MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO DEL TÍTULO DE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2017-18 VICERRECTORADO DE CALIDAD DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Oficina para la Calidad de la UCM

INDICE

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER 6

1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO 6

2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO 8

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO 9

4. ANÁLSIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS 10

5. INDICADORES DE RESULTADO 12

6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN. 17

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS 19

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO. 19

9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA 20

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

Aspectos a valorar:

Esta Memoria tiene su origen en lo señalado en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio; RD 99/2011, de 28 de enero.
En la elaboración del presente documento se han tenido en cuenta las indicaciones de la Red Española de Agencias de Calidad Universitaria (REACU) y la Agencia externa (Fundación para el Conocimiento Madri+d). Igualmente, han sido consideradas las directrices derivadas de la Guía Metodológica para la elaboración del Sistema de Garantía de la Calidad de los Títulos de la UCM, y los "Criterios y Directrices para el aseguramiento de la calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior" (Ereván, 2015).
Entre los Criterios y Directrices Europeos se destaca que las instituciones de educación superior deben disponer de mecanismos formales para el control y revisión de sus programas y Títulos que aseguren su relevancia y actualidad permanentes, permitiéndoles mantener la confianza de los estudiantes y de otros agentes implicados en la Educación Superior (criterio 1.2).
De igual modo, se señala que las instituciones de educación superior deben garantizar que recopilan, analizan y utilizan información pertinente para la gestión eficaz de sus programas de estudio y de otras actividades (criterio 1.6), y que publican información actualizada, imparcial y objetiva, tanto cualitativa como cuantitativa, sobre los programas y Títulos que ofrecen (criterio 1.7).

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.ucm.es/gradopublicidad/

DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO
Denominación del Título. https://www.ucm.es/gradopublicidad/descripcion-del-grado
Título conjunto (para másteres exclusivamente) Universidades participantes Universidad coordinadora
Centro Responsable. https://ccinformacion.ucm.es/grado
Centros en los que se imparte. http://ccinformacion.ucm.es/
Curso académico en el que se implantó. https://www.ucm.es/gradopublicidad/descripcion-del-grado
Tipo de enseñanza (presencial, semipresencial, a distancia) https://www.ucm.es/gradopublicidad/caracteristicas-del-titulo
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas.

https://www.ucm.es/gradopublicidad/caracteristicas-del-titulo
Número total de ECTS del Título. https://www.ucm.es/gradopublicidad/estructura-del-plan
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) Estudiantes a Tiempo Completo Primer curso: Nº Mínimo de ECTS: 60 Resto de cursos: Nº Mínimo de ECTS: 60 Estudiantes a Tiempo Parcial Primer curso: Nº Mínimo de ECTS: 30 Resto de cursos: Nº Mínimo de ECTS: 30 https://www.ucm.es/gradopublicidad/estructura-del-plan
Normas de permanencia: https://www.ucm.es/gradopublicidad/caracteristicas-del-titulo
Idiomas en los que se imparte. https://www.ucm.es/gradopublicidad/estructura-del-plan
COMPETENCIAS
Competencias generales, transversales y específicas que los estudiantes deben adquirir durante sus estudios https://www.ucm.es/gradopublicidad/competencias
Profesiones reguladas para las que capacita, en su caso. https://www.ucm.es/gradopublicidad/competencias
ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES
Información dirigida al estudiante de nuevo ingreso https://www.ucm.es/gradopublicidad/normas-de-acceso
Vías y requisitos de acceso (GRADOS) https://www.ucm.es/gradopublicidad/normas-de-acceso
Criterios de Admisión (MÁSTERS)
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas https://www.ucm.es/gradopublicidad/caracteristicas-del-titulo
Pruebas de acceso especiales, en su caso No se aplica
Plazos de preinscripción https://www.ucm.es/gradopublicidad/normas-de-acceso
Período y requisitos para formalizar la matrícula https://www.ucm.es/gradopublicidad/normas-de-acceso
Perfil recomendado para el estudiante de nuevo ingreso https://www.ucm.es/estudios/grado-publicidadyrelacionespublicas-acceso-informacion
Información sobre transferencia y reconocimiento de créditos. https://www.ucm.es/gradopublicidad/adaptacion-de-ensenanzas
Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores (sólo en el caso de que el título provenga de la transformación a la nueva legislación de otro título) https://www.ucm.es/gradopublicidad/adaptacion-de-ensenanzas

Cursos de adaptación (plan curricular y condiciones de acceso). https://www.ucm.es/grado
Mecanismos de información y orientación para estudiantes matriculados **https://www.ucm.es/gradopublicidad/normas-de-acceso**
PLANIFICACIÓN Y CALIDAD DE LA ENSEÑANZA
Cuadro general de la estructura del plan de estudios. https://www.ucm.es/gradopublicidad/estructura-del-plan
Calendario de implantación del título: https://www.ucm.es/gradopublicidad/estructura-del-plan
Información general con la distribución de créditos en función del tipo de materia y número de créditos de las asignaturas: https://www.ucm.es/gradopublicidad/estructura-del-plan
Breve descripción de los módulos o materias su secuencia temporal y competencias asociadas a cada uno de los módulos o materias: https://www.ucm.es/gradopublicidad/estructura-del-plan
Itinerarios formativos (menciones/grados – especialidades/másteres). No se aplica
Guías docentes de las asignaturas (contendrá el tipo de asignatura, número de créditos, programa, objetivos de aprendizaje, metodología de aprendizaje, criterios de evaluación e idioma) https://www.ucm.es/gradopublicidad/guias-docentes
Acuerdos o convenios de colaboración y programas de ayuda para el intercambio de estudiantes https://www.ucm.es/gradopublicidad/movilidad-de-estudiantes-1
Prácticas externas (convenios con entidades públicas o privadas, sistema de tutorías, sistemas de solicitud, criterios de adjudicación…): https://www.ucm.es/gradopublicidad/practicas
Ingreso de estudiantes incluyendo planes de acogida o tutela. https://www.ucm.es/gradopublicidad/movilidad-de-estudiantes-1
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): https://www.ucm.es/gradopublicidad/profesorado
RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS
Recursos, infraestructuras y servicios de la titulación (aulas informáticas, recursos bibliográficos, bibliotecas, salas de estudio…): https://www.ucm.es/gradopublicidad/recursos-y-servicios
SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD
Breve descripción de la organización, composición y funciones del SGIC. https://www.ucm.es/gradopublicidad/organizacion,-y-funciones
Mejoras implantadas como consecuencia del despliegue del SGIC https://www.ucm.es/gradopublicidad/organizacion,-y-funciones
Información sobre el sistema de quejas y reclamaciones https://www.ucm.es/gradopublicidad/quejas-y-reclamaciones
Información sobre la inserción laboral No se aplica.

Resultado de los procesos de verificación, inscripción en el RUCT y seguimiento. https://www.ucm.es/gradopublicidad/organizacion,-y-funciones

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/MÁSTER

Aspectos a valorar:

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

Se han puesto en marcha los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria presentada a verificación y concretamente respecto a la 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.

