

Informe de autoevaluación

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL TÍTULO

DENOMINACIÓN COMPLETA

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

UNIVERSIDAD

Universidad de Murcia

OTRAS UNIVERSIDADES

No procede

MENCIONES/ ESPECIALIDADES

No procede

MODALIDADES DE IMPARTICIÓN DEL TÍTULO

- PRESENCIAL

NÚMERO DE CRÉDITOS

240

CENTRO (S) DONDE SE IMPARTE

Facultad de Comunicación y Documentación

INTRODUCCIÓN

Información sobre el proceso de elaboración y aprobación del informe, así como el cumplimiento del proyecto y valoración de las principales dificultades con la previsión de acciones correctoras y/o de mejora.

El objetivo fundamental del título es formar profesionales con un conocimiento global de todas las áreas relacionadas con la Publicidad y las Relaciones Públicas, con capacidad de ideación-creación, producción y difusión eficaz de mensajes de naturaleza persuasiva en cualquier soporte, tanto en medios convencionales como no convencionales, la capacidad de identificación de los públicos y estrategias adecuadas para ello, la capacidad de análisis, evaluación y control de las campañas y acciones de comunicación, y la capacidad de gestión de la identidad institucional y de marca en el contexto de la comunicación institucional y las relaciones públicas, así como la capacidad de adaptarse de forma eficiente a un entorno tecnológico y profesional en constante evolución. La formación que proporciona el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas permite, tal y como se señala en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación, (ANECA, 2005, p.328-332; http://www.aneca.es/activin/docs/libroblanco_comunicacion_def.pdf), la consecución de los siguientes objetivos:

- capacidad analítico-crítica e interpretativa,
- adecuada preparación profesional, basándose en conocimientos tanto técnicos como humanísticos, desde un punto de vista global e internacional y atendiendo a las necesidades propias del entorno,
- acercamiento a la realidad profesional mediante la experimentación a través de prácticas en empresas e instituciones y en laboratorios docentes,
- acercamiento, desde la reflexión y el estudio, al quehacer comunicativo, entendido como el conjunto de sus diferentes acciones, especialmente publicitarias, de relaciones públicas, de comunicación corporativa, interna, promocional, etc., de patrocinio y mecenazgo, de comunicación y marketing relacional, directo, etc.,

- capacidad de desarrollo de nuevos enfoques creativos en las tareas asignadas,
- capacidad de comunicar eficazmente para el desarrollo y optimización de sinergias grupales y para la toma de decisiones,
- actitud estratégica que permita la anticipación y adaptación a los cambios (tanto por causas endógenas como exógenas) y la detección de problemas, así como la resolución de los mismos.

La titulación, tras el informe de verificación de la ANECA (1 de junio de 2009); expediente n.º. 185/2008) y su alta inicial en el Registro de Universidades, Centros y Titulaciones (RUCT con código de titulación n.º 2500856) y la autorización de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (30 de julio de 2010), comienza a implantarse durante el curso 2010/11. Desde entonces se ha venido desarrollando sometándose a dos procesos de seguimiento por parte de la ANECA (programa MONITOR, primer informe de 30/07/2012 y segundo informe de 1/03/2015) y a la modificación necesaria para adaptarse a los requerimientos del nuevo programa informático de verificación de la ANECA.

La redacción de este Informe de Autoevaluación ha sido realizada por los profesores titulares del área de Publicidad y Relaciones Públicas, Pedro Antonio Hellín Ortuño y César San Nicolás Romera. Esta tarea no hubiera sido posible sin el trabajo diario de la Comisión Académica del Grado (presidida por el vicedecano responsable del título e integrada por todos los profesores implicados en la docencia del mismo), la Comisión de Calidad del centro y la Comisión de Autoevaluación, constituida para la elaboración de este autoinforme (según acuerdo de la Junta de Centro de 15 de enero de 2016) y de la que forman parte representantes de la dirección de la facultad, del profesorado del título y de los departamentos, de los estudiantes del título, de los egresados y de los empleadores, así como la necesaria e imprescindible presencia y colaboración de un representante del Personal de Administración y Servicios de nuestra facultad, especializado en la gestión del Sistema de Garantía de la Calidad implantado en nuestra facultad siguiendo las directrices del Programa Audit de ANECA (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad>).

La elaboración de este Informe de Autoevaluación ha sido laboriosa y solo ha sido posible gracias a las labores previas desarrolladas por la Comisión de Calidad de la facultad en el diseño de los instrumentos de recogida de información, el análisis y discusión de los datos, la elaboración de los informes y otras tareas. Cabe destacar el apoyo constante de la Comisión de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, del Equipo Decanal de la facultad y de la Unidad para la Calidad, sin olvidar a los departamentos y a su profesorado, a los tutores y coordinadores de los centros de prácticas implicados en la docencia del título, a todos los estudiantes y egresados que han participado en las encuestas de recogida de información y al personal de apoyo al título. También queremos agradecer la colaboración del personal del Vicerrectorado de Planificación de las Enseñanzas de la Universidad de Murcia, siempre atento y dispuesto a resolvernos cualquier duda que haya surgido a lo largo de todo este proceso.

La elaboración de este Informe ha seguido las normas e indicaciones recogidas en el documento Guía de Autoevaluación del programa ACREDITA elaborada por ANECA. En esta guía se identifican los siguientes colectivos que deben participar en el mismo: alumnado, profesorado, personal de apoyo (PAS), titulados y empleadores.

Como queda reflejado a lo largo de este Informe, la coincidencia en la puesta en marcha del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con el período de crisis económica que sufre España y, muy en particular, la Región de Murcia (una de las autonomías más alejadas del cumplimiento de los objetivos de control del déficit impuestos por el Ministerio de Hacienda, sino la que más), ha perjudicado el desarrollo previsto de una serie de infraestructuras muy necesarias para esta titulación y para nuestra facultad en general. Con el inicio del año 2015, la Universidad de Murcia ha concluido la construcción de un centro de producción y prácticas audiovisuales que paliará, en parte, este problema. En el momento de redacción de este informe, dicho centro se encuentra en fase de incorporar las dotaciones técnicas necesarias para su puesta en marcha con el inicio del curso 2016-2017.

Al tratarse de una docencia relativamente nueva, este título de grado contaba, en un inicio, con el compromiso del anterior Equipo Rectoral de la Universidad de Murcia de una dotación de recursos humanos ajustada a las nuevas necesidades, algo que no ha podido completarse del todo a causa de la crisis económica y presupuestaria (han incidido al mismo tiempo los efectos de la tasa de reposición de funcionarios establecida por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y lo complicado que resulta contratar personal laboral a tiempo completo en nuestra universidad por la deuda acumulada por parte de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia). Esto se explicará con más detalle en el Criterio 4.

Si bien en este Informe se revelan los aspectos que debemos mejorar, el proceso de acreditación lo afrontamos con pleno convencimiento e ilusión, ya que somos conscientes de la mejora que su implantación y desarrollo ha supuesto en la oferta académica de la Facultad de Comunicación y Documentación en particular y de la Universidad de Murcia en general. Contamos con un equipo de personas altamente capacitadas, con una gran motivación y organización para dar respuesta e intentar solventar todos y cada uno de los problemas planteados y las limitaciones presupuestarias sobrevenidas; ante todo, somos un centro universitario que ha demostrado a lo largo de su joven historia una alta capacidad de adaptación a las circunstancias y contextos que rodean a la actividad universitaria.

DIMENSIÓN 1. LA GESTIÓN DEL TÍTULO

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO. Estándar: El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones. 1.1 La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y/o sus posteriores modificaciones.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La implantación del plan de estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas (BOE 11 de marzo de 2011, código RUCT 2500856) se ha completado y corresponde plenamente con lo establecido en la memoria verificada del título de fecha

1/6/2009. Esta implantación resulta coherente con las competencias planteadas en la memoria del grado. Tal como se indica en dicha memoria, el diseño general de este plan de estudios se inspira en el Libro Blanco de los títulos de Comunicación elaborado por ANECA y el grupo de trabajo constituido a tal efecto en el año 2005 (http://www.aneca.es/activin/docs/libroblanco_comunicacion_def.pdf). Para participar en este proceso de acreditación la memoria fue adaptada al formato estipulado por ANECA. En todo caso, puede afirmarse que la implantación de los estudios ha respetado el diseño original.

