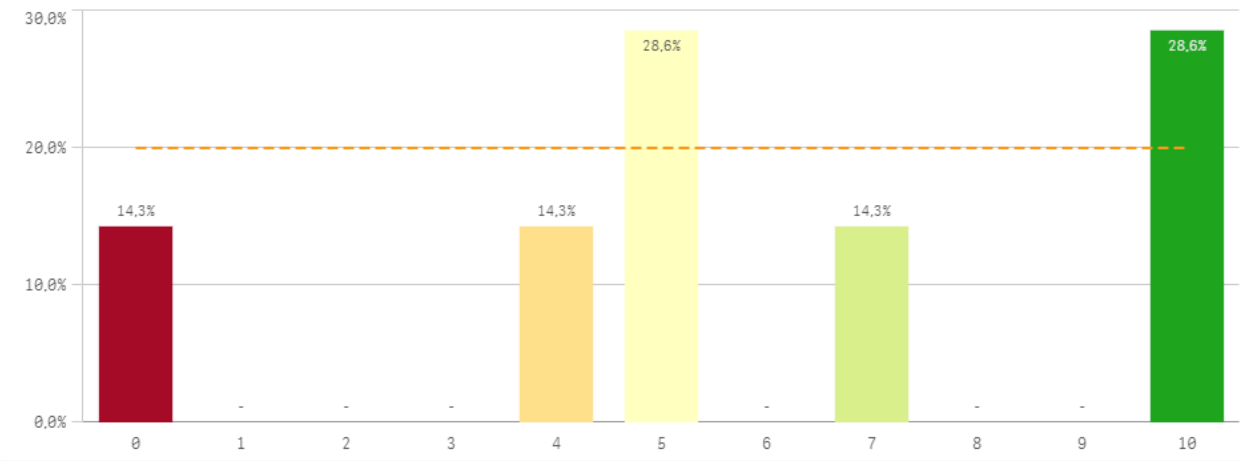
Recomendar la UCM (prescripción)



Seguir en la misma titulación (vinculación)

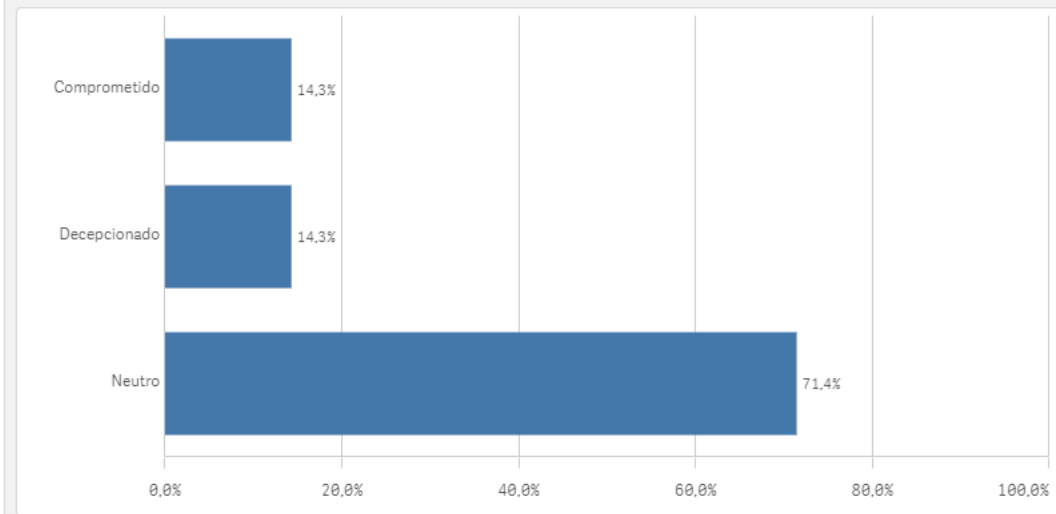
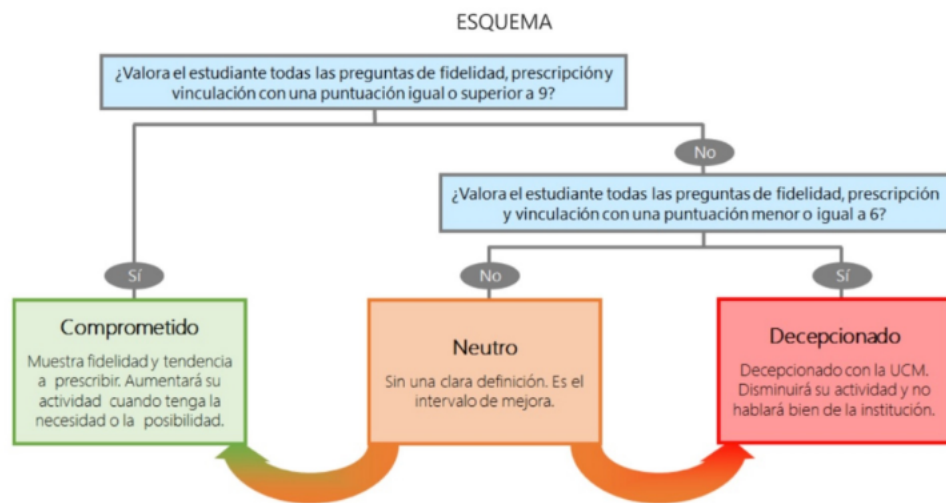


Seguir en la UCM (vinculación)



Construcción y significado del valor "compromiso":

- * Estudiante comprometido: valora con 9 o más puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.
- * Estudiante neutro: la puntuación que otorga a todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación están entre 6 y 9.
- * Estudiante decepcionado: valora con 6 o menos puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.



Encuestas de Satisfacción
de Egresados

CURSO: 2023-24

CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Competencias adquiridas	Q	Media
Trabajar en equipo		9,3
Organizar		8,4
Asumir responsabilidades		7,9
Expresión y comunicación		7,7
Capacidad técnica resolución de problemas		7,6
Analizar		7,4
Liderazgo		7,4
Manejar dificultades		7,3
Adaptación a nuevas situaciones		7,1
Aprendizaje		7,1
Críticas		6,0
Puntualidad		6,0
Competencias desarrolladas en la titulación		5,7
Comunicación bilingüe		5,7

Titulación	Q	Media
Calificaciones en tiempo adecuado		3,7
Integración teoría/práctica		4,6
Nivel de dificultad adecuado		7,0
Número de alumnos por aula		5,9
Objetivos claros		4,7
Orientación Internacional		2,8
Plan de estudios adecuado		3,4
Relación calidad/precio		6,1

Formación y estancia en el extranjero	Q	Media
Acceso al mundo de la investigación		4,8
Acceso al mundo laboral		4,9
Competencias relacionadas		5,3
Mejora laboral por estancia en el extranjero		8,0

Asignaturas	Q	Media
Innovación		2,3
Materiales ofrecidos		2,7
Objetivos		4,1
Organización		2,6
Prácticas		3,9
Trabajo no presencial		5,7

Satisfacción	Q	Media
Orgullo estudiante UCM		6,4
Satisfacción formación		6,1
Satisfacción UCM		6,0
Expectativas titulación		5,7
Satis. instalaciones de docencia		5,4

UCM	Q	Media
Activ. complementarias		7,1
Prestigio UCM		6,1
Recursos y medios		5,1
Atención al estudiante		4,7

Compromiso	Q	Media
Repetir estudios superiores		9,0
Repetir titulación		7,9
Repetir en la UCM		6,9
Recomendar titulación		6,8
Recomendar la UCM		6,3
Seguir en la UCM		5,9
Seguir en la misma titulación		4,9



PERSONAL TÉCNICO, DE GESTIÓN Y DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

*Resultados de las Encuestas de
Satisfacción con el Centro*

Curso 2023-2024



OFICINA para la CALIDAD

Vicerrectorado de Calidad

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

CURSO: 2023-24

CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Población N

94

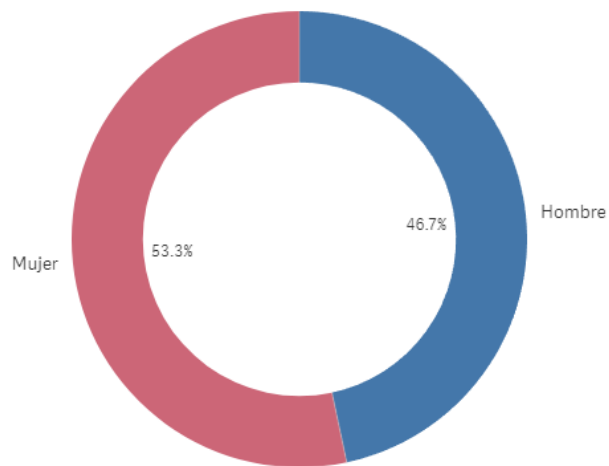
% Participación

16,0%

Participación n

15

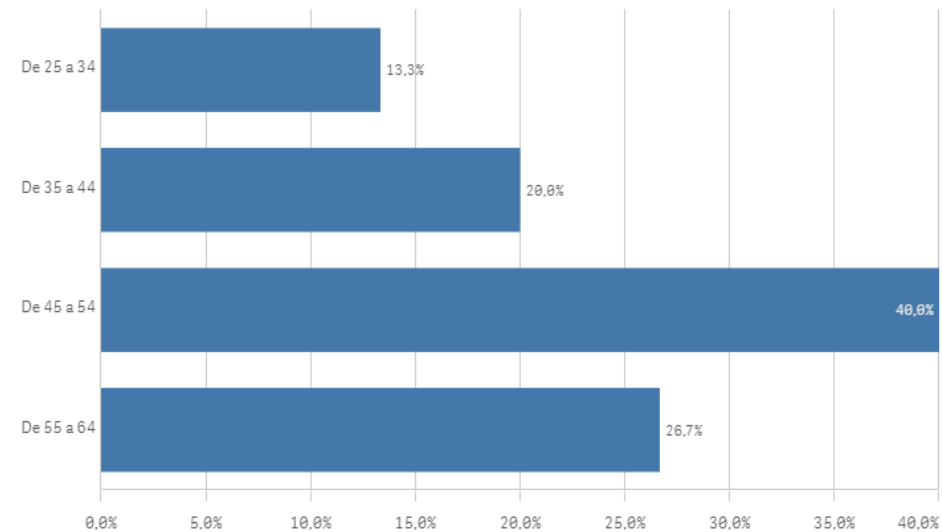
Genero



■ Hombre ■ Mujer

Edad (años)