Como máxima responsable de la calidad de la titulación del Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas, se ha creado una **Comisión de Calidad del Centro** aprobada por la Junta del Centro, específicamente dedicada a garantizar la calidad de las titulaciones que se imparten en la Facultad de Ciencias de la Información. Esta Comisión funciona con un reglamento específico aprobado por dicha Junta. En ella están representados todos los colectivos de la Comunidad Universitaria: profesorado, estudiantes, personal de administración y servicios y responsables académicos.

Los miembros que forman esta Comisión son:

- El Decano/a del Centro, que presidirá la Comisión, y será el responsable unipersonal de garantizar la calidad interna de las titulaciones impartidas en el mismo.
- Los Vicedecanos/as responsables de las áreas de Grado, Máster, Doctorado y Calidad
- El coordinador/a de cada una de las titulaciones de Grado, Máster Oficial y Doctorado de la Facultad de Ciencias de la Información
- Un Agente Externo.
- El/la representante del PAS
- Dos representantes de alumnos en Junta de Facultad, a ser posible uno de Grado y otro de Posgrado
- El /la secretario/a de la Facultad

La relación nominal de los responsables del SGIC y el colectivo al que representan se encuentran disponible en el siguiente enlace: https://ccinformacion.ucm.es/comision-de-calidad

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

La página web en la que se encuentra la información sobre el funcionamiento del Sistema de Garantía Interna de calidad del Grado y mejoras implantadas es la siguiente:
https://www.ucm.es/gradopublicidad/organizacion,-y-funciones

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

La Comisión de Calidad se reúne a lo largo del curso académico con la periodicidad que determina su Reglamento (https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-3854/Reglamento%20Comisi%C3%B3n%20de%20calidad%20(30.10.2014)%20ULTIMO.pdf), el cual también especifica el procedimiento de toma de las decisiones, así como sus efectos y consecuencias. Las decisiones de la Comisión se adoptan por mayoría simple. En caso de empate el/la presidente dispone de voto de calidad. Las medidas adoptadas se comunican a los implicados para realizar los cambios y mejoras oportunas y a la Junta de Facultad para su conocimiento y, en su caso, para su ratificación, si es necesaria.

Durante el curso 2017-18 las funciones de coordinación de la Comisión de Calidad han sido complementadas por las ejercidas por la Comisión de Estudios del mismo Centro. A continuación, se señalan resumidamente los temas tratados y las acciones acordadas por ambas comisiones.

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
Acta Comisión de Calidad. 25/01/2018	Renovación de la acreditación de los tres Grados de la Facultad y el Máster en C. Audiovisual para la Era Digital. Presentación de Memorias de seguimiento para su presentación a la Junta de Facultad. Necesidad de reducir el número de alumnos por grupo. Control de calidad del doctorado. Diferencias en la carga docente y en el reconocimiento de créditos de 6 en vez de 4,5. También se ha solicitado el reconocimiento de créditos por exceso de alumnos. Existe la coordinación de actividades para el Doctorado que no se reconocen. Alto grado de jubilaciones y contratación de asociados para sustituir a Titulares y Catedráticos.	Faltan datos estadísticos sobre moda y mediana. Se piden los datos de Docentia, sobre los profesores evaluados y los que han obtenido la nota Excelente. No existen datos sobre la inserción laboral, por lo que se propone encuestar a los egresados por email y teléfono. Se propone compartir un documento con los puntos comunes de la memoria. Incluir los nombres de los alumnos en la Comisión de Calidad y de Grado. Se está trabajando en la reducción de alumnos por grupo con el rectorado. Se crearán titulaciones y másteres nuevos. Se solicita plantilla de calidad del Doctorado a la oficina de Calidad. El Rectorado está dispuesto a reconocer créditos por exceso de alumnos. El Rectorado está estudiando reconocer créditos por la coordinación de actividades para el Doctorado. Se propone la contratación de profesores Titulares y Catedráticos.
Acta Comisión de Estudios. 27/09/2017	Modificación normativa TFG. Creación subcomisión nuevos Títulos, modificación de los actuales y creación de asignaturas en inglés. Evaluación del doctorado.	Cambios en los TFG: se asignarán a los departamentos en función a los créditos. El alumno elige temática e influye su nota media en la designación de tutor. En el trabajo es obligatorio incluir apartado teórico. Desdoble de asignaturas prácticas. Proponer nuevos Títulos que corresponda a la demanda social, intereses de la sociedad y de los alumnos. Se crean cuatro comisiones: Nuevos Grados, Nuevos Másteres, Desdobles de Asignaturas Prácticas y Adaptación Planes de Estudios Vigentes.
Acta Comisión de Estudios. 12/03/2018	El Decano informa sobre las comisiones que ya están trabajando. Se reunirá con el vicerrector para avanzarle un mapa de las titulaciones. El objetivo es tener tres ramas por cada titulación. Los nuevos títulos están pendientes de la definición de los actuales.	Se propone cambio de personal en la Comisión de Estudios. El Plan de Estudios de Periodismo está menos desarrollado por diferencias de criterios. Se propone avanzar para que esté igual de desarrollado que los otros Títulos. Se propone en la comisión los dos directores de departamento de Periodismo. Se proponen dos másteres nuevos: Máster en Estudios Internacionales y Máster en Comunicación y Salud.

	Se sigue trabajando en el desdoble de asignaturas y quedarían fuera las optativas.	
Acta Comisión de Estudios. 16/04/2018	Los alumnos extranjeros en ocasiones no tienen la competencia idiomática suficiente para matricularse en un título. En las subcomisiones de trabajo se han producido bajas y altas.	Se propone exigir a los alumnos extranjeros un nivel de idioma de español B2, el DELE del Instituto Cervantes. Es importante comprobar la originalidad del documento. Se propone realizar entrevistas para evaluar el nivel de idioma castellano a los alumnos de máster, incluso por Skype por razones de tiempo.
Acta Comisión de Estudios. 02/07/2018	Las distintas Comisiones se han reunido y han seguido trabajando en cambio de Planes de Estudio, nuevos Grados, reformas de Grados y desdobles. El vicedecano Joaquín Sánchez informa del descenso de solicitud de plazas. Se proponen dos másteres nuevos: Máster de Comunicación en Salud y Máster en Estudios Internacionales.	El Decano se reunirá con el Rector para presentar un mapa de Titulaciones y necesidades de los profesores. En la reforma se tendrá en cuenta las necesidades de los alumnos (nuevos itinerarios y especialización). Los itinerarios comenzarán en tercero y serán tres, además de uno transversal. En cuarto tendrán lugar las prácticas curriculares. El total será de tres o cuatro. Hay que tener en cuenta el número de aulas y recursos. Las clases podrían empezar a las 8 de la mañana. Los nueve Másteres oficiales han renovado su acreditación. Se propone apoyar el proceso de los dos Másteres nuevos.

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

Los mecanismos de coordinación docente, tal y como se ha establecido en el Sistema Interno de Calidad, se han articulado en diferentes niveles: por un lado, la Comisión de Calidad del Centro, por otro lado, la Comisión de Estudios y finalmente los Consejos de los diferentes Departamentos y Secciones departamentales. Estos últimos están representados por sus respectivos directores. A su vez, en cada departamento y sección, existe la figura del coordinador de asignatura, cuando esta es impartida por varios profesores.