La organización de las asignaturas del plan de estudios facilita la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos, habiéndose corregido pequeños problemas detectados en la secuenciación de las asignaturas (por medio de la coordinación horizontal), y perfilado (en colaboración con los departamentos responsables), el nivel de especificación de las asignaturas básicas de primer curso, equilibrando la adquisición de competencias a lo ajustado en la memoria del título. Los resultados académicos han evolucionado positivamente año tras año, lo que permite pensar que se están aplicando correctamente los procesos de adaptación y mejora del plan de estudios. Ver Tabla "Evolución Grado Publicidad y Relaciones Públicas Exito-Matricula.xls" (añadir en información manejada)

La Comisión de Calidad y la Comisión de Grado trabajan curso tras curso en el análisis de las sugerencias planteadas por los estudiantes en sus encuestas de satisfacción, prestando especial atención a la valoración general de cada asignatura y a la distribución de carga de trabajo presencial y no presencial. De igual forma, se analizan las tasas de éxito de cada asignatura y se procede a comunicar a aquellos departamentos responsables de asignaturas cuyos valores divergieran de los valores medios de éxito la introducción de medidas correctoras para evitar esa circunstancia. En el último informe de resultados académicos enviado al Claustro Universitario ninguna asignatura estaba afectada por esa circunstancia (Evidencia Informe Resultados Académicos Claustro 2016). Cualquier otra incidencia que pudiera entorpecer la consecución de los objetivos planteados inicialmente ha sido analizada y se han efectuado las recomendaciones y gestiones correspondientes con los departamentos responsables de la docencia con el fin de subsanarlas. La coordinación horizontal ha sido especialmente necesaria a partir del tercer curso ya que varias asignaturas comparten competencias, especialmente en las actividades prácticas, y se ha conseguido diseñar un marco de evaluación de dichas competencias entre las distintas asignaturas que forman el plan de estudios.

La realización y la evaluación del Trabajo Fin de Grado ha representado un reto para el profesorado de este grado. Se ha aprovechado la experiencia desarrollada en este tema a partir de la realización de los Proyectos Fin de Carrera de la antigua licenciatura de segundo ciclo de Publicidad y Relaciones Públicas. Durante el presente curso se ha tratado este tema en la Comisión de Grado, ante las peticiones del profesorado. Como elemento de apoyo complementario, se ha diseñado un sistema wiki de ayuda dentro del Aula Virtual para orientar a alumnos y profesores en esta tarea.

El tamaño del grupo de estudiantes para las clases de teoría ha sido adecuado hasta ahora, aunque en algunos grupos se ha excedido el número máximo de 80 (resaltando la presencia de Erasmus en los dos sentidos). La evolución de la media de estudiantes durante los años de funcionamiento del grado ha ido en incremento:

- 1er curso de 75.5 a 86.4
- 2º curso de 64.5 a 83.3
- 3er curso de 50.16 a 79.66
- 4º curso 48.4 y 42.83

Los tamaños de los grupos de prácticas han sido lo más reducidos que han permitido las disponibilidades de profesorado y de aulas, llegando hasta 3 grupos de prácticas en algunas asignaturas de mayor aplicación práctica. Con la inauguración del nuevo edificio de prácticas el próximo curso, estamos convencidos de que el Vicerrectorado de Profesorado hará el esfuerzo oportuno para habilitar más desdoblamientos de grupos de prácticas para las asignaturas que así lo requieran (tal es el caso de Tecnologías para la Producción de Contenidos Publicitarios, por ejemplo)

El primer informe MONITOR de ANECA (30/09/2012) y el segundo informe (1/03/2015) indican que existen guías docentes y un adecuado despliegue del plan de estudios así como la información de horarios, competencias y metodologías. En el segundo informe MONITOR se identifican divergencias en los formatos de presentación de las guías docentes (en aspectos formales como la bibliografía recomendada y también en la explicación de los sistemas de evaluación). Tras analizar este tema en la última reunión de la Comisión de Calidad y la Comisión de Grado, se ha comunicado esta cuestión a los departamentos para que revisen esas guías docentes y subsanen las deficiencias identificadas con vistas al próximo curso académico.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_original_verificada_PUBLI.pdf
 E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E01_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf
 E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
 Tabla1_Profesorado_Titulo.xls
 Tabla2_Resultados_Asignaturas_Titulo.xls
 Compl_11_ACTA_C_Calidad_2015_05_06.pdf
 Compl_12_Carta_Departamentos_Homogeneizar_RefBib.pdf
 Compl_13_Analisis_Resultados_Claustro_2014.pdf
 Compl_14_Analisis_Resultados_Claustro_2015.pdf
 Compl_15_Analisis_Resultados_Claustro_2016.pdf
 Compl_10_Evolucion_Grado_Publicidad_Exito_Matricula.xls

Compl_16_Informe_Orientacion_Empleo_2015-16.pdf
 Compl_17_Informe_Orientacion_Empleo_2014-15.pdf
 Compl_18_Informe_Orientacion_Empleo_2013-14.pdf

1.2 El perfil de egreso definido (y su despliegue en el plan de estudios) mantiene su relevancia y está actualizado según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Nuestra facultad ya tenía identificados los agentes empleadores gracias a la experiencia previa desarrollada en los estudios impartidos anteriormente (2º ciclos de licenciatura en Periodismo y en Publicidad y Relaciones Públicas). De esa relación y colaboración establecida antes de la implantación de este título de grado, se pudo configurar una base de trabajo lo suficientemente coherente para la determinación de dicho colectivo, configurando y consolidando, a pesar de la merma que supone la situación de crisis económica, una serie de relaciones estrechas con nuestro centro y el título, de forma fluida y eficaz según se desprende de la encuesta realizada a los empleadores (ver datos recogidos en el criterio 7).

El perfil de egreso del graduado en Publicidad y Relaciones Públicas es el de un profesional formado con las siguientes capacidades y habilidades, gracias a las competencias adquiridas durante el grado y a los contenidos formativos estudiados:

- Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing.
- Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.
- Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.
- Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, y la docencia prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
- Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo.
- Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios. - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.
- Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.
- Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa.
- Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.
- Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes

Profesionales con un conocimiento global de todas las áreas relacionadas con la Publicidad y las Relaciones Públicas, con la capacidad de ideación, producción y difusión eficaz de mensajes de naturaleza persuasiva en cualesquiera soportes, tanto en medios convencionales como no convencionales, la capacidad de identificación de los públicos y estrategias adecuados para ello, la capacidad de análisis, evaluación y control de las campañas y acciones de comunicación, y la capacidad de gestión de la identidad institucional y de marca en el contexto de la comunicación institucional y las relaciones públicas, así como la capacidad de adaptarse de forma eficiente a un entorno tecnológico y profesional en constante evolución. Los Graduados y Graduas podrán incorporarse a diversos ámbitos laborales, bien sea el docente (cumpliendo los requisitos específicos que establezca la legislación al respecto) o los relacionados con la Publicidad y las Relaciones Públicas desde las tareas de redacción, gestión y edición de contenidos en los distintos medios informativos (impresos, audiovisuales y online), hasta las tareas de gestión de productos y empresas informativas.

La información que ha recabado el centro sobre esta cuestión, desde el punto de vista de los empleadores y de los alumnos egresados, indica que los conocimientos y habilidades alcanzadas por el estudiante en la titulación son adecuados y concuerdan con las funciones a desempeñar en el mercado de trabajo, asimismo se ha constatado que el perfil de egreso responde a las expectativas de los titulados en el momento de su primer contacto profesional, además de que la formación recibida se adecua a las exigencias profesionales (según lo manifestado por los egresados y los empleadores). Los resultados globales son:

- Empleadores sobre conocimiento de estudiantes: 3.92 sobre 5
- Grado de satisfacción sobre las prácticas: 4.33 sobre 5
- Egresados sobre prácticas: 3.46 sobre 5 (promoción 13-14) y 2.9 sobre 5 (promoción 14-15).
- Egresados sobre satisfacción general título: 3 sobre 5 (promoción 13-14) y 3.1 sobre 5 (promoción 14-15).

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_original_verificada_PUBLI.pdf
 E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 Libro blanco http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf
 Compl_03_Encuesta_Empleadores_14-15.pdf
 Compl_16_Informe_Orientacion_Empleo_2015-16.pdf
 Compl_17_Informe_Orientacion_Empleo_2014-15.pdf
 Compl_18_Informe_Orientacion_Empleo_2013-14.pdf

1.3 El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical entre las diferentes materias/asignaturas) que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La complejidad, el alcance y la intensidad del plan de estudios de este título de grado, lleva aparejada la necesidad de un alto grado de coordinación entre todos los agentes implicados, especialmente por parte de los responsables del centro y de todos los departamentos partícipes en su desarrollo.