(%) Porcentaje por franjas



Edad media (años)

47,1

Desviación típica

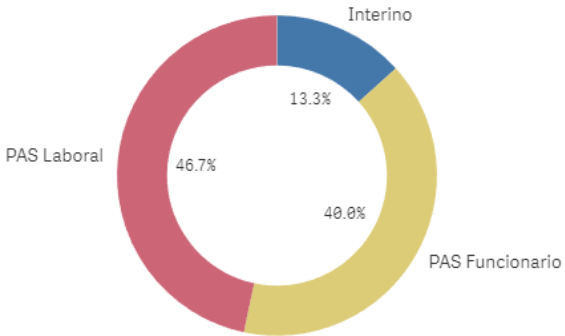
9,7

Jornada de trabajo



A tiempo completo

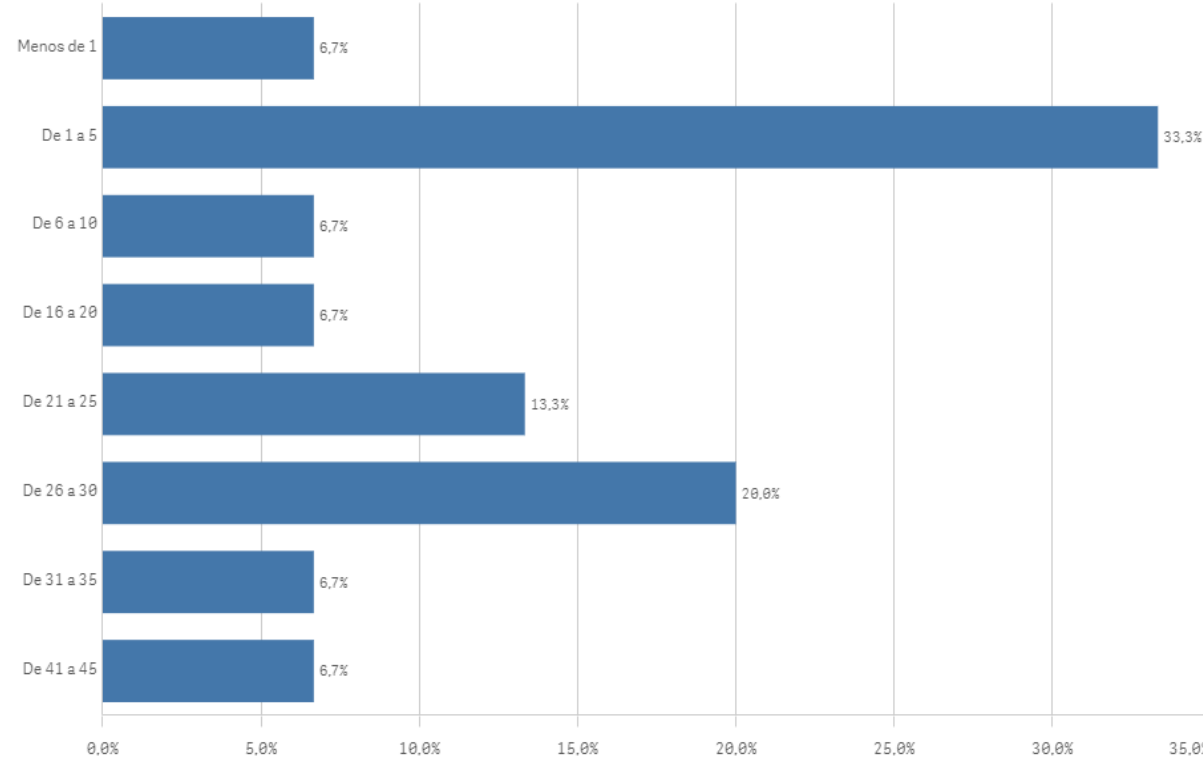
Tipo de contrato PAS



Interino PAS Funcionario PAS Laboral

Experiencia laboral (años)

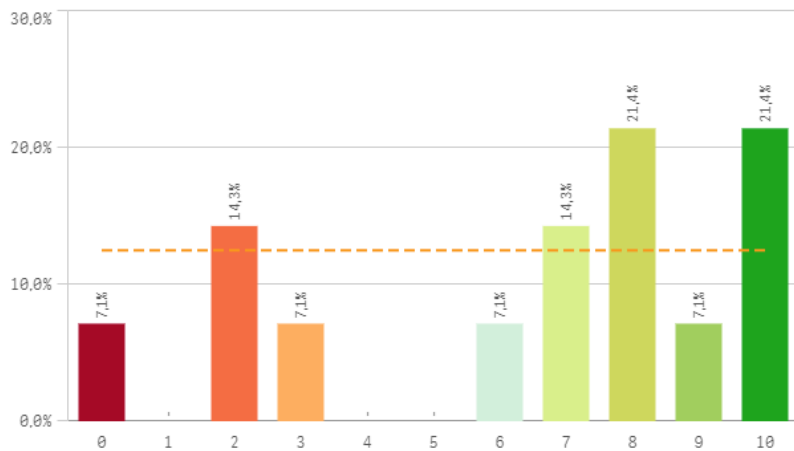
(%) Porcentaje por franjas



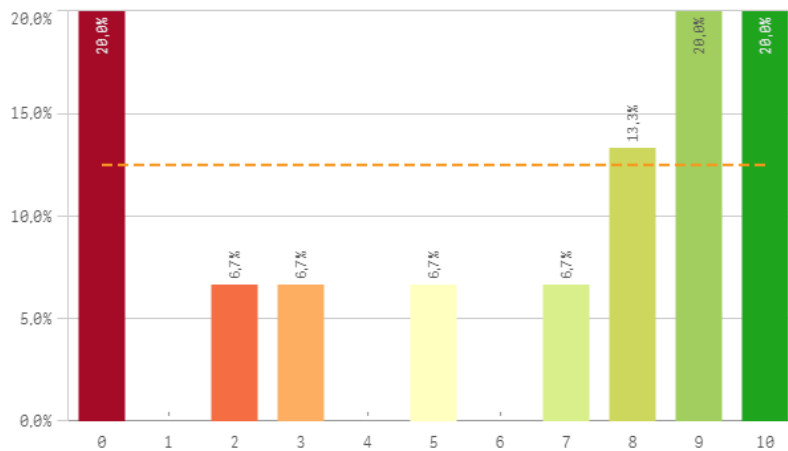
Experiencia media (años) 16,1

Desviación Típica 13,7

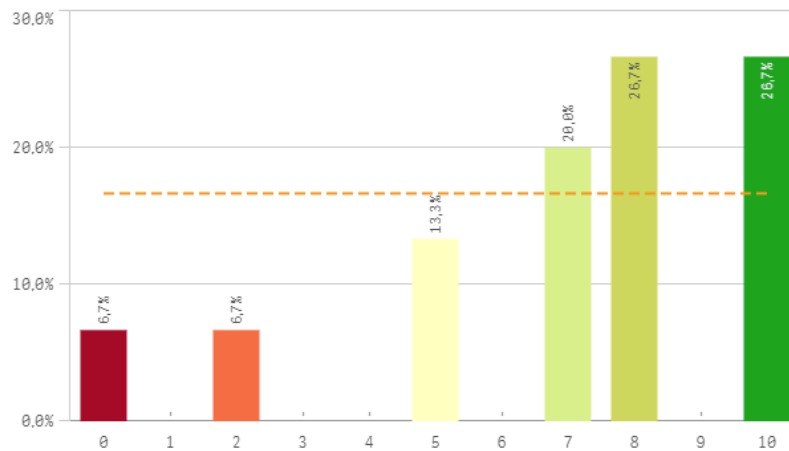
Información sobre las titulaciones para el desarrollo de sus labores



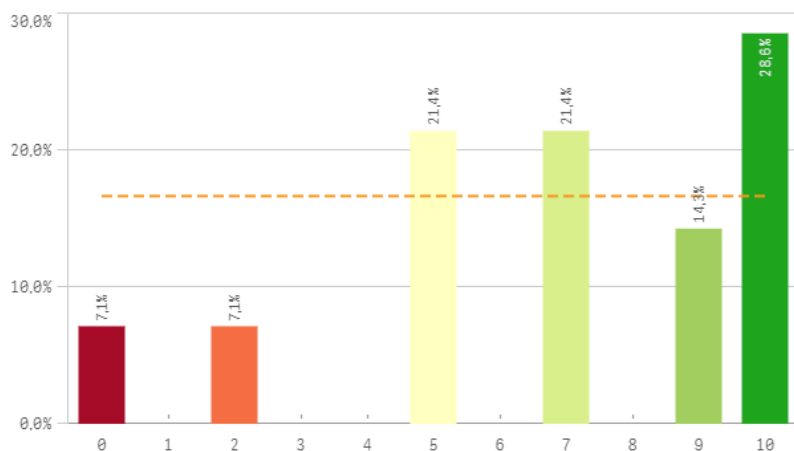
Comunicación con los responsables académicos