Es la Junta de Facultad la que ratifica todas las decisiones, las cuales han sido previamente adoptadas por la Comisión de Estudios en función de los datos aportados por los propios representantes de los respectivos departamentos, secciones y unidades docentes. Algunos de los cuales, si es preceptivo, han sido aprobados en sus consejos de departamento. De todo ello existe constancia en las actas de reuniones del organismo competente (Consejo de departamento, de Comisión de Calidad, Comisión de Estudios y de Junta de Facultad).

El modelo de coordinación propuesto funciona correctamente: es transparente, permite la participación de todos los implicados, es muy ejecutivo y eficaz. Los resultados se demuestran en la coordinación, y a través de las actuaciones realizadas y las acciones emprendidas.

Respecto a las decisiones adoptadas en Comisión de Estudios y Comisión de Calidad que afectan a la coordinación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, destacamos, entre otras, las siguientes decisiones:

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
Acta Comisión de Calidad. 25/01/2018	Excesivo número de alumnos en cada grupo.	• Se ha reducido el número de matrículas a 250. Grupos de alumnos más reducidos, lo que beneficia a docentes y discentes. • Desdoble de grupos de asignaturas teórico-prácticas. Permite realizar trabajos prácticos en grupos más pequeños y mejor uso de los laboratorios. • Creación de la Oficina de Apoyo a la Docencia de la Facultad de Ciencias de la Información para Doctorado y Másteres.

Acta Comisión de Estudios. 02/07/2018	El Plan de estudio necesita ser remodelado.	• Creación de Comisiones de Plan de Estudios, Nuevos Grados, Dobles Grados y Asignaturas en inglés. • Propuesta de creación de Nuevo Mapa de Titulaciones: Nuevo Grado y Dobles Grados. • Se ha investigado y desarrollado un primer Plan de Estudios el cual se está debatiendo con transparencia en la Facultad: una presentación pública de los nuevos Planes de Estudios por cada Título. Se ha pedido la colaboración de todo el cuerpo docente.
Acta Comisión de Estudios. 02/07/2018	Internalización de los estudios de Grado.	• La Comisión está trabajando en Planes de Estudios de Títulos nacionales e internacionales que han sido reconocidos por su calidad. • Inclusión de asignaturas en inglés.
	Reforzar la plantilla PAS.	• Solicitar que se cubran puestos que han quedado vacantes.
	Organizar la gestión de información de las Titulaciones de la Facultad, y en particular, de los títulos de Doctorado y Másteres.	• Creación de la Oficina de Apoyo a la Docencia.

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	26	22,6%	240,74	25,8%	0
Asociado Interino	6	5,2%	39,50	4,2%	0
Ayudante Doctor	7	6,1%	60,50	6,5%	0
Catedrático de Universidad	11	9,6%	78,50	8,4%	38
Contratado Doctor	16	13,9%	112,00	12,0%	16
Contratado Doctor Interino	17	14,8%	152,50	16,3%	7
Emérito	1	0,9%	1,00	0,1%	6
Titular de Universidad	31	27,0%	248,74	26,6%	42

El personal académico del Grado tiene 59 profesores permanentes, esto significa que cerca del 60% de la plantilla tiene contrato indefinido. A su vez, existe un alto porcentaje de Doctores.
El personal es de carácter interdepartamental, e implica 14 departamentos y secciones departamentales.
En relación a la producción científica del profesorado, medida en sexenios, cerca del 60% de la plantilla docente posee algún tramo de investigación reconocido por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI). El personal académico del Grado tiene una labor investigadora de más de 100 sexenios. Existen un número importante de docentes que han participado en proyectos competitivos del Ministerio I+D+I. Todos los profesores tienen amplia experiencia en dirección de trabajos de investigación: tesis doctorales, TFM, TFG, etc.
La designación de los tutores de TFG se basa en las áreas de conocimiento de los docentes. Esta tarea está asignada a los coordinadores de TFG.
Cerca de la mitad de esta plantilla tiene una experiencia docente superior a los diez años.
Del resto de los profesores, cerca el 30% tiene una experiencia docente de más de cinco años y solo algo más de un cuarto de la plantilla son profesores incorporados en los últimos cinco años.
En este curso se han añadido enlaces a los cv abreviados de los profesores.

	1º curso de seguimiento ó curso auto-informe acreditación	2º curso de seguimiento ó 1º curso acreditación	3º curso de seguimiento ó 2º curso acreditación
IUCM-6 - Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	**55,91%**	**67,37%**	**73,91%**
IUCM-7 - Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	**44,09%**	**37,89%**	**26,09%**
IUCM-8 - Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	**100%**	**100%**	**100%**

Indicadores IUCM-6, IUCM-7 y IUCM-8: Participación en el Programa de Evaluación Docente, Evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente y Tasas de Evaluaciones Positivas del Profesorado.
El IUCM-6 indica la relación porcentual entre el número de profesores del Título que solicitan la participación en la evaluación docente (Docentia) de la universidad Complutense de Madrid y el número total de profesores del Título. Este valor ha subido este curso hasta el 73,91% lo que demuestra un interés en aumento del profesorado por participar y aportar su opinión al sistema de evaluación.
El indicador IUCM-7 está relacionado con la información anual sobre la proporción de profesores del Grado que han completado la evaluación de Docentia (26,09%) y aunque la tendencia de los últimos cursos ha sido ascendente, si hacemos una comparación con el curso anterior, ha supuesto un descenso, por lo que es necesario seguir realizando campañas de información y concienciación para que la participación siga ascendiendo. Sin embargo, la satisfacción sigue siendo altamente positiva, 100%.

4. ANÁLSIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS, SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES

El sistema de Sugerencias, Quejas y Reclamaciones garantizan la recogida de información de forma continua. Existe un formulario el cual tiene como objetivo servir de canal de notificación de incidencias, quejas o sugerencias en el marco de la Titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Información.

Recibido el formulario, el Coordinador/a informará al interesado/a, en el plazo de 20 días, de las actuaciones a realizar y, en su caso, de la resolución final adoptada por los órganos competentes. Las sugerencias/quejas recibidas serán consideradas y resueltas, dependiendo de su naturaleza, por el Coordinador/a de la Titulación y el Vicedecanato de Profesorado e Investigación y, en el caso de las reclamaciones, por la Comisión de Calidad de la Titulación.

El sistema online permite al alumno ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición. El escrito se tramita con rapidez y comodidad. Además, se genera un fichero automático que ayuda al seguimiento y control de quejas, sugerencias y reclamaciones.