La Comisión Académica de Grado está presidida por el Decano (nominalmente) aunque es el Vicedecano y Coordinador del título quien ejerce la presidencia en la práctica. Esta comisión está formada por todos los profesores que imparten docencia en el título, tal como indica el Sistema de Garantía de la Calidad de nuestra facultad.

La dinámica de contratación de profesores, llevada a cabo a medida que se avanzaba en la implantación del grado, ha incidido directamente en la tarea de coordinación, especialmente en lo que afecta a la planificación de actividades docentes, deviniendo un análisis riguroso de la situación y un planteamiento de propuestas de mejora sobre problemas detectados en el curso anterior. También se han desarrollado actividades de coordinación horizontal, especialmente en lo relativo a las actividades de formación práctica. Ahora que se ha implantado la totalidad del título, las mínimas incidencias que hayan podido detectarse han de ser menores. Estamos plenamente convencidos de que mejorará la coordinación, tanto horizontal como vertical, propiciando una mejora de la calidad de la actividad docente. En el momento de redacción de este informe, se ha constituido un grupo de innovación educativa, integrados por diferentes profesores del área y reconocido por el Vicerrectorado de Formación e Innovación, para aplicar proyectos dentro del ámbito de la titulación.

La coordinación de la asignatura "Prácticas Externas" (curriculares) la lleva a cabo el Vicedecano del grado junto con un grupo de profesores de apoyo para la tutorización asignado por el Departamento de Información y Documentación (responsable de esta asignatura). Año tras año, se intenta mejorar (en cantidad y calidad) la oferta de los centros de prácticas con respecto al curso anterior, aunque aún no dispongamos de datos estadísticos que refrenden esta afirmación y solo podamos contar con los listados que el responsable de prácticas externas utiliza para, curso tras curso, efectuar el proceso de asignación de prácticas. Los tutores de prácticas de las empresas e instituciones donde los alumnos las llevan a cabo han manifestado mayoritariamente su satisfacción con el desarrollo de las prácticas externas (ver Criterio 7). Se han conseguido firmar nuevos convenios de colaboración, gracias a los cuales, algunas empresas multinacionales con implantación en nuestro entorno se han incorporado como centros receptores (por ejemplo, el caso de IKEA).

El Trabajo Fin de Grado también lo coordina el vicedecano del grado y en esta asignatura participan todos los departamentos que imparten docencia en el grado.

La percepción global que tiene el profesorado del título es que la coordinación es buena.

La carga de trabajo del estudiante en las distintas asignaturas ha sido analizada específicamente desde el curso 2011/12 por medio de las encuestas de satisfacción realizadas a los estudiantes asignatura por asignatura. También se les ha preguntado si el profesorado diferencia claramente entre actividad presencial y trabajo autónomo del estudiante. Los resultados globales indican que el 70% de los estudiantes opina que la carga de trabajo y la diferenciación entre actividades es aceptable/buena y sólo un 30% la considera mala, existiendo algunas diferencias de valoración entre los diferentes cursos, pero sin presentar grandes desviaciones de la media. Este análisis se lleva a cabo de forma habitual por la Comisión de Calidad y la de Grado para monitorizar y detectar posibles incidencias al respecto y para completar la serie de datos objeto de estudio.

En cuanto al profesorado, la percepción que tiene de la coordinación es la siguiente:

- Curso 10-11: 70% buena o muy buena
- Curso 13-14: 60% buena o muy buena
- Curso 14-15: 63% buena o muy buena

De forma que casi dos tercios del profesorado considera buena o muy buena la coordinación actual.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_original_verificada_PUBLI.pdf
 E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf

Compl_03_Encuesta_Empleadores_14-15.pdf
 Compl_07_Encuesta_Profesorado_Publicidad_10-11.pdf
 Compl_08_Encuesta_Profesorado_Publicidad_13-14.pdf
 Compl_09_Encuesta_Profesorado_Publicidad_14-15.pdf
 Compl_10_Evolucion_Grado_Publicidad_Exito_Matricula.xls
 Compl_11_ACTA_C_Calidad_2015_05_06.pdf
 Compl_26_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_27_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_28_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_29_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_30_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_31_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_32_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_33_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_34_Satisfaccion_Curso3_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_35_Satisfaccion_Curso3_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_36_Satisfaccion_Curso1_Grado_Publicidad-14-15.pdf
 Compl_37_Satisfaccion_Curso2_Grado_Publicidad-14-15.pdf
 Compl_38_Satisfaccion_Curso3_Grado_Publicidad-14-15.pdf
 Compl_39_Satisfaccion_Curso4_Grado_Publicidad-14-15.pdf

1.4 Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la memoria verificada.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Tal como aparece en ambas versiones de la memoria de la titulación (a partir de lo establecido por el Libro Blanco de ANECA de los títulos de grado en Comunicación), el perfil de ingreso propio de este grado es el de una persona creativa, que tenga interés por las cuestiones relacionadas con la Publicidad y Relaciones Públicas, y Multimedia; sensibilidad hacia el conocimiento cultural en general, una adecuada expresión oral y escrita e inquietud por conocer e investigar las materias de estudio que integran el plan formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y que pretenda adquirir competencias relacionadas con su comprensión, interpretación y proyección profesional.

En el primer año de implantación del título, curso 2010-11, el número de plazas de nuevo ingreso fue de 80. En la memoria original del título ese valor era de 100 alumnos, pero la Universidad de Murcia acordó que el tamaño máximo de los grupos de estudiantes fuera 80 en la búsqueda de una mejor adecuación de los recursos humanos y materiales, y la calidad de la docencia. Este valor se ha aumentado, por acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia, a 85 alumnos para este curso 2015/16 y para el próximo. En nuestro caso, sólo se oferta un grupo teórico por curso académico, aunque la demanda es muy alta. En el presente curso son 316 los estudiantes matriculados en este grado (120 hombres y 196 mujeres). Ambos valores están en los márgenes de la memoria del título y en la planificación de nuestra universidad.

Toda la información sobre perfil de acceso y requisitos de admisión es pública y se ajusta a la legislación vigente, tal como corroboran los dos Informes Monitor de ANECA y puede verificarse en la página de Estudios de la Web de la facultad (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad>). En esa misma página puede consultarse la información pertinente sobre perfil de ingreso, acceso, preinscripción y matrícula, además de identificar al órgano responsable de cada uno de los procedimientos.

Los egresados valoran el perfil de ingreso con un 3.11 sobre 5 (promoción 13-14) y con un 4 sobre 5 (promoción 14-15). Estos mismos estudiantes egresados calificaron con un 2.50 (sobre 4 puntos) este apartado en su encuesta. La encuesta de satisfacción realizada a los alumnos de nuevo ingreso sobre los procesos de ingreso y acogida al inicio del presente curso académico, ofrece los siguientes resultados, también satisfactorios:

- Información previa: 3.06 (curso 14-15) y 4 (curso 15-16), en ambos casos la escala es de 1 a 5.
- Satisfacción selección: 3.25 (curso 14-15) y 4 (curso 15-16), en ambos casos la escala es de 1 a 5.
- Atención y trato en secretaría: 3.24 (curso 14-15) y 3.64 (curso 15-16), en ambos casos la escala es de 1 a 5.
- Información suministrada secretaría: 3.18 (curso 14-15) y 4 (curso 15-16), en ambos casos la escala es de 1 a 5.

Dentro de nuestro Sistema de Garantía de la Calidad tenemos establecido el Procedimiento Clave PC03 de perfiles de ingreso, captación, selección y admisión, que intentamos cumplir curso tras curso en la mejora de la información y orientación a los estudiantes. También se informa debidamente a los estudiantes procedentes de ciclos formativos de Formación Profesional Superior (familia Comunicación, Imagen y Sonido), del reconocimiento de créditos al que tienen derecho en virtud del R.D. 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior. Los datos que proporciona este procedimiento indican que en el curso 2014/15 son 816 estudiantes los preinscritos al título (183 en primera opción, de los cuales 65 se matricularon finalmente, lo que equivale a una tasa de adecuación de la titulación del 75%), por lo que se cubre la matrícula siempre en la convocatoria de junio de la preinscripción a las titulaciones. La tasa de ocupación es del 100% y la tasa de preferencia (que mide cuántos estudiantes eligen el título en primera opción por plaza ofertada) es del 215%. El título tiene un considerable interés entre los estudiantes de nuevo ingreso. La nota media de acceso a la titulación en el último curso ha sido es de 7.33 en la fase de julio y en el cupo general y 5.76 en el cupo de mayores de 25 años. Según los datos de este curso académico, el 58.82% de los alumnos de nuevo ingreso son mujeres. En la actualidad hay 316 estudiantes matriculados (la previsión era de 320 en un inicio, lo que equivale a una tasa de ocupación del grado del 98.75%). De los 318 estudiantes, 120 son hombres (52,83%) y 198 mujeres (47,17%). La nota media de acceso a la titulación en el último curso es de 7.33 en la fase de julio y en el cupo general 5.76 en el cupo de mayores de 25 años.