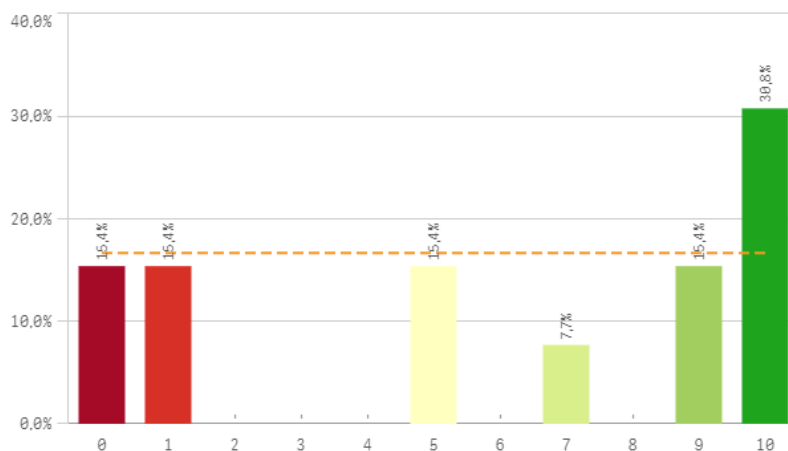
Comunicación con el profesorado



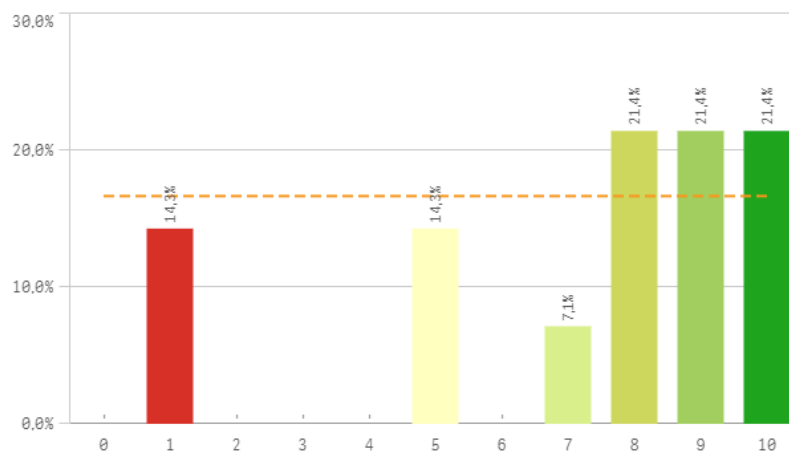
Comunicación con otras unidades administrativas



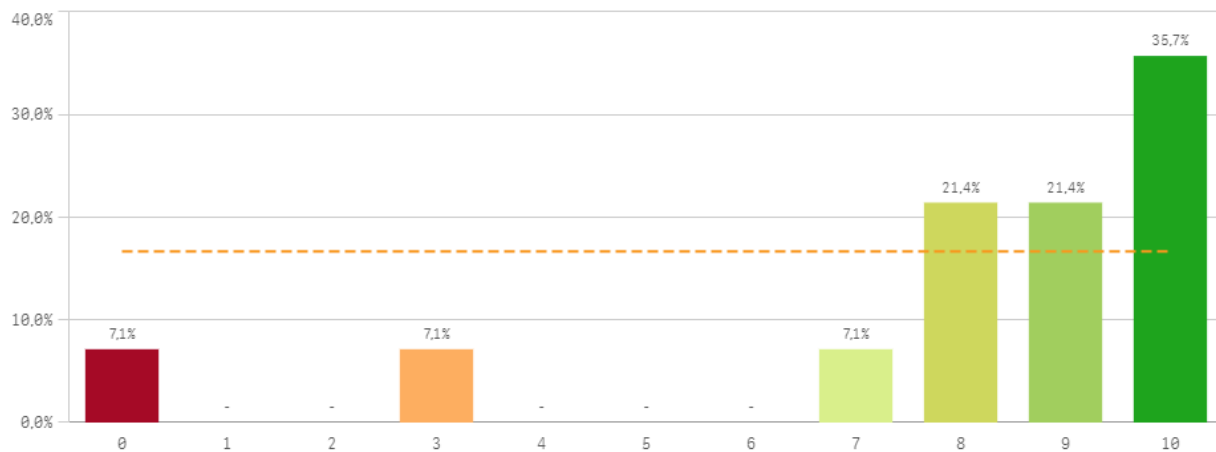
Comunicación con la gerencia del Centro



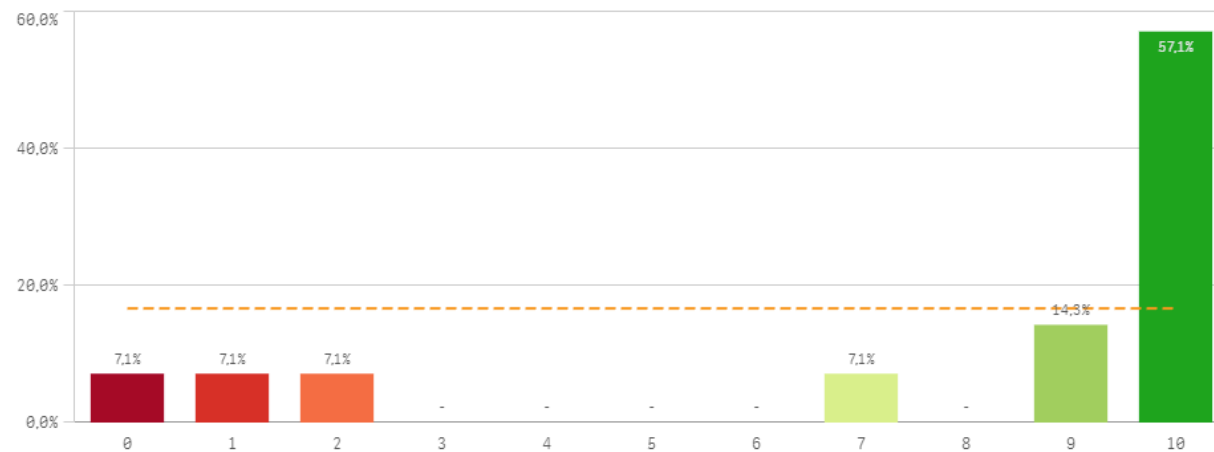
Comunicación con los Servicios Centrales



Relación con el alumnado del Centro

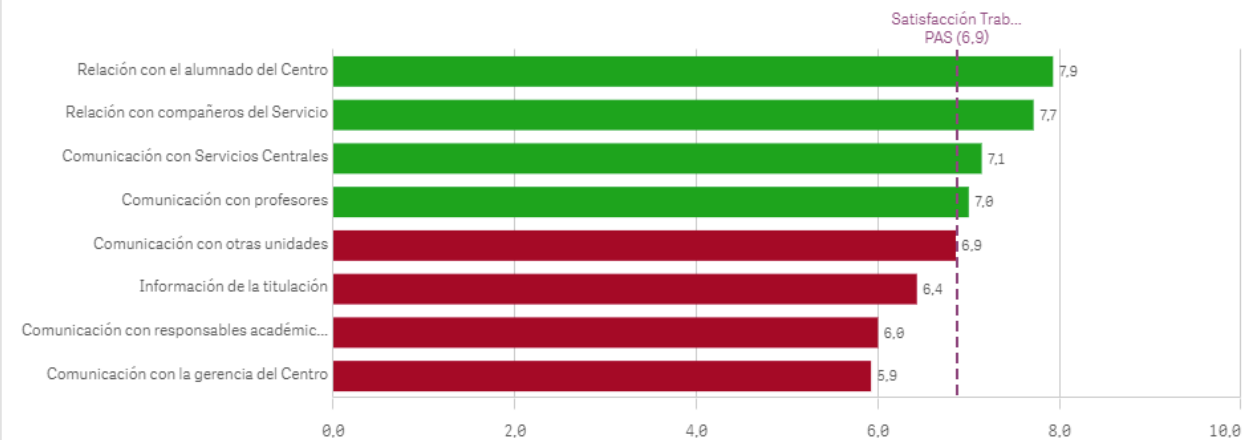


Relación con los compañeros del Servicio

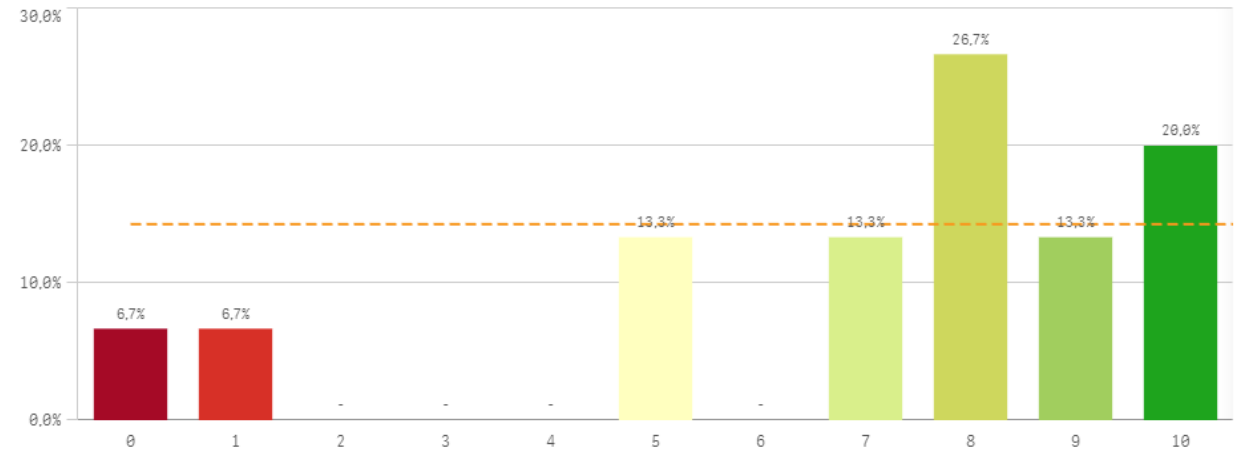


Información	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Relación con el alumnado del Centro		7,9	2,9	9,0	10,0
Relación con compañeros del Servicio		7,7	3,8	10,0	10,0
Comunicación con Servicios Centrales		7,1	3,1	8,0	-
Comunicación con profesores		7,0	3,0	8,0	-
Comunicación con otras unidades		6,9	3,2	7,0	10,0
Información de la titulación		6,4	3,3	7,5	-
Comunicación con responsables académicos		6,0	3,9	8,0	-
Comunicación con la gerencia del Centro		5,9	4,2	7,0	10,0