PROCEDIMIENTO PARA LA PRESENTACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

El sistema para la recepción y resolución de las quejas y reclamaciones del de Publicidad y Relaciones Públicas posee el siguiente protocolo de actuación:

1. Las reclamaciones serán formuladas por el interesado en la Web por vía telemática. Estarán dirigidas al Decano de la Facultad (presidente de la Comisión de Calidad del Centro, encargada de la resolución de las quejas y reclamaciones). Habrá de contener sus datos personales, incluida una dirección de correo electrónico, el sector de la comunidad universitaria al que pertenece y su domicilio a efectos de notificación, y en el que se concretarán con suficiente claridad los hechos que originan la queja o reclamación, el motivo y alcance de la pretensión que se plantea, así como la petición que se dirige a la Comisión de Calidad del Centro. Al efecto, se ha habilitado en la Web de la Facultad un Buzón de quejas y reclamaciones (también de sugerencias) por cada uno de los tres, al que atiende el Coordinador del mismo.
2. El Coordinador recibe las reclamaciones, quejas o sugerencias y envía el correspondiente acuse de recibo a los que hayan presentado el escrito. Esta notificación de acuse de recibo podrá efectuarse solamente a través de procedimientos electrónicos.
3. La Comisión de Calidad no admitirá las reclamaciones y observaciones anónimas, las formuladas con insuficiente fundamento o inexistencia de pretensión y todas aquellas cuya tramitación cause un perjuicio al derecho legítimo de terceras personas. En todo caso, comunicará por escrito a la persona interesada los motivos de la no admisión.
4. La Comisión de Calidad no entrará en el examen individual de aquellas reclamaciones sobre las que esté pendiente resolución judicial o expediente administrativo y suspenderá cualquier actuación si, en el transcurso de su tramitación, se iniciara un procedimiento administrativo o se interpusiera demanda o recurso ante los tribunales ordinarios. Ello no impedirá, no obstante, la investigación de los problemas generales planteados en las reclamaciones presentadas. Admitida la reclamación, la Comisión de Calidad del Centro dará cauce a la misma para su oportuna investigación y resolución.
5. En dicho trámite, la Comisión de Calidad, según sea la naturaleza de la queja o reclamación, podrá trasladar la misma a la Sección o Departamento involucrado para que efectúe la correspondiente indagación o adopte el dictamen que le corresponde (véase por ejemplo las reclamaciones de calificaciones de las materias que los Departamentos tienen a su cargo). Igualmente puede contar con la Comisión de Estudios para dicho cometido, si así lo estimase oportuno.
6. En la fase de investigación del procedimiento se realizarán las actuaciones pertinentes para comprobar cuantos datos fueran necesarios, mediante el estudio de la documentación precisa, y la realización de entrevistas personales si el caso se prestará a ello. Al tiempo, podrán recabarse los informes externos que sean convenientes.
7. Una vez concluida la investigación o adoptado el dictamen oportuno, por la Sección o Departamento afectado o por la Comisión de Calidad, se remitirá a dicha comisión su actuación en relación con la queja o reclamación que ésta envió inicialmente. La Comisión de Calidad, si entiende que con ello se da solución a la queja o reclamación, notificará su resolución a los interesados y la comunicará al órgano universitario afectado, con las sugerencias o recomendaciones que considere convenientes para la subsanación, en su caso, de las deficiencias observadas.
8. Al igual que con el acuse de recibo, el Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas será el encargado de hacer llegar a los interesados el fallo adoptado por las instancias intermedias y la Comisión de Calidad, pudiendo hacerlo únicamente a través de procedimientos electrónicos.

9. En todo caso, la queja o reclamación ha de resolverse dentro del plazo de tres meses desde que fue admitida la reclamación.

En el Decanato, a modo de registro, se guardarán las resoluciones adoptadas en aquellas quejas y reclamaciones aceptadas a trámite por la Comisión de Calidad del Centro, por un periodo de cinco años. Dichas resoluciones se clasificarán, de acuerdo con el año académico, en categorías según su temática para una mejor identificación (plan de estudios, recursos humanos, recursos materiales, servicios, etc.)

El número total de reclamaciones, sugerencias y quejas presentados y resueltos en el curso 2017-2018 ha sido de 9. Todos los casos han sido resueltos según el reglamento y en tiempo. Se han tramitados tres quejas, uno "otros" y cinco reclamaciones. Los contenidos son los siguientes: cuatro reclamaciones estaban relacionadas con la nota del examen final, dos en desacuerdo con la gestión del TFG, dos por desacuerdo con el profesor y una equivocación de un alumno al buscar información en la web del Grado.

5. INDICADORES DE RESULTADO

Se han calculado los indicadores cuantitativos establecidos en el Sistema Interno de Garantía de Calidad, que permiten analizar, entre otros, el cumplimiento o desviación de los objetivos formativos y resultados de aprendizaje.

5.1 Indicadores académicos y análisis de los mismos

INDICADORES DE RESULTADOS

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid	1º curso de seguimiento ó curso auto-informe acreditación	2º curso de seguimiento ó 1º curso acreditación	3º curso de seguimiento ó 2º curso acreditación
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	**270**	**270**	**250**
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	**280**	**273**	**245**
ICM-3 Porcentaje de cobertura	**103,7%**	**101,11%**	**100,40%**
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	**87,99%**	**89,73%**	**88,87%**
ICM-5.1/6.1 Tasa de abandono del título	**15%**	**13,13%**	**17,42%**
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	**95,21%**	**92,91%**	**94,25%**
ICM-8 Tasa de graduación	**95,21%**	**92,91%**	**74,78%**
IUCM-1 Tasa de éxito	**95%**	**94,11%**	**93,94%**
IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción	**189,63%**	**181,11%**	**214%**

IUCM-3 **Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones**	**720**	**748,52%**	**846,80%**
IUCM-4 **Tasa de adecuación del grado**	**84,73%**	**84,62%**	**82,04%**
IUCM-5 **Tasa de demanda del máster**			
IUCM-16 **Tasa de evaluación del título**	**94,99 %**	**95,36 %**	**94,60%**

Indicadores ICM-1, ICM-2 y ICM-3: Plazas ofertadas, de nuevo ingreso y cobertura.
El número de plazas y matrículas de nuevo ingreso disminuyen ligeramente, con tendencia negativa. La disminución de plazas ofertadas no puede ser drástica, pues no lo permite la Comunidad de Madrid. Estamos ante grados de alta demanda, a los que hay que sumar los repetidores y estudiantes de Erasmus, entre otros. Estamos ante un grado altamente demandado y un número elevado de solicitudes en segunda y tercera opción. Además, es inevitable incluir algún alumno de convenios internacionales Erasmus y Séneca. Pese a todo, el esfuerzo realizado, repito, ha permitido reducir el número en los últimos cursos.

Indicadores ICM-4 y ICM-5.1/6.1: Rendimiento del título y abandono.
Se mantiene una evolución positiva en estos indicadores. La tasa de rendimiento se refiere a la información anual sobre la proporción de créditos ordinarios superados por los estudiantes con respecto a los créditos ordinarios matriculados. En este curso se ha llegado al 88,87%, un indicador elevado. El porcentaje de abandono continúa siendo bajo (17,42%), un poco más alto que el curso anterior.