De todos estos datos se desprende que el grado satisface los requerimientos del perfil de ingreso inicialmente concebido y que la demanda del mismo justifica plenamente su implantación y puesta en marcha en nuestra universidad.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_original_verificada_PUBLI.pdf
 E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E03_InformePerfilesIngreso_15-16.pdf
 E03_InformePerfilesIngreso-14-15.pdf
 Libro blanco http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf
 Tabla4_Indicadores_Globales.xls
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf
 Compl_05_Encuesta_Alumnos_Nuevo_Ingreso_2014-15.pdf
 Compl_06_Encuesta_Satisfacción Alumnos Nuevo Ingreso 2015-16.pdf
 Compl_10_Evolucion_Grado_Publicidad_Exito_Matricula.xls
 Compl_11_ACTA_C_Calidad_2015_05_06.pdf

1.5 La aplicación de las diferentes normativas académicas (permanencia, reconocimiento, etc.) se realiza de manera adecuada y permite mejorar los valores de los indicadores de rendimiento académico.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La normativa de permanencia establecida en la Resolución del Rectorado (R-429/2011), de 3 de octubre, junto a la del 12 de marzo de 2013 (R-519/2013) se aplica con total rigurosidad (más información en <http://www.um.es/web/estudios/contenido/normativa/permanencia>). En dicha página web también se enlaza la normativa completa, que se puede consultar en: <http://www.borm.es/borm/documento?obj=anu&id=568856>

El reconocimiento de créditos por estudios realizados anteriormente o por experiencia profesional lo lleva a cabo la Comisión de Convalidaciones del centro. Esta comisión tiene como función resolver la adaptación o convalidación de estudios realizados en el mismo o en otros centros, según la normativa académica aplicable (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/centro/organos-gobierno/comisiones/convalidaciones>).

Tal como aparece en la última versión de la memoria del grado, el marco general de funcionamiento de esta comisión lo establece el Reglamento sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en las Enseñanzas de Grado y Máster conducentes a la obtención de los correspondientes títulos oficiales de la Universidad de Murcia (documento aprobado en Consejo de Gobierno de 25 de mayo de 2009 y modificado en sesiones de Consejo de Gobierno de 22 de octubre de 2010, 28 de julio de 2011 y 6 de julio de 2012, al haber ido surgiendo cuestiones a resolver o aclarar con la puesta en marcha de los títulos de grado).

Dentro del reconocimiento de estudios previos destaca el realizado a los alumnos que acceden desde los Ciclos Formativos Superiores de FP de la familia de Comunicación, Imagen y Sonido (especialmente en el caso de Técnico Superior en Producción de Audiovisuales y Espectáculos que alcanza hasta 72 créditos, los más vinculados a los contenidos tecnológicos del grado y las prácticas externas), en la línea de lo establecido sobre reconocimiento de créditos al que tienen derecho en virtud del R.D. 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior.

La Comisión de Convalidaciones recibe las peticiones de reconocimiento de créditos por parte de los estudiantes y las analiza debidamente, intentando hallar las posibles coincidencias entre los objetivos y competencias ligadas a los estudios previos desarrollados por los alumnos en otras enseñanzas y los objetivos y competencias de las distintas materias y asignaturas de nuestro grado. Cuando la comisión tiene dudas sobre esta equivalencia, eleva consultas al departamento responsable de la docencia de esa materia o asignatura, con el fin de disponer de una mayor información, haciendo suyas esas recomendaciones. La mayor parte de estas peticiones de reconocimiento y posteriores deliberaciones de la Comisión de Convalidación se llevan a cabo durante el primer cuatrimestre de cada curso. En el segundo cuatrimestre, estas peticiones de convalidación (casos puntuales) suelen ser resueltas por la propia Junta de Centro o su Comisión Permanente, siguiendo los mismos criterios de la Comisión de Convalidaciones. La experiencia acumulada en esta gestión desde la puesta en marcha de los estudios de grado, ha permitido confeccionar un histórico con los reconocimientos más comunes. Estos reconocimientos son resueltos directamente en la Secretaría del centro y se trasladan a la comisión para su aprobación, de esta forma se agiliza enormemente la gestión de todas estas peticiones. Los estudiantes pueden consultar este histórico en la Secretaría de la facultad, lo que les permite asesorarse antes de realizar la petición y tener una idea preliminar de la resolución de la misma. Similar procedimiento y criterios se llevan a cabo con el reconocimiento de los estudios extranjeros.

Para el reconocimiento de la actividad profesional, anualmente se lleva a cabo una convocatoria a la que pueden presentarse los estudiantes de cuarto curso que puedan documentar legalmente haber realizado alguna actividad profesional en el sector de la Publicidad y Relaciones Públicas. En el caso de que la Comisión de Convalidaciones así lo estime, a estos estudiantes se les reconocen los 9 créditos de la asignatura "Prácticas Externas". Igualmente, si un estudiante, durante el período comprendido entre el final del tercer curso de la carrera y el inicio del cuarto curso, desarrolla prácticas extracurriculares (en todo caso tutorizadas por el COIE de la Universidad de Murcia) en centros de prácticas habituales de nuestra facultad, se les lleva a cabo el mismo tipo de reconocimiento (el requisito de realización de estas prácticas tras acabar tercero es para garantizar que estos estudiantes poseen un porcentaje importante de competencias del grado).

La Comisión de Grado ha analizado la aplicación en la titulación de las diferentes regulaciones académicas (matriculación, permanencia y reconocimiento), y se comprueba que se ajusta a la normativa y que los resultados académicos a partir de segundo son muy positivos. Se pretende analizar a corto plazo en qué medida la aplicación de estas normas influye en el rendimiento académico de los estudiantes.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E04_Listado_Alumnos_Reconocimiento_Creditos.xls
 Tabla4_Indicadores_Globales.xls
 Compl_05_Encuesta_Alumnos_Nuevo_Ingreso_2014-15.pdf
 Compl_06_Encuesta_Satisfacción Alumnos Nuevo Ingreso 2015-16.pdf
 Compl_19_Reconocimiento_Practicas_Externas.pdf

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA. Estándar: La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad. 2.1 Los responsables del título publican información adecuada y actualizada sobre las características del programa formativo, su desarrollo y sus resultados, incluyendo la relativa a los procesos de seguimiento y de acreditación.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La Universidad de Murcia habilita una página web a través de la cual se puede consultar su oferta de enseñanzas (en este título de grado, la página de referencia es: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad>).

En primera instancia, en esta página se pueden encontrar accesos directos al calendario académico, las guías docentes, los horarios y aulas de docencia, los calendarios de exámenes, prácticas, coordinadores de curso, profesorado y el trabajo fin de grado. A continuación, en esta página se disponen tres bloques informativos. En el primero de ellos se pueden encontrar los perfiles de ingreso, las cuestiones administrativas relacionadas con la preinscripción y matrícula, los objetivos y competencias generales vinculadas a cada título, así como las salidas profesionales y a estudios de posgrado específicos. El segundo bloque ofrece información sobre el Aula Virtual, becas, movilidad, representación estudiantil, normas de permanencia y de reconocimiento de créditos, otra normativa académica, vida universitaria, apoyo a estudiantes con discapacidades e información general de los distintos servicios universitarios.

El tercer y último bloque informativo, dispone la información sobre la gestión de la titulación, la Comisión del Grado, el Sistema de Garantía de Calidad y toda la documentación oficial que el título ha ido generando desde su verificación (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/documentacion>), página en la que se pueden consultar las memorias verificadas por ANECA, los informes de verificación, los informes MONITOR de seguimiento del título, los esquemas de las asignaturas a partir de los cuales se desarrollaron las guías docentes (información que no forma parte de la memoria del título pero que se considera de interés), el calendario de implantación del nuevo grado, las actas de Comisión de Evaluación del Autoinforme relativas al proceso de acreditación y los enlaces a plan de estudios publicado en el BOE (<http://www.boe.es/boe/dias/2011/03/11/pdfs/BOE-A-2011-4549.pdf>) y a la información que sobre este título aparece en el RUCT (Registro de Universidades, Centros y Titulaciones. Finalmente, desde este bloque se muestra la evolución de los indicadores y datos globales del título (apartado que se ha incorporado a partir de las indicaciones que la Comisión de Renovación de la Acreditación ha hecho en el proceso de evaluación de otros grados de este centro). El diseño, gestión y actualización de la web lo realiza de forma centralizada el Servicio de Información Universitario (<http://www.um.es/siu>).