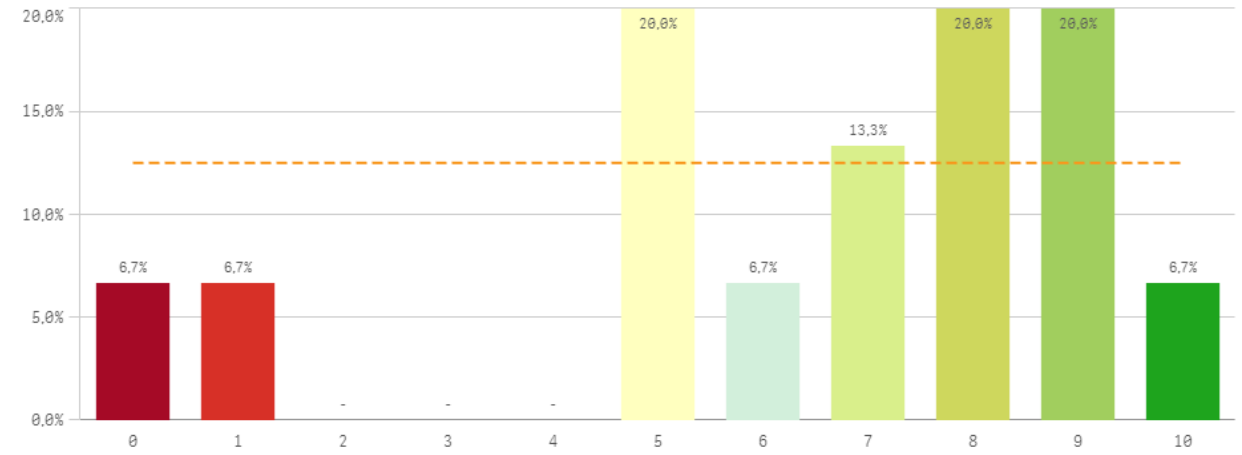
Fortalezas y debilidades



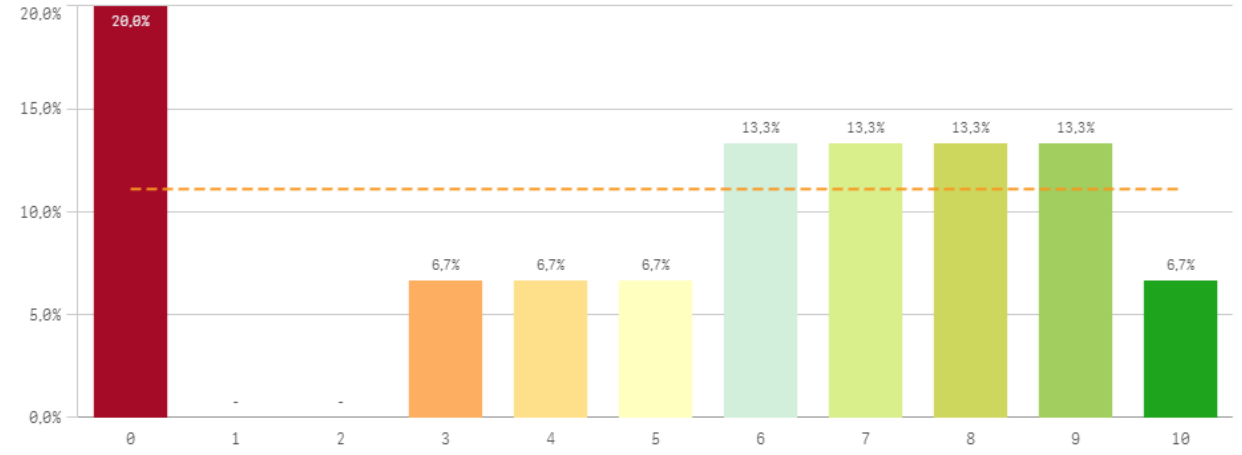
Espacios de trabajo



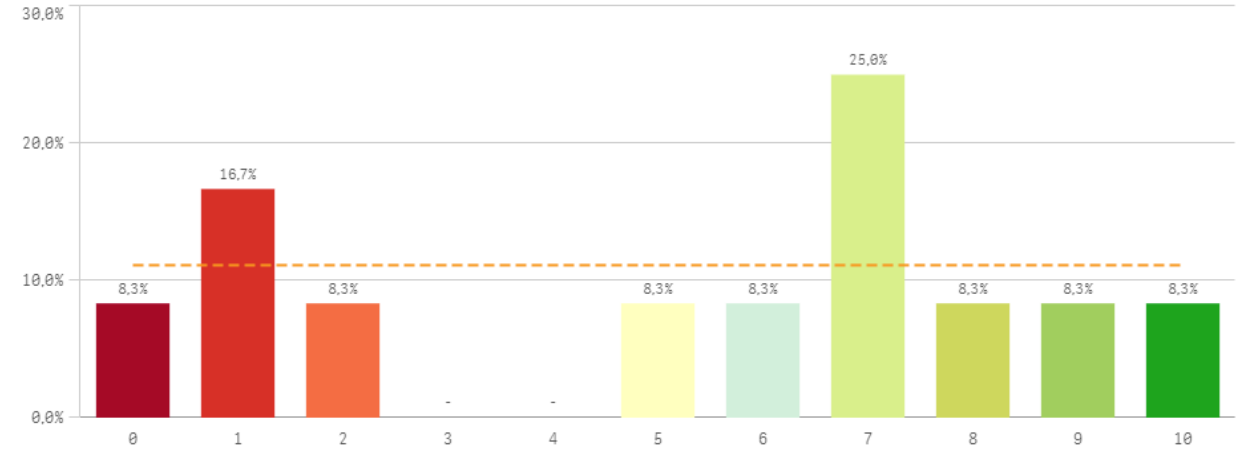
Recursos materiales y tecnológicos



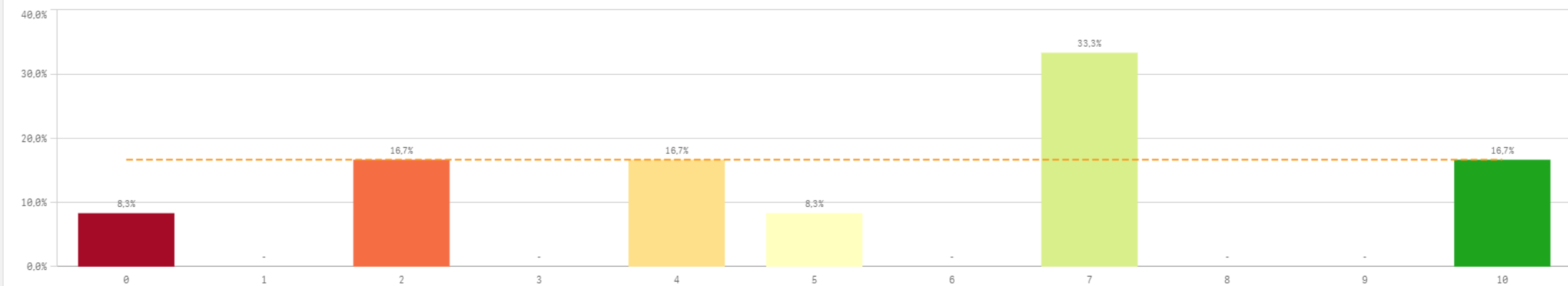
Plan de formación para el PAS



Servicios de Riesgos Laborales

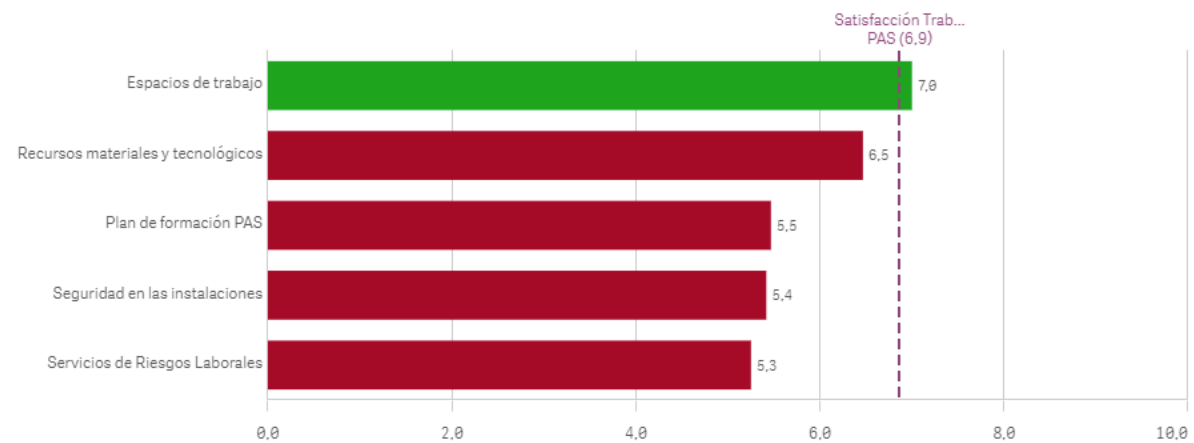


Seguridad de las instalaciones

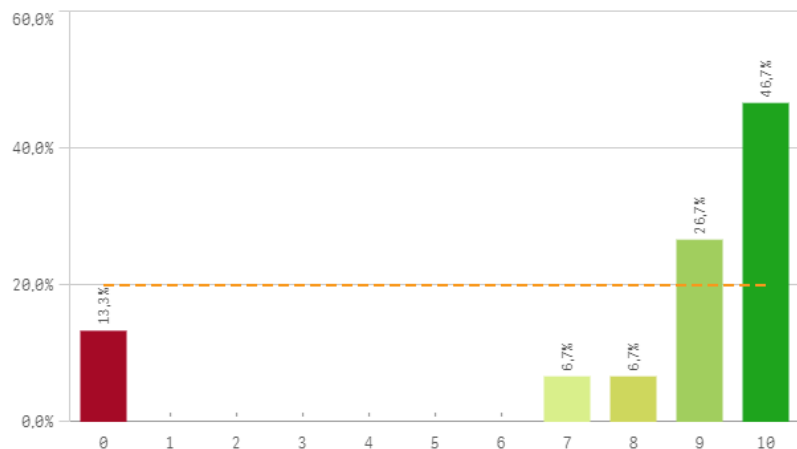


Recursos	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Espacios de trabajo		7,0	3,1	8,0	8,0
Recursos materiales y tecnológicos		6,5	2,9	7,0	-