Indicadores ICM-7 y ICM-8: Eficiencia de egresados y graduación.
La tasa de graduación se mantiene estable y alta, en el curso 2017-18 ha aumentado casi dos puntos (94,25). Este curso la eficiencia de egresados sigue manteniendo un porcentaje muy elevado, como en cursos anteriores. Este indicador está relacionado con el tiempo que emplean los alumnos en realizar sus estudios, en relación con el Plan Oficial. La eficiencia de graduación es de 74,78%, elevada, pero ha bajado y sería conveniente averiguar si este dato se mantiene y la razón.

Indicadores IUCM-1, IUCM-2 y IUCM-3: Éxito, demanda en primera opción y en segunda y sucesivas.
La tasa de éxito es muy elevada y se mantiene durante cursos de forma estable. Esta tasa se refiere a la evaluación de exámenes y otros tipos de calificaciones. El indicador IUCM-1 apenas ha tenido unas décimas de oscilación, sin embargo, el IUCM-2 e IUCM-3 han aumentado considerablemente: de 181,11% a 214% y de 748,52% a 846,80%.
El grado de Publicidad y RRPP tiene una alta demanda, lo que provoca un gran número de peticiones, además de estar solicitado en un alto porcentaje en segunda y tercera opción, que continúa su tendencia ascendente.

Indicador IUCM-4: Adecuación del grado.
El indicador 82,04% demuestra un rendimiento positivo desde hace varios cursos.

Indicador IUCM-16: Tasa de evaluación del Título

El indicador 94,60 mantiene la evaluación altamente positiva.

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).

	1º curso de seguimiento ó curso auto-informe acreditación	2º curso de seguimiento ó 1º curso acreditación	3º curso de seguimiento ó 2º curso acreditación
IUCM-13 - Satisfacción de alumnos con el título	**5,4**	**5,27**	**6**
IUCM-14 - Satisfacción del profesorado con el título	**8,07**	**7,61**	**8**
IUCM-15 - Satisfacción del PAS del Centro	**3**	**6,17**	**6**

Indicadores IUCM-13, IUCM-14 y IUCM-15: Evaluaciones sobre la satisfacción, de los alumnos, del profesorado y del PAS.

La información sobre la valoración global y sobre aspectos específicos de la titulación y de los actores implicados en la misma (alumnado, profesorado y PAS) se obtiene mediante encuestas que son remitidas a los distintos actores implicados en la titulación dentro del correspondiente curso académico, pudiendo asimismo realizarse a través de medios electrónicos, informáticos y telemáticos. Para la realización de estas encuestas se cuenta con la ayuda técnica de la Oficina para la Calidad de la UCM que es la encargada de la elaboración de los cuestionarios y de llevar a cabo el tratamiento analítico de la información. La Comisión de Calidad del Centro se encargará de la aplicación de los cuestionarios y de su envío a la Oficina para la Calidad de la UCM para su procesamiento y análisis.

El indicador de **Satisfacción de los Alumnos** sigue con la tendencia ascendente de los últimos cursos, desde 5,27 a 6. Las encuestas de satisfacción han sido contestadas por 154 alumnos, lo que demuestra el éxito de las campañas de comunicación, aunque se debe continuar insistiendo en estás fórmulas tales como mantener abierto el periodo un tiempo suficiente o recordarlo de manera individual. Los alumnos han valorado negativamente el número de alumnos por aula, los planes de estudios e integración de teoría y práctica, componente práctico, contenidos innovadores, orientación internacional, materiales innovadores y acceso al mundo laboral. Tal como se ha comentado y se desarrollará con posterioridad, las Comisiones de Estudios y Nuevos Grados están trabajando en la modificación de los Planes de Estudios basados en el estudio de más de 100 universidades nacionales e internacionales. También se ha reducido el número de plazas ofertadas y se trabaja en el desdoblamiento de grupos en asignaturas teórico-prácticas. Destaca la satisfacción con los programas de movilidad con nota de 9, utilidad de las prácticas 7, elegiría la misma titulación con un 8 y seguiría en la misma titulación a pesar de poder cambiar con un 8.

De igual modo, el indicador de **Satisfacción del Profesorado** con el título ha sido muy positivo y sigue su tendencia a mejorar cada curso, de 7,61 a 8. Los indicadores que destacan son muchos y variados, algunos ejemplos pueden ser: objetivos claros 8, cumplimiento del programa 9, coordinación 8, importancia de la titulación 9, cumplimiento del programa 8, calificaciones disponibles en tiempo 9, formación relacionada con la asignatura que imparte 10, fondos bibliográficos 9, aulas para docencia teórica 8, disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título 9, organización de los horarios docentes 8, compromiso del

alumnado con su proceso de aprendizaje 8, y campus virtual 9. Un índice negativo es el tamaño de los grupos 3.
El **indicador del PAS del Centro** continúa estable. Destaca la comunicación con el profesorado con nota de 7, relación con el alumnado con 7 y con sus compañeros un 8. Las funciones y responsabilidades, la organización del trabajo, conocimientos y habilidades, tareas que corresponden a su puesto y la formación con sus tareas obtienen notable alto. El reconocimiento de su trabajo y sentirse parte del equipo ha sido puntuado con un 7. Hay que mejorar el tamaño de la plantilla y el Plan de formación.

Satisfacción del Agente Externo: La encuesta del agente externo se ha realizado a través de la Comisión de Calidad. Respecto a su nivel de satisfacción, el agente externo ha valorado con un 10 (sobre 10) los cuatro ítems con los que se mide su satisfacción como miembro de la Comisión de Calidad. Ha añadido, en observaciones, lo siguiente: "En mi opinión se trabaja con seriedad, con propuestas y con eficacia".

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

No se dispone de datos sobre la inserción laboral de los egresados del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Información. Sin embargo, desde el curso 2016-2017, el Decanato de este Centro viene trabajando, a través de diferentes proyectos de Innovación en Gestión de carácter competitivo, en el estudio y seguimiento de los egresados del Centro en sus diferentes titulaciones y en la formación recibida en el Centro de cara a su inserción en el mercado laboral.
Uno de los objetivos de estos estudios sobre la inserción laboral consiste en el diseño de un sistema piloto de seguimiento de los estudiantes egresados de las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, para conocer la tasa de egresados que continúa una formación de postgrado, el tipo de Máster o Postgrado alternativo eligen, si lo cursan en la propia Facultad o en la misma Universidad. También se analiza la tasa de inserción laboral, así como la valoración de los empleadores y las expectativas que albergan respecto a nuestros egresados.
Los resultados de la Fase previa del proyecto de innovación pueden consultarse en esta dirección web:
https://eprints.ucm.es/43772/1/Memoria%20PIGC%20n%C2%BA%2080%202016-17.%20Definitiva.pdf

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

Tal como se recoge en la Memoria de Verificación, la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida, se organiza a través de los programas de intercambio Sicue-Séneca, Erasmus, Convenios Internacionales y en especial con América Latina y otros destinos: https://www.ucm.es/gradopublicidad/movilidad-de-estudiantes-1

PROGRAMA SICUE-SENECA**:** El número de estudiantes que pueden ser aceptados en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se cifra en 8 alumnos. Para seleccionar tanto a los alumnos propios como a los alumnos visitantes, se utilizan los siguientes parámetros: número de créditos cursados por el alumno, expediente académico y en su caso conocimientos de otras lenguas oficiales del territorio español. El sistema utilizado para el reconocimiento y acumulación de créditos ECTS, es el de la correspondencia en el número de dichos créditos y el contenido de las materias cursadas.