Los egresados del título valoran con un 4 sobre 5 (titulados en el curso 2014) y un 3.31 sobre 5 (titulados en el curso 2015) la información publicada en la web de la facultad. En el segundo Informe MONITOR de seguimiento, el evaluador indica que nuestra institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a los estudiantes las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

Con respecto a los canales de difusión orientados a los potenciales estudiantes, aparte de los ya citados y en relación con la matrícula, la Universidad de Murcia publicita en su web, así como en medios de comunicación (radio, televisión, periódicos), la apertura de las fases de matrícula en sus estudios, existiendo abundante información sobre estos procesos en la web. La Universidad de Murcia también está desarrollando una interesante campaña informativa en dos redes sociales: Facebook (<https://www.facebook.com/universidadmurcia>) y Twitter (@umnoticias). Asimismo, nuestra facultad hace uso de estas redes sociales, por medio de sus cuentas <https://www.facebook.com/Facultad-de-Comunicación-y-Documentación-Universidad-de-Murcia-333527216684334/> y @fcdmurcia. Como novedad del presente curso académico 2015-16 es la incorporación a la gestión de estos canales de comunicación de estudiantes a través de la Junior Empresa de la facultad.

El enlace al Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad de Comunicación y Documentación (que se aplica a todas las titulaciones impartidas en este centro), está disponible en el menú contextual de la web de la facultad (ítem Calidad) y es accesible, por tanto, desde todo el sitio web de este centro. En esta sección de la web (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad>), se puede consultar tanto el manual como los procedimientos aprobados para su aplicación. Además, está disponible la información de política y objetivos de calidad del centro, la estructura de calidad (coordinador y comisiones), las evidencias que va generando el sistema de calidad y las actas de la Comisión de Calidad del centro, junto con los planes de mejora. Se intenta que el acceso a esta información sea lo más amigable posible.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf

Información título: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/>

Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf

Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf

Compl_16_Informe_Orientacion_Empleo_2015-16.pdf

Compl_17_Informe_Orientacion_Empleo_2014-15.pdf

Compl_18_Informe_Orientacion_Empleo_2013-14.pdf

2.2 La información necesaria para la toma de decisiones de los potenciales estudiantes interesados en el título y otros agentes de interés del sistema universitario de ámbito nacional e internacional es fácilmente accesible.**VALORACIÓN DESCRIPTIVA:**

La práctica totalidad de los estudiantes interesados en este título son los procedentes de Bachillerato (en el curso 2015-16 todos los admitidos fueron de este cupo), por lo que en virtud de su origen no cabe hablar de grupos de estudiantes de nuevo ingreso diferenciados. Ante este contexto, no parece necesario establecer perfiles diferentes de usuario según el modo de acceso a la universidad. Además, un estudiante que acceda por el cupo de titulados, por traslado de expediente o por mayores de 25 y/o 45 años va a tener similares inquietudes informativas.

En el diseño de la página web del título (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad>) se agrupa el acceso a la información necesaria para la toma de decisiones de los potenciales estudiantes interesados en el título. Su consulta es simple e intuitiva. Así, las posibles vías de acceso al título, el perfil de ingreso recomendado, información sobre preinscripción y matrícula se pueden consultar en la página web <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/como-estudiar>. La estructura del plan de estudios está disponible en la página web <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/plan/assignaturas> y la planificación académica de cada curso tiene una página propia (calendario académico, coordinadores, horarios y aulas, exámenes, guías docentes, acción tutorial, trabajo fin de grado, actividades de acogida, orientación académica y profesional, prácticas y profesorado): <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/2015-16> que se actualiza cada curso. El perfil de egreso e información sobre los posibles ámbitos de desempeño profesional está publicado en: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/descripcion#egreso>. Igualmente, la información del conjunto de competencias a adquirir por parte del estudiante como resultados de su aprendizaje se puede consultar en la página <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/descripcion#competencias>. El conjunto de normas sobre permanencia y reconocimiento de créditos aplicables a los estudiantes del título está disponible igualmente en <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/plan/reconocimientos>. En el menú de contexto de la web de la facultad está el ítem Normativa que enlaza con una página (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/normativa>) donde se recopilan las normas del centro y de los estudios de grado y máster en general, estudios de doctorado, estudios en extinción y acceso a la universidad para mayores de 25 y 45 años.

Para el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, se dispone de información sobre el servicio de apoyo y asesoramiento para estos estudiantes, así como de la existencia de adaptaciones curriculares (<http://www.um.es/adyv/diversidad/discapacidad/apoyo-discapacidad.php>). En cuanto a la información disponible en lenguas no oficiales, en el curso 2014-15 se comenzó a trabajar en una versión simplificada de la web de la facultad en idioma Inglés ubicada en la página <http://www.um.es/web/comunicacion/international-version>. Esto representó una acción de mejora puesta en marcha y que debe seguir desarrollándose.

Por otro lado, la Facultad de Comunicación y Documentación participa anualmente en las Jornadas de Información Universitaria, actividad que se desarrolla al inicio de cada curso académico y en la que el estudiante conoce de primera mano la estructura de la universidad y las prestaciones que les ofrecen los distintos servicios universitarios. Como propuesta de mejora, al inicio del presente curso 2015-16, la Delegación de Alumnos de la facultad y el Consejo de Estudiantes de la Universidad de Murcia, participaron dentro de esa jornada de orientación comentando a los estudiantes de nuevo ingreso el organigrama de la representación estudiantil y la participación de estos representantes en los órganos de gobierno de la facultad, departamentos y universidad en general. Los estudiantes de nuevo ingreso valoran de forma positiva la utilidad de estas actividades de orientación académica (2.94 sobre 4 en el curso 2014-15).

Otra actividad que se realiza durante los meses de febrero a abril de cada año, es la visita de estudiantes de los centros de enseñanza secundaria y bachillerato de toda la Región de Murcia, con el fin de conocer los diferentes estudios que se imparten en la facultad y el propio centro académico. Durante esta visita, los futuros estudiantes tienen la oportunidad de conocer tanto las dependencias de la facultad así como recibir una charla, organizada por el Equipo Decanal, donde se explican las diferentes titulaciones impartidas y las vías de ingreso. Esta actividad es coordinada por el Servicio de Información Universitario y participan estudiantes de grado voluntarios en su organización. La facultad también participa en la Jornada de Orientación e Información Universitaria que se realiza desde el pasado curso en el Campus Universitario de Lorca y a la que acuden alrededor de 800 estudiantes de secundaria y bachillerato de la Comarca del Valle del Guadalentín. El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es, con gran diferencia, el que más interés despierta en este tipo de actividades.

En cuanto a la accesibilidad de los sistemas de información, la Universidad de Murcia gestiona la información en su sede

Web siguiendo los criterios de accesibilidad emanados de la WAI ('Web Accessibility Initiative') y auspiciados por el W3C ('World Wide Web Consortium'), con el fin de no entorpecer el acceso a la información a aquellos usuarios afectados de algún tipo de discapacidad o de alguna limitación de tipo tecnológico. Se siguen, por tanto, las Pautas de Accesibilidad Web (<http://www.w3c.es/Traducciones/es/WAI/intro/accessibility/wcag>) satisfaciendo el contenido las directrices de accesibilidad WAI (versión 1.0) y en su nivel AA y se utilizan formatos estándar establecidos por el W3C.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Información título: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/>
 Página política accesibilidad UMU: <http://www.um.es/universidad/accesibilidad/>

2.3 Los estudiantes matriculados en el título, tienen acceso en el momento oportuno a la información relevante del plan de estudios y de los resultados de aprendizaje previstos.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Además de la información que hay en la página web del título, a la que el estudiante tiene acceso fácilmente, la Universidad de Murcia cuenta con una plataforma virtual basada en la plataforma LCMS libre SAKAI a través de la que se proporciona herramientas que facilitan la docencia tanto presencial como virtual (<https://aulavirtual.um.es/portal>). Esta herramienta lleva consigo el establecimiento de nuevas formas de trabajo, de organización, de comunicación y de realización de actividades con mayor rapidez y calidad. En el Aula Virtual los usuarios acceden con roles de entrada de distinto tipo (docente, estudiante, coordinador, etc.) y, para cada una de las asignaturas en las que el usuario está implicado, se dispone de un sitio en el que contactan los usuarios de distintos roles. En cada sitio aparece un paquete básico de herramientas (anuncios, mensajería interna, repositorio de materiales, exámenes, tareas, chat, wiki, foros, etc.). Con esta plataforma, se ponen en contacto de manera muy rápida el profesor y el estudiante mediante mensajes, difusión de anuncios generales, distribución de documentación, resultados de las pruebas, etc. Nuestra facultad ha desarrollado una wiki con información específica para la realización del TFG en todos los grados.