Plan de formación PAS		5,5	3,4	6,0	0,0
Seguridad en las instalaciones		5,4	3,1	6,0	7,0
Servicios de Riesgos Laborales		5,3	3,4	6,5	7,0

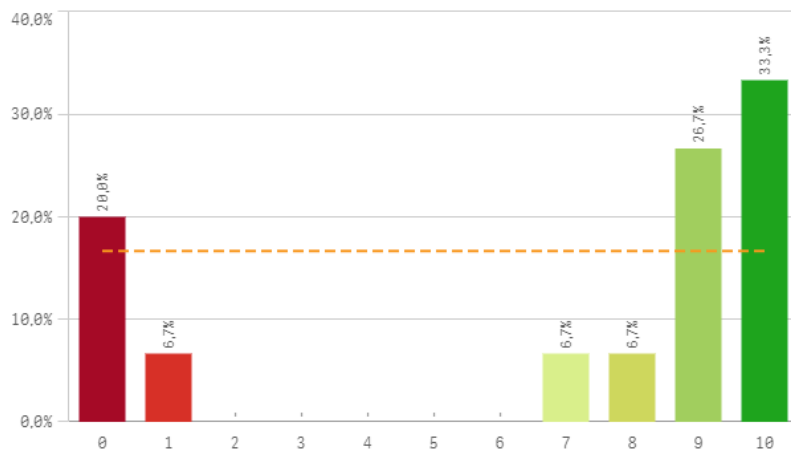
Fortalezas y debilidades



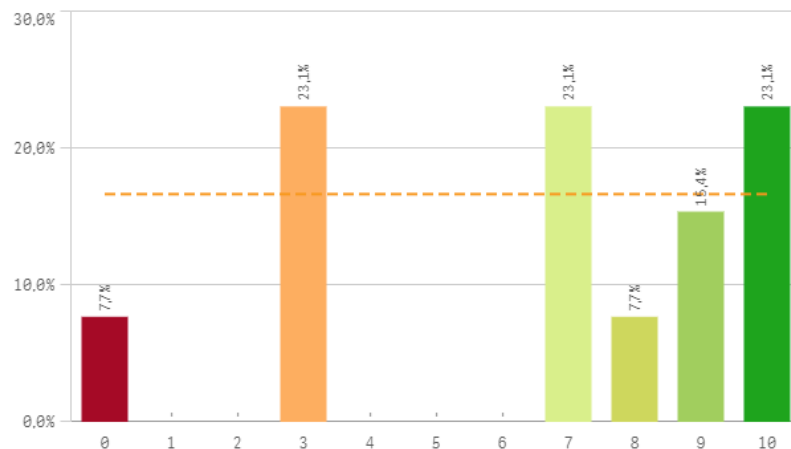
Conocimiento de funciones y responsabilidades



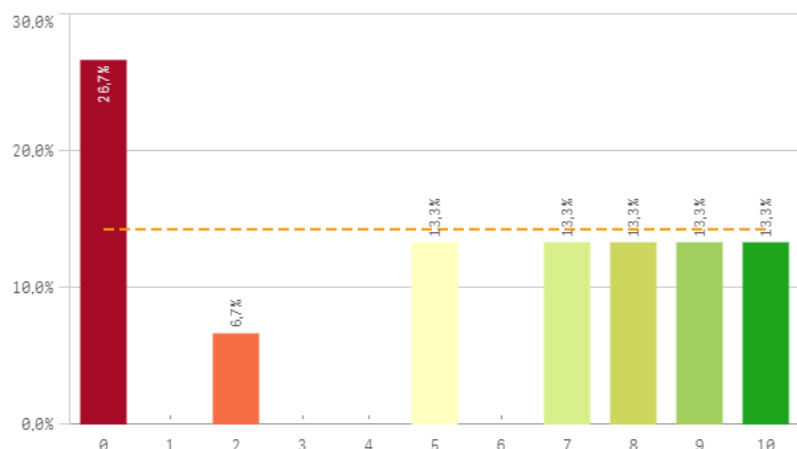
Organización del trabajo en la Unidad



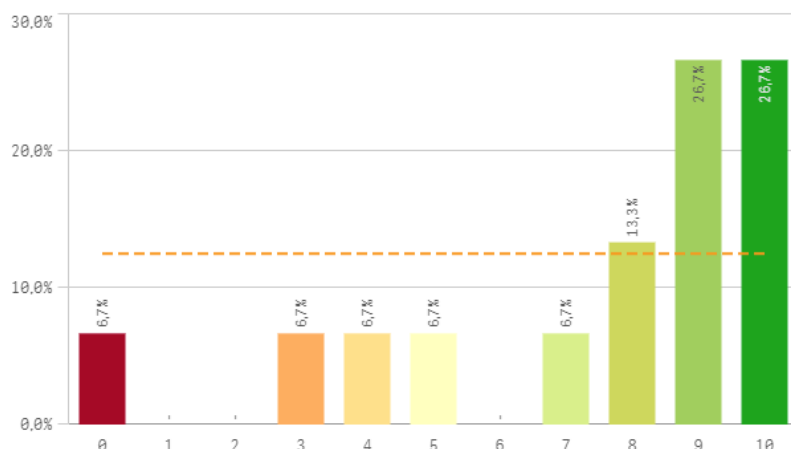
Posibilidad de ser sustituido



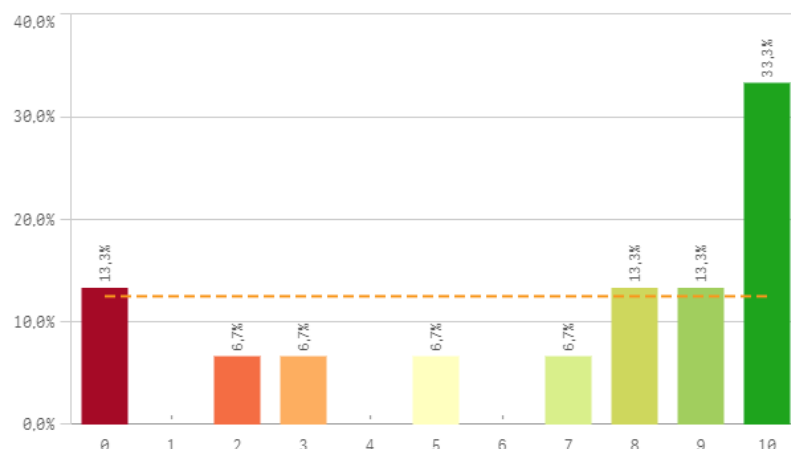
Relación formación/tareas



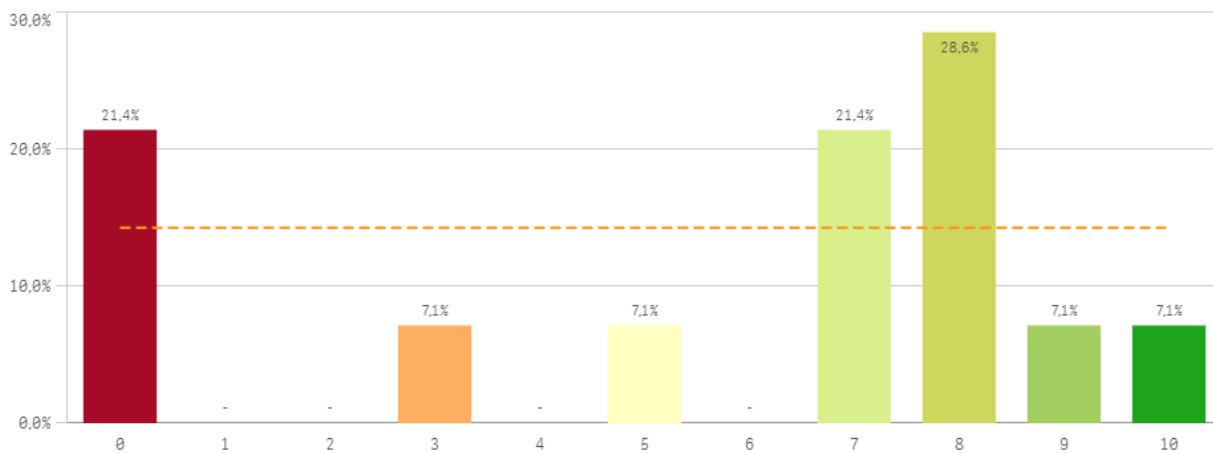
Adecuación de conocimientos y habilidades al trabajo