Dentro de la Facultad de Ciencias de la Información las competencias de este programa de movilidad están asignadas al Vicedecano de Relaciones Institucionales, Movilidad y Prácticas, que está asesorado por una Comisión establecida al efecto para el estudio de los expedientes, contenidos y programas.

PROGRAMA ERASMUS: El número de estudiantes Erasmus que pueden ser aceptados en esta titulación se sitúa en torno a los 75 alumnos, englobados en más de 60 convenios ya firmados con universidades europeas, a los que se irían añadiendo otros de nueva creación, que se siguen suscribiendo con otras instituciones universitarias.
El número máximo de profesores de esta titulación que podrían participar en el programa Erasmus asciende a unos 100 docentes.
Los criterios establecidos para seleccionar a los alumnos propios que desean participar en este programa son principalmente el número de créditos cursados, el expediente académico del alumno, la universidad de destino solicitada, así como el conocimiento del idioma en el que se desarrolla la enseñanza en la universidad elegida. En lo referente a los criterios para seleccionar al alumno visitante se tendrá en cuenta lo dispuesto en los convenios suscritos entre la Universidad Complutense de Madrid y las universidades de origen que servirán para seleccionar a los alumnos en el caso de que hubiera más solicitudes que plazas disponibles.
El sistema utilizado para reconocimiento de créditos en el programa Erasmus será el reconocimiento y acumulación de créditos ECTS, el de la correspondencia en el número de dichos créditos, así como el contenido de las materias cursadas. Al igual que en los convenios SICUE-SENECA, dentro de la Facultad de Ciencias de la Información las competencias de este programa de movilidad están asignadas al Vicedecano de Relaciones Institucionales, Movilidad y Prácticas, que cuenta con el asesoramiento de una Comisión establecida al efecto para el estudio de los expedientes, contenidos y programas.

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El Grado de Publicidad y Relaciones Públicas **no contempla en su Plan de Estudios la realización de Prácticas Externas**, ni obligatorias, ni voluntarias, tal y como se indica en la página web del propio grado (https://www.ucm.es/gradopublicidad/practicas)
Se entiende que la adquisición de los conocimientos prácticos, especialmente los referidos a los aspectos más técnicos y profesionales, no se adquieren exclusiva y forzosamente con el aprendizaje mediante prácticas externas realizadas en Empresas profesionales. Por ello las prácticas externas no están recogidas como créditos que ha de cursar el alumno dentro de la propuesta de módulos y materias que conforman el plan de estudios. Sin embargo, tradicionalmente la Facultad de Ciencias de la Información permite a los estudiantes interesados la posibilidad de hacer prácticas externas en Empresas. Dichas prácticas pueden realizarse por cuenta del alumno en cualquier empresa interesada que el estudiante mismo busca, siendo imprescindible que estén dadas de alta en la *Oficina de Prácticas y Empleo* (OPE) de la UCM. Las empresas registradas en el OPE tienen firmado con la UCM un convenio de colaboración que se gestiona en el Vicerrectorado de Relaciones Institucionales a instancia de las respectivas Facultades, que hacen las veces de mediadoras.
La OPE, es quien organiza y desarrolla en la UCM prácticas para alumnos de Grado y Posgrado. Al tiempo que facilita a los egresados acceder a puestos de empleo en las empresas. En las prácticas para estudiantes, tiene asignado un responsable docente por Título que hace las veces de tutor de los estudiantes. En el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, dicha responsabilidad recae en el Vicedecano de Relaciones Institucionales, Movilidad y Prácticas.
En la actualidad, en lo que a la Publicidad y Relaciones Públicas se refiere, la OPE tiene firmados convenios con más de doscientas entidades adscritas a empresas del área de la publicidad y las

relaciones públicas existentes en nuestro país[1]. El requisito a los alumnos que deseen participar es estar matriculado en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.
Los alumnos que desean realizar prácticas externas a través del OPE deben apuntarse en su página Web. Allí pueden seleccionar las empresas que tienen prácticas ofertadas en su carrera. El OPE envía a las empresas los CV de los candidatos. Estas serán las que, en función del perfil indicado, hagan la selección final. Si así lo consideran adecuado, el alumno deberá antes de ser seleccionado acudir a una entrevista en caso de que la empresa lo preseleccione.
La empresa designará un tutor para el estudiante que, junto al tutor de la Universidad, supervisará el desarrollo de las prácticas.
Para más información, véase la página Web del OPE de la UCM (https://www.ucm.es/ope).
Aquellos alumnos que desean reconocimiento de sus prácticas pueden cursarlas en el Decanato. A instancias de la Junta de Facultad, se aprobó que en virtud de los RD 1707/2011, de 18 de diciembre, y 592/2014, de 11 de julio, los alumnos que hicieran prácticas a través de la OPE estas podrían gozar de un reconocimiento como actividades extralectivas, a figurar en el Suplemento Europeo al Título (SET). Para medir la actividad en ECTS, se acordó dar 3 créditos sin calificación por estancias de un mínimo de 3 meses en la misma empresa o institución (media de 5 horas por día de práctica, 5 días semanales). Para ello el alumno entrega en Decanato copia anexo de prácticas externas del estudiante del OPE, informe favorable de la Empresa sobre el aprovechamiento del alumno y una memoria libre acerca de la labor realizada presentada por el estudiante.

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.

En la renovación de la Acreditación, en el criterio 1, el informe de seguimiento del título destaca el elevado número de alumnos por grupo que no facilita el aprendizaje previsto. Pese a que no se puede realizar una reducción importante de alumnos en el Grado, si se ha bajado el número de estudiantes matriculados de nuevo ingreso (ICM-2): curso 2015-2016 con 280 alumnos, curso 2016-2017 con 273 y 2017-2018 plazas de nuevo ingreso 250.
En la valoración del criterio 3 se propone mejorar el sistema de recopilación y recogida de datos de los egresados. En esta Memoria Anual de Seguimiento ya se han adjuntado los datos de empleabilidad de los egresados en marzo de 2015 (46,1%) y marzo de 2016 (59,7%). Los