Como se ha comentado en el apartado anterior, en las encuestas realizadas a los estudiantes egresados en los cursos 2013-14 y 2014-15 la información publicada en la página web de la facultad fue valorada con un 4 sobre 5 (titulados en el curso 2014) y un 3.31 sobre 5 (titulados en el curso 2015), lo que permite afirmar que los estudiantes están satisfechos con la misma. El último Informe de seguimiento MONITOR de ANECA afirma que la facultad dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a los estudiantes las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

Las guías docentes pueden consultarse desde la página web del título (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/Publicidad> y Relaciones Públicas/) o accediendo al Aula Virtual (en este caso, el estudiante sólo puede consultar las guías docentes de las asignaturas en las que esté matriculado). La guía docente se estructura en varios apartados, entre los que destacan la descripción de cada asignatura (competencias, bibliografía, temario, etc.), las actividades formativas (su metodología) y los sistemas de evaluación. De forma paulatina se ha ido consiguiendo que estas guías docentes estén disponibles debidamente revisadas al inicio de cada curso académico, tal como se constató en la reunión de la Comisión de Calidad de 14-10-2015, si bien lo deseable sería que esta disponibilidad tuviera lugar al inicio de la matrícula, con el fin de que esta herramienta cumpliera de forma satisfactoria su tarea informativa (algo que depende de la aprobación de los Planes de Ordenación Docente de los departamentos y que en los últimos cursos se ha dilatado un poco).

Las guías docentes han evolucionado con el tiempo, perfilando objetivos, vinculando actividades formativas con las competencias del grado y aclarando cualquier duda que pudiera surgir con los procedimientos de evaluación. También se ha completado y actualizado la bibliografía recomendada. Las guías docentes son unos instrumentos dinámicos y evolutivos, no un referente grabado en piedra, y requieren por tanto de revisión permanente por parte de los departamentos y del centro. Un porcentaje elevado de los profesores considera que los mecanismos disponibles para la elaboración y diseño de las guías docentes de las materias son adecuados y eficaces (6 de 10 en el curso 2010-11, 10 de 14 en el curso 2013-14, 17 de 18 en el curso 2014-15), además de considerar adecuado que se revisen anualmente las materias y los procedimientos de evaluación (6 de 10 en el curso 2010-11, 14 de 15 en el curso 2013-14, 19 de 19 en el curso 2014-15), en las distintas encuestas de satisfacción del profesorado llevadas a cabo a lo largo de la implantación del título). No se dispone de elementos que permitan medir la opinión de los estudiantes sobre la utilidad de las guías docentes (esta laguna debe ser corregida en breve plazo por medio de una actuación de mejora), pero sí contamos con la opinión de los egresados quienes valoran con un 2.85 sobre 5 en el curso 2013-14 y con un 2.7 en el curso 2014-15 la adquisición de los conocimientos y el desarrollo de habilidades y actitudes (competencias) propuestos en las guías docentes, por lo que podemos concluir que representan un instrumento de valor para ellos en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

EO1_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf

E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
 E01_Memoria_original_verificada_PUBLI.pdf
 E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf

Información título: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad>
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf
 Compl_07_Encuesta_Profesorado_Publicidad_10-11.pdf
 Compl_08_Encuesta_Profesorado_Publicidad_13-14.pdf
 Compl_09_Encuesta_Profesorado_Publicidad_14-15.pdf
 Compl_11_ACTA_C_Calidad_2015_05_06.pdf

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC). Estándar: La institución dispone de un sistema de garantía interna de la calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la calidad y la mejora continua de la titulación. 3.1 El SGIC implementado y revisado periódicamente garantiza la recogida y análisis continuo de información y de los resultados relevantes para la gestión eficaz del título, en especial de los resultados de aprendizaje y la satisfacción de los grupos de interés.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El responsable del Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC) de la Facultad de Comunicación y Documentación es el Vicedecano de Calidad y Coordinación, ayudado en sus funciones por los coordinadores de cada título y la Comisión de Calidad. Todos ellos realizan las tareas de planificación y seguimiento del SGIC, actuando además como elementos de comunicación interna de la política, objetivos, planes, programas, responsabilidades y logros de este sistema. Nuestra facultad fue una de las tres elegidas por la Universidad de Murcia en el Programa Piloto de implantación del Programa Audit de ANECA para el desarrollo del SGIC (<http://www.aneca.es/Programas/AUDIT>), que fue certificado por ANECA el 16/9/2009 (Evidencia certificado AUDIT).

La Universidad de Murcia cuenta con la aplicación informática UNICA (<http://unica.um.es>), desarrollada por un equipo de trabajo de ATICA y de la Unidad para la Calidad para la gestión documental del SGIC. A través de dicha aplicación, los centros acceden a los resultados e indicadores relativos a sus titulaciones, que posteriormente son analizados en las comisiones correspondientes.

En el siguiente enlace se accede al manual y procesos del SGIC, las actas de la Comisión de Calidad así como a distintos planes, informes y resultados de la implantación de este sistema: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad> (para acceder a la totalidad del contenido hay que entrar con el usuario y clave de acceso a los servicios telemáticos de la Universidad de Murcia). De forma más específica, los procedimientos y registros del sistema relacionados con el diseño, revisión y mejora de sus objetivos y de sus competencias, la gestión y tratamiento de las reclamaciones de los estudiantes, los mecanismos de apoyo y orientación al estudiante y la recogida y los análisis de los resultados e indicadores son los siguientes:

Diseño, revisión y mejora de sus objetivos y de sus competencias:

- PE01. Política y Objetivos (esta política puede consultarse en <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/politicas-y-objetivos>).

Gestión y tratamiento de las reclamaciones de los estudiantes:

- PA04. Gestión de incidencias (SQRF) (en el apartado "Evidencias y Actas", <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/SGIC/evidencias>, puede consultarse el resumen histórico de la aplicación de este procedimiento).

Mecanismos de apoyo y orientación al estudiante:

- PC04. Orientación a estudiantes.

Recogida y análisis de los resultados e indicadores:

- PC05: Resultados académicos (información emanada de este procedimiento puede consultarse en el apartado "Evidencias y Actas", <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/SGIC/evidencias>).

La última revisión del manual y de la política y objetivos del SGIC se aprobó en una reunión de la Comisión de Calidad celebrada el 5 de diciembre de 2014. Anualmente se elabora un plan de recogida de opiniones, en el que se indica los grupos de interés que serán encuestados así como el momento de la recogida de sus opiniones. Una vez recogida y sistematizada la información se analiza en la Comisión de Calidad y se establecen las oportunas propuestas de mejora. Estas propuestas de mejora se incorporan al plan de mejoras del centro anual (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/planes-mejora>).

El SGIC ha sido analizado en el segundo informe de seguimiento MONITOR de ANECA (fecha 1 de marzo de 2015). En el mismo se indica que no todos los grupos de interés establecidos como tales por el sistema son objeto de consulta, ya que no se encontraba evidencia de que el profesorado, el PAS, los egresados y empleadores hubieran sido consultados en cuanto a su grado de satisfacción. Estas carencias han sido subsanadas desde entonces en esta titulación, como resultado de un plan de mejora puesto en marcha el pasado curso académico y estos agentes implicados en el desarrollo del título son debidamente consultados y forman parte activa de este proceso de autoevaluación.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E05_Procedimientos_Registros_SGC.pdf

Información título: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad>Página web SGIC facultad: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad>

Página web actas Comisión de Calidad: (se requiere contraseña)

<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/comision#actas>**3.2 El SGIC implementado facilita el proceso de seguimiento, modificación y acreditación del título y garantiza su mejora continua a partir del análisis de datos objetivos y verificables.****VALORACIÓN DESCRIPTIVA:**

El Sistema de Garantía Interno de Calidad de la Facultad de Comunicación y Documentación, aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad y certificado su diseño por ANECA responde a los criterios del programa AUDIT. Como se indicaba en el subapartado anterior, nuestro centro fue piloto en su implantación de este programa en la Universidad de Murcia.