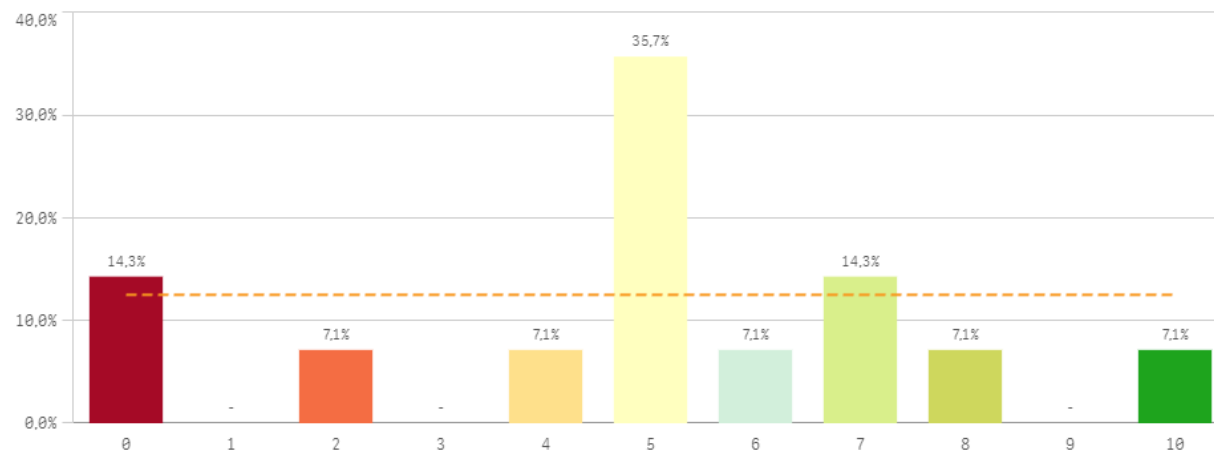
Tareas corresponden con su puesto



Definición de funciones y responsabilidades

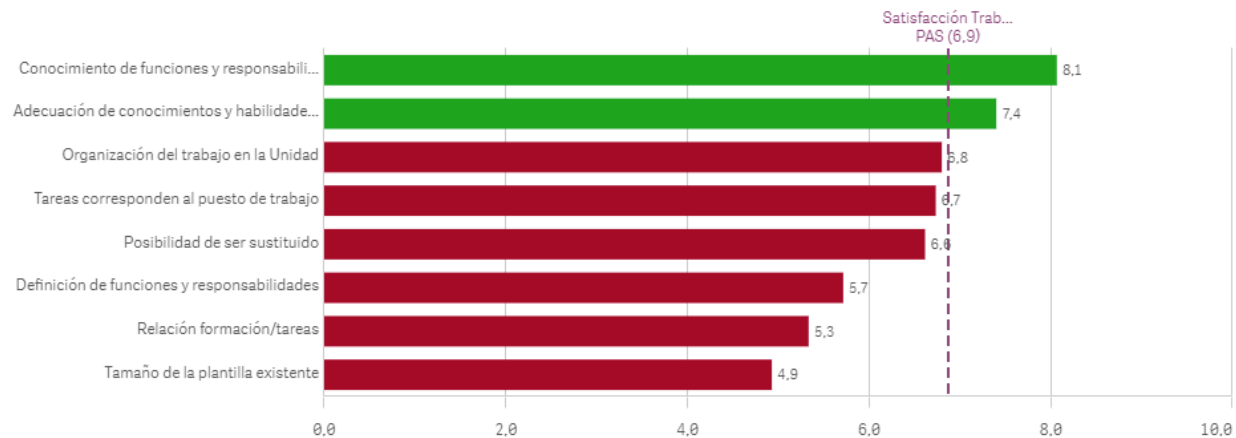


Tamaño de la plantilla existente

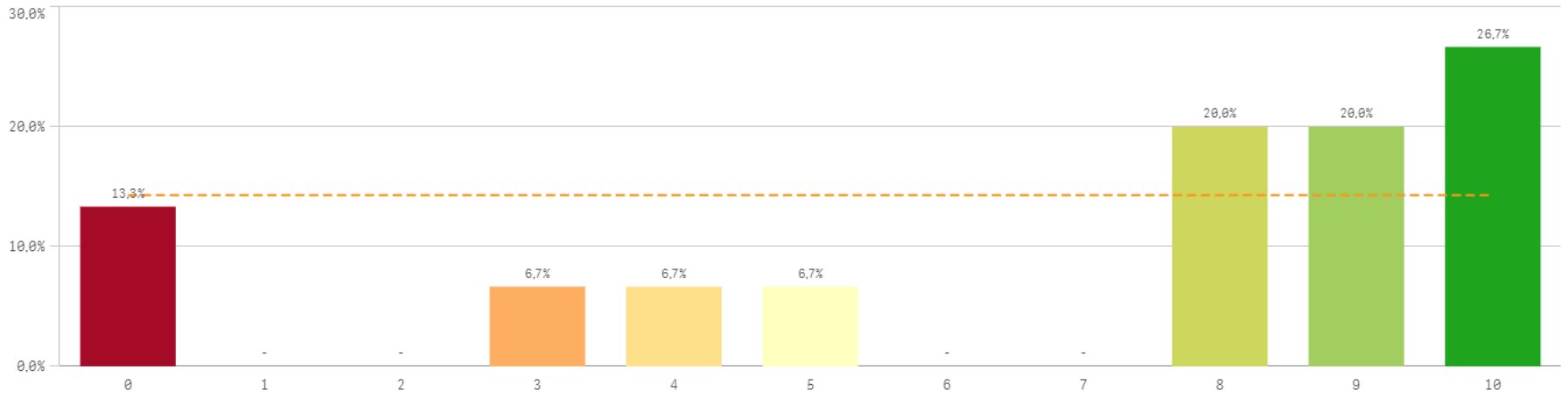


Gestión y organización	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Conocimiento de funciones y responsabilidades		8,1	3,4	9,0	10,0
Adecuación de conocimientos y habilidades al trabajo		7,4	3,0	9,0	-
Organización del trabajo en la Unidad		6,8	4,2	9,0	10,0
Tareas corresponden al puesto de trabajo		6,7	3,8	8,0	10,0
Posibilidad de ser sustituido		6,6	3,3	7,0	-
Definición de funciones y responsabilidades		5,7	3,5	7,0	8,0
Relación formación/tareas		5,3	3,9	7,0	0,0
Tamaño de la plantilla existente		4,9	2,8	5,0	5,0