[1] La relación de estas empresas, entre otras, es: 3LEMON SOLUCIONES TECNOLÓGICAS; 3M ESPAÑA S.A., ADD EVENT STAFF, S.L.; ADVANZIS 360 S.L.N.E., AGENCIA EFE, S.A.; A.M.A. AGRUPACIÓN MUTUAL ASEGURADORA; AMERICAN NIKE, S.L.; APLICACIONES DE SIMULACIÓN SIMTEC, S.L.;ARROBA NETWOEK, S.L.; ARROW ECS, S.A.U.; ATRES ADVERTISING, S.L.U.; AURIGA SPORT, S.L.; AYUNTAMIENTO DE COLLADO VILLALBA; BENT MARK COMMUNICATION, S.L.; BEST OPTION MEDIA, S.L.; BETTER ES MEJOR, S.L.; BLANCA ZURITA IMAGEN Y COMUNICACIÓN; BUTRAGUEÑO & BOTTLANDER S.L.; CARITAS ESPAÑOLA; CARLITO EDICIONES MUSICALES, S.L.; CLIDEA DESARROLLO; CLUB FINANCIERO GÉNOVA; COHN & WOLFE LIMITED SUCURSAL EN ESPAÑA; CONDENET IBÉRICA, S.L.; CONSULTORES DE PUBLICIDAD, S.A.; CUPRA STUDIOS, S.L.; DDB TANDEM, S.A.; DESARROLLOS Y SOLUCIONES DE CATERING, S.L.; DIGITAL ADVERTISING & ENGAGEMENT, S.L.; DILUVIA, S.L.L.; DISEÑO Y COMUNICACIÓN INTEGRAL, S.L.; DISTRIBUIDORA TELEVISIÓN DIGITAL (D.T.S.); DOLCHE Y LECRO, S.L.; DOW CHEMICAL IBERICA, S.L.; EDICIONES MARKETING Y PUBLICIDAD, S.L.; EDITORIAL LUIS VIVES-HERMANOS MARISTAS; EQUIBELCIA, S.L.; ESTÉE LAUDER, S.A.; EXTERION MEDIA SPAIN, S.A.; FA COMUNICACIÓN, S.L.; FACON CONTRATAS Y SEGURIDAD, S.A.; FUNDACIÓN ZULOAGA; GLOBAL-IN MEDIA, S.L.; GRUPO 20 MINUTOS, S.L.; G Y J ESPAÑA EDICIONES, S.L., S. EN C.; IMPACT5, S.A. ; INCONDICIONALES SPORTS, S.L. ; INCUENTRA TECHNOLOGIES, S.L. ; INTERESPECIALISTS, S.L.U. ; HEARTS MAGAZINES, S.L.; HILL & KNOWLTON ESPAÑA, S.A.; HI-MEDIA NETWORK INTERNET ESPAÑA, S.L., JOBANDTALENT, LIQUID MEDIA, S.L., LIFESTYLE&COMMUNICATION, S.L.; L'SHOWROOM GABINETE DE PRENSA Y ESTILISMO, S.L.U.; LVMH IBERIA S.L. DIVISIÓN LOUIS VUITTON; MCGRAW HILL FINANCIAL IBERIA, S.L.;MILVUELTAS SL; NEW LINE AZAFATAS, S.L.; NOVA ÁGORA-INTEREMPRESAS; NOVA ÁGORA, S.L.; NOISET OFF, S.L.; OGILVY & MATHER PUBLICIDAD S.A.; ONLINE REPUTATION MANAGEMENT, S.L.; PHILIPS; PREMIERE MEGAPLEX, S.A.U.; PUBLIESPAÑA; PUBLIP'S, S.A.; REAL FORCE, S.L.; RENTALIA HOLIDAYS, S.L.; REPLICA; REPSOL; RICVIC ESPAÑA, S.L.; ROBERT BOSCH ESPAÑA S.L.U.; SAATCHI SAATCHI HEALTH, S.L.U.; SHISEIDO ESPAÑA, S.A.; SRA. RUSHMORE, S.A.; TBWA ESPAÑA, S.A.; THE APARTMENT STRATEGIC COMUNICATION; THE BROTHER PROJECT, S.L.; TIRVUELTAS, S.L.; TRADETRACKER SPAIN, S.L.; TRANSHOTEL SERVICIOS CORPORATIVOS, S.L.U.; TRAZADA MARKETING, S.L.; ZANKYOU VENTURES, S.L.

números están segmentados en función al tipo de contrato y régimen en la Seguridad Social (autónomos, contratos indefinidos, etc.). Por lo tanto, se ha procedido a recolectar información sobre la inserción laboral de los egresados, tal como recomienda la Fundación para el Conocimiento en el criterio 3, Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC).

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.

- Implantación del nuevo sistema de realización de TFG.
- Intensificar las campañas de concienciación sobre la importancia de las encuestas de satisfacción de los colectivos.
- Realizar una campaña de difusión de instalaciones y recursos de la facultad a través del sistema de difusión interna de la facultad vía monitores.
- Continuar con el plan de amortización entre las distintas materias que integran el Grado a través de reuniones con los Coordinadores de Asignaturas para evitar solapamientos entre las mismas y aprovechar los conocimientos operativos y técnicos impartidos en cada una.
- Creación de un Grupo de Trabajo para la adaptación de los planes de estudios vigentes (incluyendo asignaturas impartidas en inglés).
- Creación de un Grupo de trabajo de desdobles de asignaturas prácticas para mejorar la docencia de dichas asignaturas y optimizar los recursos disponibles.
- Creación de un Grupo de trabajo para la creación de Nuevas Titulaciones
- Propuesta de Mapa de Titulaciones con información disponible en https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-101703/Presentaci%C3%B3n%20Comisi%C3%B3n%20de%20Estudios%20-%20Portal%20de%20Transparencia.mp4 y también en https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-101703/Disponibilidad%20de%20espacios%20en%20la%20Facultad.pdf

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.

Según las recomendaciones realizadas por la Oficina para la Calidad de la UCM, recomienda realizar la encuesta de satisfacción de los Agentes Externos, cuya evaluación se ha incluido en el presente documento.
La OPE está trabajando sobre la inserción laboral, satisfacción de empleadores y egresados, pero todavía no tenemos datos salvo los proporcionados por los proyectos de innovación iniciados desde el Decanato de este centro.
Creación de subcomisiones para la elaboración de propuestas de nuevas titulaciones, asignaturas en inglés y modificación de las actuales titulaciones para mejorar los Planes de Estudios.
El sistema de Quejas, sugerencias y reclamaciones tiene un acceso directo desde la web del Grado y llegan a la Coordinadora de Grado inmediatamente. Actualmente el sistema es más accesible.
Reducción de plazas del Título a 250.

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

Las comisiones de Cambio de Planes de Estudio, Nuevos Grados, Desdoblamiento de asignaturas teórico-prácticas y Dobles Grados han realizado un proceso de reflexión y realizado una investigación en más de 100 universidades nacionales e internacionales. Se ha desarrollado un mapa de las titulaciones con propuestas concretas de itinerarios y mapas de Titulaciones por cursos y asignaturas. Se han mantenido reuniones con las principales asociaciones de Publicidad y RRPP para conocer de cerca las necesidades del mercado y el futuro de las salidas profesionales (Adecec, Dircom, etc).
Se ha trabajado con transparencia y se han presentado a todos los profesores de la facultad el trabajo desarrollado por las diferentes comisiones, animando a la participación de todos los docentes.
Las primeras propuestas son documentos abiertos que pueden ser modificados en varias ocasiones. El objetivo es acercar los planes de estudio a las necesidades de la sociedad y los estudiantes de la facultad.
Se tendrá en cuenta el PDI de la facultad, abriendo la posibilidad de colaborar con otras facultades de la UCM.