La generación de resultados se ha automatizado significativamente gracias a la aplicación informática UNICA (<http://unica.um.es>), software que permite implementar el SGIC en los centros de nuestra universidad. Esta aplicación también recoge y suministra datos elaborados por otros servicios de la universidad que son necesarios para dicha implementación. El resto de datos los obtiene la estructura organizativa del Equipo Decanal y la Comisión de Calidad del centro.

La aplicación UNICA controla que todos los procedimientos se lleven a cabo estableciendo una serie de tareas secuenciales para cada proceso que garantizan que se cumplan todos los pasos y que, resumidamente, son: obtención de datos e indicadores, análisis de los mismos, subida de actas y otras evidencias, y detección y seguimiento de acciones de mejora. Además, la Facultad de Comunicación y Documentación elabora anualmente una memoria, que tras su aprobación en Junta de Facultad, expone en su página web (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/centro/conocenos/memorias>) y en la que se recogen los principales resultados de las actividades realizadas. También elabora un informe con las propuestas de mejora adoptadas a partir del análisis de los resultados obtenidos en las distintas titulaciones.

El análisis de la información obtenida a través del SGIC y de las sugerencias de los Informes de seguimiento MONITOR de ANECA, ha facilitado la detección de errores y la puesta en marcha de acciones de mejora, como por ejemplo el problema de la bibliografía recomendada, el no ofrecer información sobre el apoyo a estudiantes con necesidades educativas en la página web del grado y algunas ausencias de información sobre la ponderación final de la nota de la asignatura, deficiencias que fueron detectadas por el SGIC o en el primer Informe de seguimiento MONITOR, y que se han subsanado, por la vía de realización de planes de actuaciones o de mejoras elaborados y aprobados por la Comisión de Calidad (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/planes-mejora>).

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf

E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf

E05_Procedimientos_Registros_SGC.pdf

Página web SGIC facultad: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad>

Página web actas Comisión de Calidad: (se requiere contraseña)

<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/comision#actas>Página web memorias facultad: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/centro/conocenos/memorias>**3.3 El SIGC implementado dispone de procedimientos que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.****VALORACIÓN DESCRIPTIVA:**

El Sistema de Garantía Interno de la Calidad de la Facultad de Comunicación y Documentación, aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia y certificado su diseño por ANECA, responde a los criterios del programa AUDIT. Nuestro centro fue piloto en su implantación en la Universidad de Murcia.

En relación con la evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza se encuentran, entre otros, los siguientes procedimientos (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/documentos/procesos>):

Procesos Clave.

- PC01: Planificación y desarrollo de las enseñanzas. Evaluación del aprendizaje.
- PC02: Revisión y mejora del plan de estudio
- PC05: Resultados académicos (en el apartado "Evidencias y Actas",

<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/SGIC/evidencias>, puede consultarse un panel de indicadores sobre los resultados académicos fruto de de la aplicación de este procedimiento).

Procesos de Medida.

- PM01: Medición, análisis y mejora.

Procesos Estratégicos.

- PE01. Política y Objetivos (esta política puede consultarse en <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/politicas-y-objetivos>).
- PA03- Satisfacción de Expectativas y Necesidades

Procesos de Apoyo.

- PA04. Gestión de incidencias (SQRF) (en el apartado “Evidencias y Actas”, <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/SGIC/evidencias>, puede consultarse el resumen histórico de la aplicación de este procedimiento).

Y específicamente en relación con el profesorado y el personal de apoyo a la docencia está el proceso de apoyo:

- PA05: Gestión del personal académico y de apoyo a la docencia, que contemplan la evaluación de la actividad docente del profesorado según la adaptación del programa DOCENTIA de ANECA, en fase de revisión.

La evaluación y análisis del conjunto de actuaciones realizadas dentro y fuera del aula (planificación, desarrollo de la enseñanza en el título y evaluación del aprendizaje), destinadas a favorecer el aprendizaje de los estudiantes con relación a los objetivos y competencias definidas en el plan de estudios, se lleva a cabo por medio de las encuestas anuales de satisfacción a estudiantes y profesores y por la encuesta a egresados. El profesorado está satisfecho o muy satisfecho con la planificación y desarrollo de la enseñanza (38 de 44 respuestas en la serie de encuestas realizadas), así como con las actividades de coordinación docente para alcanzar los objetivos del plan de estudios (56 de 82 respuestas a las dos preguntas sobre esta cuestión que se les plantea). Por su parte, los estudiantes egresados valoran las metodologías docentes aplicadas en el título con un 2.9 (sobre 5), las actividades formativas empleadas con un 2.7 (sobre 5), los sistemas de evaluación con un 3.1 (sobre 5), la atención y dedicación del profesorado con un 3.3 (sobre 5) y el desarrollo y evaluación del TFG con un 3.2 (sobre 5). Estos titulados han valorado con un 2.72 (sobre 5) la adquisición de conocimientos y el desarrollo de las competencias como resultados de su aprendizaje. Todos estos valores están por encima del aprobado general y la valoración global sobre las competencias es positiva. La Comisión de Calidad y la Comisión de Grado deben velar por su mantenimiento y posible mejora en años posteriores, el SIGC se convierte cada día más en una valiosa herramienta para recoger la información necesaria para su análisis y posterior establecimiento de estas acciones de mejora. La publicación en la web de la facultad de un panel de indicadores del título forma parte del citado Procedimiento Clave PC05.

Cualquier miembro de la comunidad universitaria, y en particular de nuestra facultad, dispone en todo momento del buzón de sugerencias (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/centro/buzon>) para exponer de forma anónima o identificándose, sus opiniones, inquietudes, iniciativas, propuestas de acciones de mejora o comentarios sobre el funcionamiento del centro que deben ser contestadas o reenviadas al órgano oportuno en un plazo inferior a 48 horas (como así venimos haciendo). De forma periódica se envía un mensaje a los estudiantes a través de Aula Virtual para recordar la existencia de esta herramienta y se hacen campañas de cartelería.

Finalmente, el segundo Informe de seguimiento MONITOR de ANECA indica que la facultad dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a los estudiantes las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad. En este sentido, se han corregido las deficiencias detectadas por este informe en cuanto a la publicación de la gestión de incidencias (procedimiento PA04) y la información sobre la medición y análisis de la satisfacción de los grupos de interés.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf

E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf

E05_Procedimientos_Registros_SGC.pdf

Página web SGIC facultad: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad>

Página web actas Comisión de Calidad: (se requiere contraseña)

<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad/comision#actas>

Página web memorias facultad: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/centro/conocenos/memorias>

DIMENSIÓN 2. RECURSOS

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO. Estándar: El personal académico que imparte docencia es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes. 4.1 El personal académico del título reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La Universidad de Murcia cuenta con un cuerpo docente cualificado en las competencias generales y específicas del título. Tomando como base la Tabla 1 (Relación profesorado del título con las asignaturas del plan de estudios), se observa que este personal está mayoritariamente adscrito al área de conocimiento de Publicidad y Relaciones Públicas (área propia de conocimiento de nuestra universidad), aunque también destaca la participación de las áreas de conocimiento de Periodismo, Comunicación Audiovisual, Comercialización e Investigación de Mercados y Biblioteconomía y Documentación. Se constata que las áreas que componen el 100% del cuadro académico del Departamento de Información y Documentación (único departamento existente en la Facultad de Comunicación y Documentación) son las que mayor representación tienen en la impartición del título de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Asimismo, también participan las áreas de conocimiento de Derecho Mercantil, Lengua Española, Filología Inglesa, Estadística e Investigación Operativa, Organización de Empresas, Psicología Social, Sociología o Ingeniería Telemática.

Según los datos recogidos en la "Tabla 3. Datos globales del profesorado que ha impartido docencia en el título" (datos del curso 2014-15) son 35 los profesores que imparten docencia en este grado. De este total, 26 de ellos son doctores, 1 de ellos es Catedrático de Universidad, 1 es Catedrática de Escuela Universitaria, 8 son Profesores Titulares de Universidad, 1 Profesor Titular de Escuela Universitaria, 9 son Profesores Contratados Doctores y, finalmente, son 14 los profesores asociados que imparten docencia en este grado. Este conjunto de profesores tiene reconocido un total de 13 sexenios de investigación y 34 quinquenios docentes.