Fortalezas y debilidades

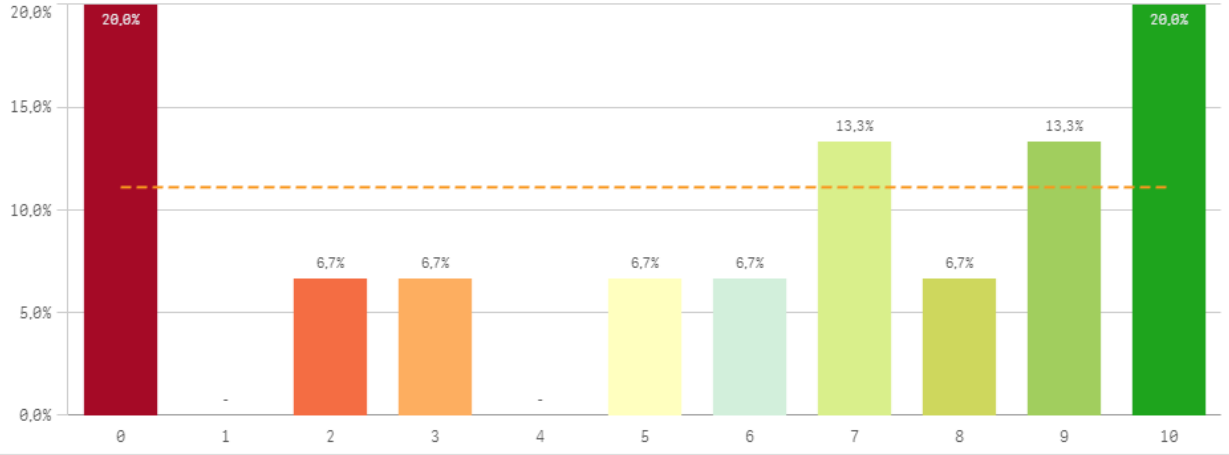


Satisfacción con el trabajo

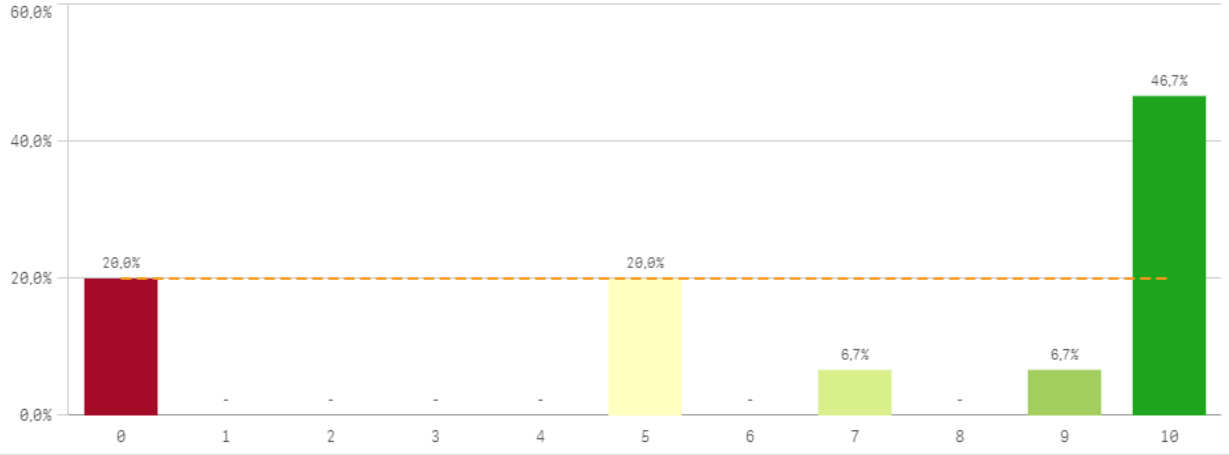


Media	6,9
Desviación Típica	3,6
Mediana	8,0
Moda	10,0

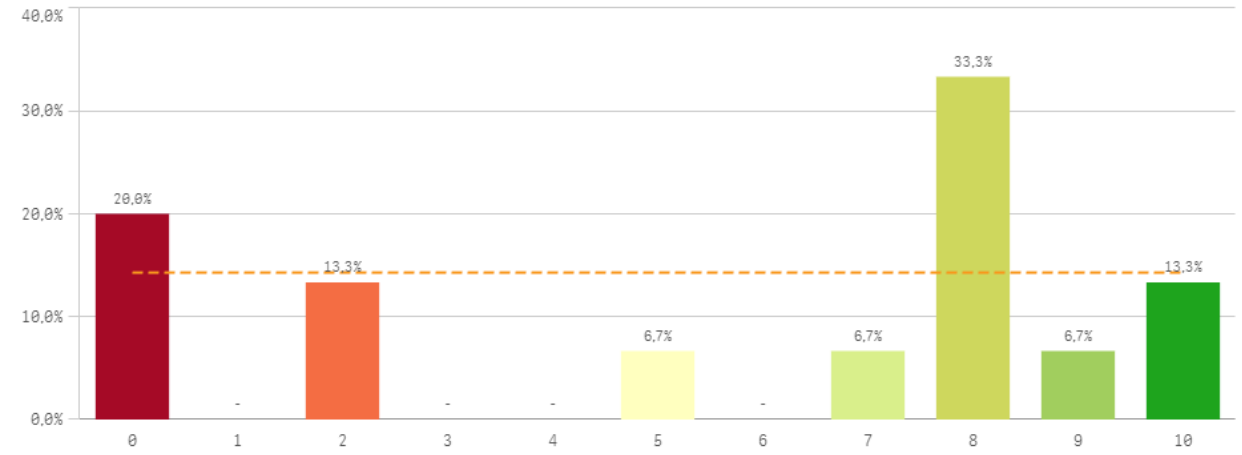
Satisfacción de pertenecer a la UCM



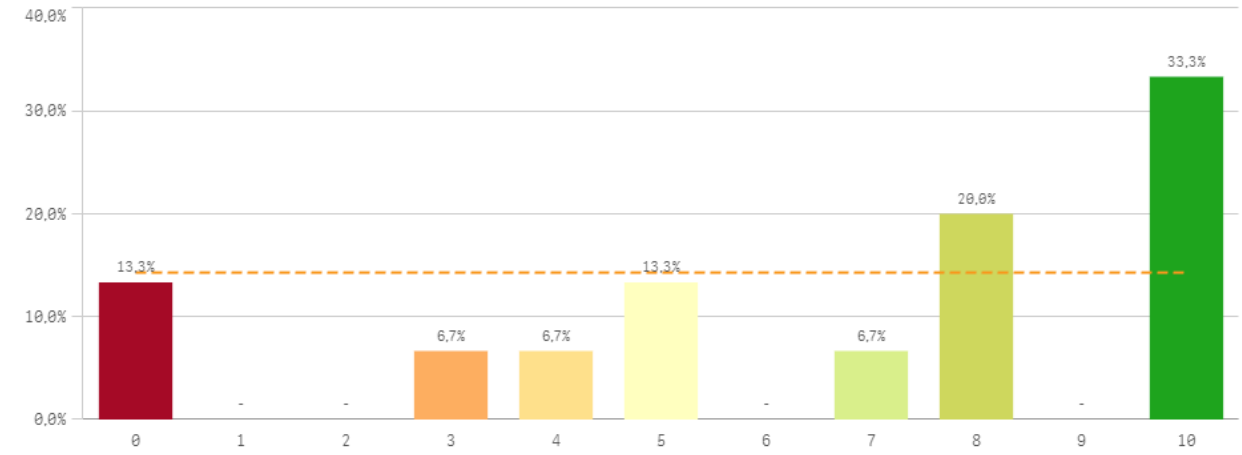
Orgullo PAS en la UCM



Reconocimiento de su trabajo

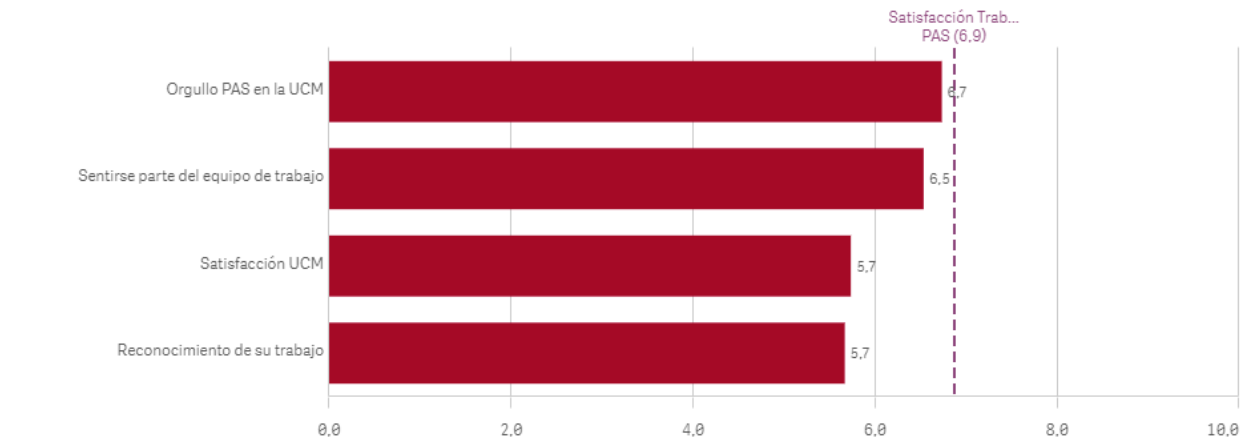


Sentirse parte del equipo de trabajo

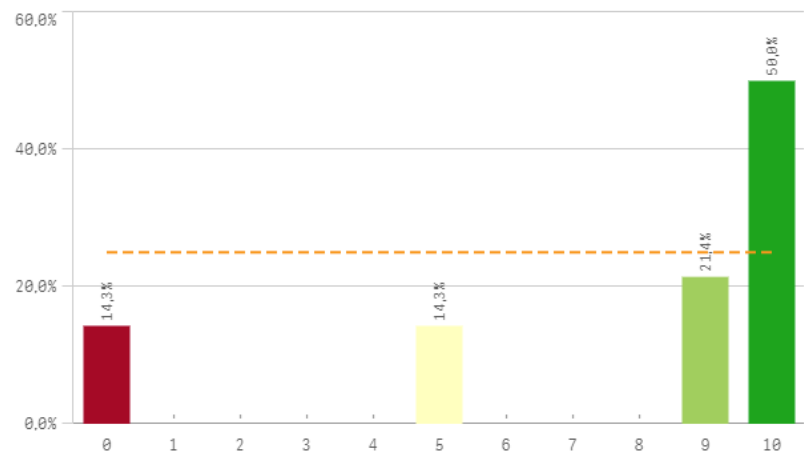


Satisfacción global	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Orgullo PAS en la UCM		6,7	4,0	9,0	10,0
Sentirse parte del equipo de trabajo		6,5	3,5	8,0	10,0
Satisfacción UCM		5,7	3,8	7,0	-
Reconocimiento de su trabajo		5,7	3,8	8,0	8,0