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.

El informe de Acreditación del curso 2016-17 decía lo siguiente:

- Se recomienda reducir el tamaño de los grupos en las actividades prácticas.
- Se recomienda implantar los procedimientos de recogida de información de satisfacción de los egresados y realizar estudios de inserción laboral.

Las recomendaciones han sido tomadas en cuenta. Se ha reducido el número de alumnos, tal como se ha apuntado con anterioridad y se han desdoblado asignaturas prácticas. También se están realizando acciones para realizar el seguimiento de los egresados y satisfacción de las empresas empleadoras.

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

En este subcriterio queda recogida cualquier modificación del Plan de Estudios que se haya realizado durante el curso con el consiguiente análisis y posterior descripción de las causas que la han motivado.

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.

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
Estructura y funcionamiento del SGIC	Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información.	Ver Apartados 1.1 y 1.2	Cumple con las exigencias y objetivos de la memoria de verificación. Permite obtener información, tomar decisiones, iniciar procedimientos para la evaluación y mejorar la calidad
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	Comisión de Calidad, Comisión de Estudios y Comisión de Seguimiento Docente.	Ver Apartados 1.1 y 1.2	Se reúnen periódicamente a lo largo del curso. Resuelven problemas y verifican el cumplimiento en distintas áreas.
Personal académico	Junta de Facultad y Comisión Permanente. Directores y Secretarios de Departamento.	Ver IUCM-14, apartado 5.2	Se reúnen periódicamente a lo largo del curso. Resuelven problemas y verifican su cumplimiento en distintas áreas. Mantienen informados al profesorado del Grado.
Sistema de quejas y sugerencias	Coordinadora del Grado de Publicidad y RRPP	Ver Apartado 4	Tramitar los tres tipos de procedimientos: quejas, reclamaciones y sugerencias a la mayor brevedad posible.
Indicadores de resultados	Tasa de alta participación en el Programa de Evaluación, Evaluación de participación del profesorado. Cobertura, tasa de Rendimiento de Título, Eficiencia de egresados y evaluación.	Ver IUCM-6 e IUCM-8 ICM-3, ICM-4, ICM-7 e ICM-16	Seguir manteniendo estos indicadores positivos e incluso mejorarlos.
Satisfacción de los diferentes colectivos	Aprobado general de PDI, PAS y Estudiantes.	Ver IUCM-13, IUCM-14 e IUCM-16	Aumentar la satisfacción de los alumnos con todos los cambios que están en marcha.
Programas de movilidad	Erasmus	Ver Apartado 5.2	Mantener la gestión, pues es valorada de forma muy positiva.
Prácticas externas	OPE	Ver Apartado 5.2	Seguir aumentando los acuerdos con empresas y aumentar el grado de aprovechamiento por parte de los alumnos.
Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación	Informes positivos de renovación.	Ver Apartado 6	Realización de las memorias anuales internas y externas. Mejorar las debilidades.

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.

Puntos débiles de la titulación

- Excesivo número de alumnos en cada grupo.
- El Plan de estudio necesita ser remodelado.
- Desdoble de grupos de asignaturas teórico-prácticas.
- Asignaturas en inglés.
- Internalización de los estudios de Grado.
- Reforzar la plantilla PAS.
- Mejorar la normativa de los TFG.
- Organizar la gestión e información de las Titulaciones de la Facultad, y en particular, de los títulos de Doctorado y Másteres.
-

Plan de mejora: medidas adoptadas

- Se ha reducido el número de matrículas a 250.
- Creación de Comisión de Plan de Estudios, Nuevos Grados, Desdoble de grupos, Dobles Grados y Asignaturas en inglés.
- Creación de Nuevo Mapa de Titulaciones: creación de un Nuevo Grado y Dobles Grados.
- Nueva normativa de los TFG. Se ha investigado y desarrollado un primer Plan de Estudios el cual se está debatiendo con transparencia en la Facultad, y con la presentación y colaboración de todo profesor que lo desee.
- Creación de la Oficina de Apoyo a la Docencia de la Facultad de Ciencias de la Información para Doctorado y Másteres.

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

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	No hay nada que destacar						
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	No hay nada que destacar						
Personal Académico	Descenso del número de profesores. IUCM-7, apartado 3. Bajo porcentaje a las encuestas sobre el Grado.	Elevado número de jubilaciones. El profesorado no es consciente de la importancia de la evaluación	Consolidación del profesorado que ha obtenido la acreditación. Buscar nuevos mecanismos para concienciar al profesorado.	Ver IUCM-7, Apartado 3.	SGIC	Diciembre	En proceso
Sistema de quejas y sugerencias	Mejor uso del Buzón de quejas, sugerencias y reclamaciones en el home del Grado.	Desconocimiento o lectura rápida de la normativa por parte de los alumnos	Continuar con las campañas de información a los alumnos para que conozcan el sistema.	Ver Apartado 4	Coordinador de Grado, Director de Departamento, Comisión de Evaluación	A lo largo de todo el curso	En proceso
Indicadores de resultados	Análisis anual de todos los indicadores.	Baja respuestas entre alumnos y profesores	Abrir los plazos de respuestas, enviar mensajes individuales, utilizar los medios propios de publicidad para hacer campaña.	Ver IUCM-7 y Apartado 5.2	Profesores y Alumnos	Finalizando los dos cuatrimestres.	En proceso
Satisfacción de los diferentes colectivos	Evaluaciones negativas de PDI, PAS y Estudiantes.	Facultad un elevado número de estudiantes.	Reducir el número de alumnos, continuar con la política de estabilización de docentes y reponer plazas libres de PAS.	Ver Apartado 5.2		Finalizando los dos cuatrimestres.	En proceso
Inserción laboral	No hay datos		Encuestas a Egresados y empresas.		OPE	Finalizando los dos cuatrimestres.	En proceso

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado / En proceso / No realizado
Programas de movilidad	No hay nada que destacar						
Prácticas externas	Los alumnos desconocen las funciones de la Oficina de Prácticas Externas, Ofertas de Empleo y Acciones de Formación para el Empleo.	Falta información.	Seguir ampliando los convenios con empresas e informando a los estudiantes de la existencia de la oficina. Continuar con los Foros de empleo y Actividades con el objetivo de explicar mejor a los alumnos el funcionamiento de OPE.	Ver Apartado 5.2	OPE	Todo el curso	En proceso
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación	Las debilidades no siempre se pueden solucionar en un corto plazo como la reducción de alumnos por grado, pues no depende sólo de la Facultad.	Hay limitación presupuestaria, se tiene que informar y obtener la aprobación del Vicerrectorado o puede depender de decisiones de la CAM.	Negociar y reducir paulatinamente el número de alumnos con la autorización pertinente.	Ver Apartado 6	Fundación para el conocimiento Madri+d, Oficina de seguimiento de la UCM	Enero	En proceso

MEMORIA APROBADA POR LA COMISIÓN PERMANENTE DE LA JUNTA DE CENTRO EL DÍA XXX DE ENERO DE 2019