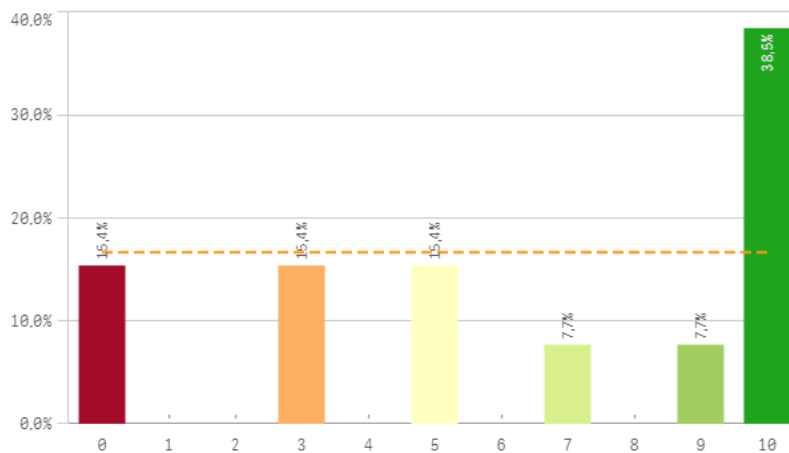
Fortalezas y debilidades



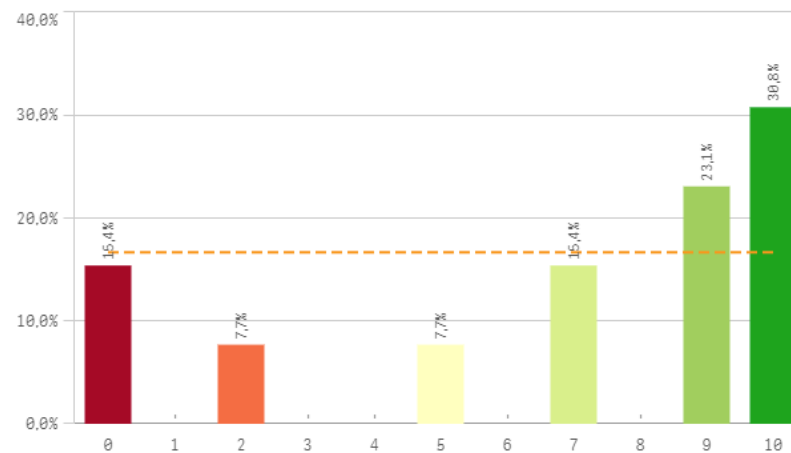
Repetir como PAS en la UCM (fidelidad)



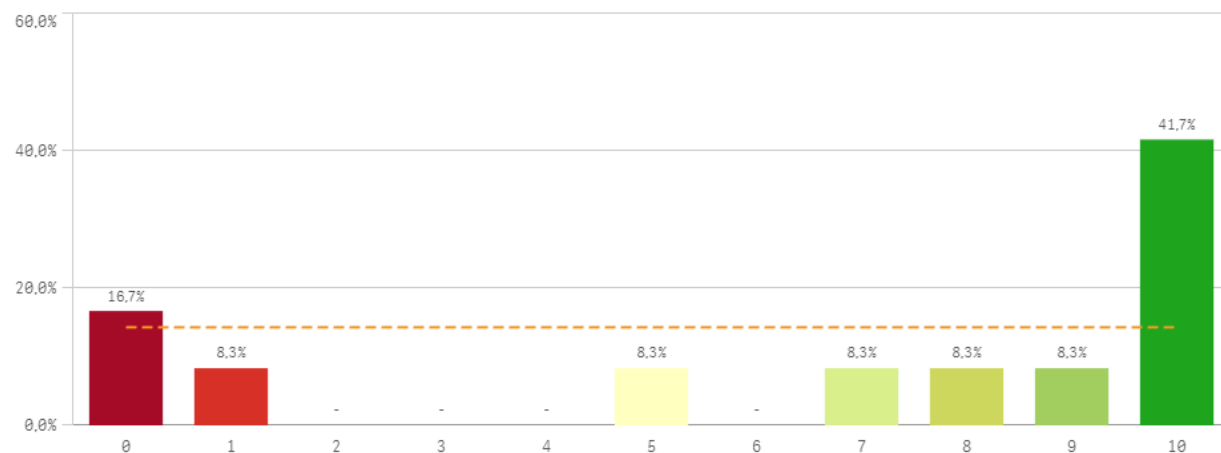
Seguir como PAS UCM vs PAS otra Univ. (vinculación)



Recomendar titulaciones UCM (preinscripción)



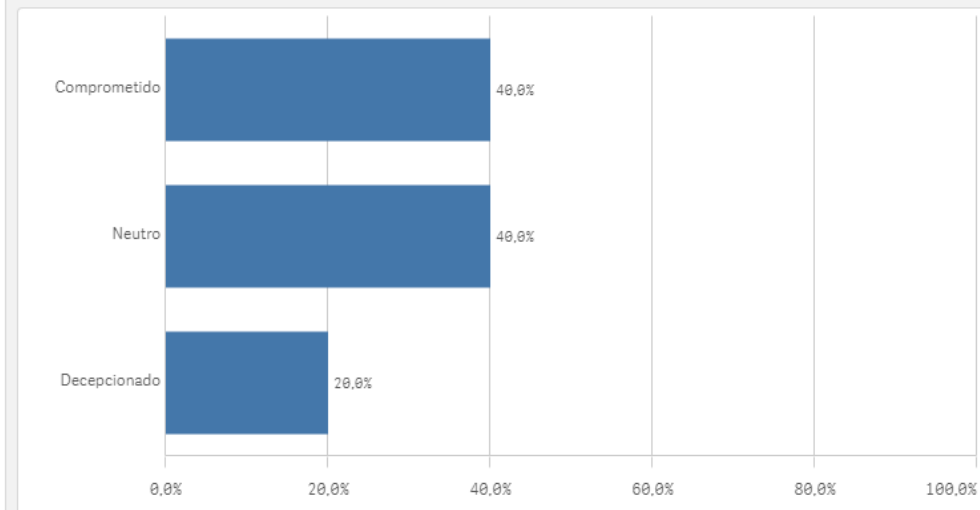
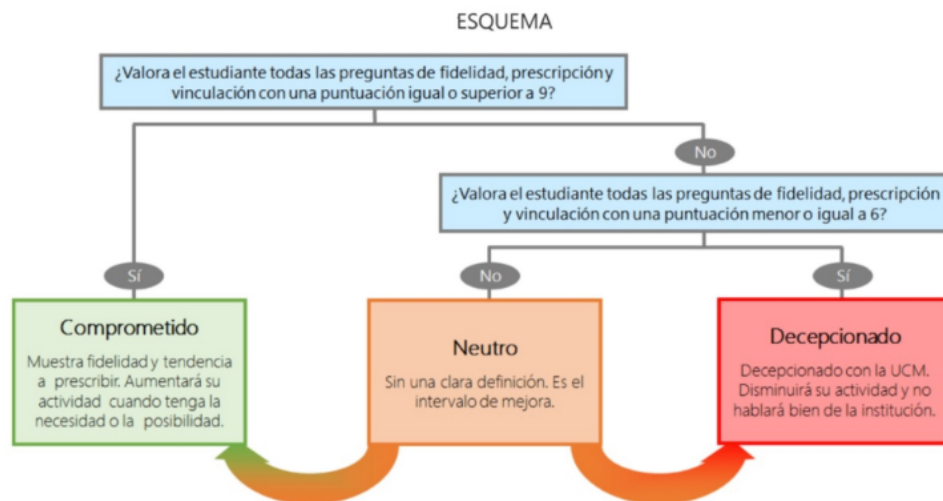
Recomendar estudiar en la UCM (preinscripción)



Compromiso	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Repetir como PAS en la UCM		7,6	3,7	9,5	10,0
Recomendar titulaciones UCM		6,8	3,8	9,0	10,0
Recomendar estudiar en la UCM		6,7	4,1	8,5	10,0
Seguir como PAS UCM vs PAS otra Univ.		6,3	3,9	7,0	10,0

Construcción y significado del valor "compromiso":

- * Estudiante comprometido: valora con 9 o más puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.
- * Estudiante neutro: la puntuación que otorga a todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación están entre 6 y 9.
- * Estudiante decepcionado: valora con 6 o menos puntos todas las preguntas de fidelidad, prescripción y vinculación.



Encuestas de Satisfacción
del PAS

CURSO: 2023-24

CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Información	Q	Media
Relación con el alumnado del Centro		7,9
Relación con compañeros del Servicio		7,7
Comunicación con Servicios Centrales		7,1
Comunicación con profesores		7,0
Comunicación con otras unidades		6,9
Información de la titulación		6,4
Comunicación con responsables académicos		6,0
Comunicación con la gerencia del Centro		5,9

Gestión y organización	Q	Media
Conocimiento de funciones y responsabilidades		8,1
Adecuación de conocimientos y habilidades al trabajo		7,4
Organización del trabajo en la Unidad		6,8
Tareas corresponden al puesto de trabajo		6,7
Posibilidad de ser sustituido		6,6
Definición de funciones y responsabilidades		5,7
Relación formación/tareas		5,3
Tamaño de la plantilla existente		4,9

Recursos	Q	Media
Espacios de trabajo		7,0
Recursos materiales y tecnológicos		6,5
Plan de formación PAS		5,5
Seguridad en las instalaciones		5,4
Servicios de Riesgos Laborales		5,3

Satisfacción global	Q	Media	Compromiso	Q	Media
Orgullo PAS en la UCM		6,7	Repetir como PAS en la UCM		7,6
Sentirse parte del equipo de trabajo		6,5	Recomendar titulaciones UCM		6,8
Satisfacción UCM		5,7	Recomendar estudiar en la UCM		6,7
Reconocimiento de su trabajo		5,7	Seguir como PAS UCM vs PAS otra Univ.		6,3