De los 307 créditos que se impartieron el curso pasado en este grado, 180.5 de ellos fueron impartidos por profesorado a tiempo completo (el 58.97%), 122.5 por profesorado asociado (el 39.9%), y 4 por becarios de investigación con "venia docendi". Durante el curso 2015-16 el área de Publicidad y Relaciones Públicas ha sido dotada con un nuevo profesor ayudante doctor (recientemente acreditado como Titular de Universidad) y para el próximo curso, el Vicerrectorado de Profesorado prevé contratar otra plaza de similar categoría, lo que vendría a consolidar de una manera eficaz una plantilla de profesorado altamente especializada y con un alto nivel de vinculación con este grado. Todo ello garantiza, en un principio, la experiencia docente e investigadora necesaria para acometer con garantías la docencia en dicho grado y la posibilidad de que existan altas probabilidades de asegurar el desarrollo de las carreras docentes de una plantilla experimentada y joven al mismo tiempo.

En la contratación de personal docente e investigador de la Universidad de Murcia se cumplen los criterios de igualdad y no discriminación marcados por las leyes y por los códigos de responsabilidad social de la Administración Pública. El baremo y los criterios para la contratación de profesorado (laboral) en la Universidad de Murcia son públicos y pueden consultarse en la página Web del Vicerrectorado de Profesorado (<http://www.um.es/pdi/impresos/>). Los baremos vigentes fueron revisados, aprobados y actualizados en 2011 por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia (<http://www.um.es/pdi/impresos/2011/baremo.pdf>).

El perfil del profesorado de las áreas de conocimiento con participación minoritaria en el grado (cuya mayoría imparte docencia en asignaturas básicas de primer curso, obligatorias de segundo curso y optativas de cuarto curso) es el de un profesor suficientemente asentado en docencia e investigación (tanto a nivel de publicaciones como de participación en actividades de i+D+i) y que manifiesta un gran interés en participar en el desarrollo de este grado desde hace mucho tiempo (algunos son profesores de nuestra facultad desde hace 25 años).

Los tutores académicos asignados a las prácticas externas son profesores del área de conocimiento de Publicidad y Relaciones Públicas, y llevan a cabo esta actividad coordinados por el vicedecano y coordinador del título. Esta actividad la asigna el Departamento de Información y Documentación, responsable de esta asignatura. La valoración que los estudiantes egresados tienen de la asignatura "Prácticas Externas" (3.46 puntos sobre 5 los egresados en el curso 2013/14 y 2.9 en el curso 2014/15) indica que, aunque se superan los estándares mínimos, debemos seguir trabajando en la gestión de dicha asignatura. El hecho de trabajar en la buena dirección viene reforzado con la calificación de los tutores de las empresas, quienes califican con un 4.33 (sobre 5, curso 2014/15) la comunicación con la facultad para el desarrollo de esta asignatura, con un 4.42 (sobre 5) el desarrollo del convenio de prácticas y con un 4.8 (sobre 5) las actividades realizadas por los alumnos el sistema de evaluación. El grado de satisfacción general de los tutores profesionales alcanza un valor de 4.33 (sobre 5).

La dirección de los trabajos de fin de grado se distribuye entre todos los profesores del grado, intentando llevar a cabo un equilibrio entre la dedicación del profesorado y la presencia del área de conocimiento en la totalidad del plan de estudios. La mayor parte de los trabajos son tutorizados por profesores del área de Publicidad y Relaciones Públicas. Todo el profesorado del grado participa en la tutela de Trabajos Fin de Grado y en la evaluación, siendo de mayor interés para los estudiantes los temas ofertados por los profesores del área de Publicidad y Relaciones Públicas.

Varios profesores de este grado imparten docencia también en los tres másteres de nuestra facultad: el Máster en Gestión de Información en las Organizaciones (con acreditación renovada por ANECA con fecha 5/4/2016), el Máster Interuniversitario en Comunicación Móvil y Contenido Digital y el Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf
 E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
 E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 Tabla1_Profesorado_Titulo.xls
 Tabla3_Datos_Globales_Profesorado.xls
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf
 Compl_03_Encuesta_Empleadores_14-15.pdf

Compl_24_TFG_13_14_Publicidad.xlsx
Compl_25_TFG_14_15_Publicidad.xlsx

4.2 El personal académico es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para el desarrollo de sus funciones y atender a los estudiantes.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La ratio número de estudiantes por profesor ha seguido la siguiente evolución: 6.8 en el curso 2011-12; 8.0 en el curso 2012-13; 7.33 en el curso 2013-14 y se situó en 9.06 en el curso 2014-15.

En el segundo informe de seguimiento MONITOR de ANECA se indica que “El personal docente se corresponde con los ámbitos de conocimiento indicados en la memoria”. Para poder verificar si todas las áreas de conocimiento y categorías de profesorado están implicadas en la docencia del título y, siguiendo las indicaciones de este segundo informe de seguimiento, se va a hacer pública esa información en la página de información general del grado (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad> dentro del bloque “Gestión de la Titulación”).

Si bien estamos convencidos de que la plantilla de profesorado satisface las expectativas planteadas, la Comisión de Calidad de fecha 7 de marzo de 2016 ha decidido solicitar al Departamento de Información y Documentación, como extensión de una acción de mejora llevada a cabo en la renovación de la acreditación del Grado en Comunicación Audiovisual, que asigne al profesorado a tiempo completo la mayor parte de la actividad docente en las asignaturas nucleares del grado (obligatorias de 2º y 3er curso), no disgregando esta capacidad en otras actividades docentes. La recomendación se lleva a cabo para aprovechar al máximo la capacidad docente del profesorado con más experiencia en esta área. Asimismo, se hace extensiva esa recomendación para el profesorado asociado con título de doctor, algunos de ellos con bastante experiencia docente, además de la profesional.

Entre el curso 2013-14 y el curso 2014-15, se han presentado un total de 72 Trabajos Fin de Grado en esta titulación. De ellos, 51 fueron dirigidos por profesores a tiempo completo y 21 por profesores con dedicación a tiempo parcial, lo que parece una distribución adecuada de esta carga docente, a tenor de la estructura de profesorado que ha imperado en el grado en los últimos dos cursos. Preveamos que a partir del próximo curso, con la incorporación y consolidación de nuevo profesorado a tiempo completo, se refuerce de forma consecutiva la asignación de los mismos. Por área de conocimiento, 37 de estos TFGs fueron dirigidos por profesorado del área de Publicidad y Relaciones Públicas, área nuclear en la docencia de este título. Otras áreas de conocimiento que también participan asiduamente en esta tarea docente son: Comunicación Audiovisual, Biblioteconomía y Documentación, Comercialización e Investigación de Mercados y Psicología Social.

La plantilla de profesorado es buena y adecuada para este grado. Los departamentos intentan seguir curso tras curso las indicaciones de la Comisión de Calidad y del Equipo Decanal, ajustando más las competencias de estos profesores a las materias y asignaturas que imparten. Es un hecho positivo la presencia de doctores entre los profesores asociados y que algunos de ellos posean acreditaciones como ayudantes o contratados doctores, algo digno de elogio porque estos compañeros deben compaginar la actividad docente con otro trabajo principal. También es positiva la presencia de profesorado de otros departamentos en este grado con carreras docentes consolidadas y muy implicados en el desarrollo de este título (algo que se nota en la vinculación permanente de parte de estos profesores con el TFG).

Una selección de los TFG presentados desde el inicio de la docencia de este grado está disponible para su consulta en acceso abierto en la web de la facultad

(<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/plan/trabajo/historico>). En esta página web se muestran los TFG presentados y se enlaza con aquellos cuyos autores obtuvieron una calificación superior a 7.5 puntos y han dado permiso para ello.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf
E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf

Tabla1_Profesorado_Titulo.xls
Tabla3_Datos_Globales_Profesorado.xls
Tabla4_Indicadores_Globales.xls
Compl_24_TFG_13_14_Publicidad.xlsx
Compl_25_TFG_14_15_Publicidad.xlsx
Compl_11_ACTA_C_Calidad_2015_05_06.pdf

4.3 El profesorado se actualiza de manera que pueda abordar, teniendo en cuenta las características del título, el proceso de enseñanza-aprendizaje de una manera adecuada.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El Centro de Formación y Desarrollo Profesional (<http://www.um.es/web/centrodeformacion/>), adscrito funcionalmente al Vicerrectorado de Formación e Innovación, es un centro que tiene como finalidad servir de apoyo a la política de formación y de calidad de nuestra Universidad. Su actividad está especialmente orientada al diseño, desarrollo, gestión y aplicación de la formación de los recursos humanos docentes y administrativos del personal de la Universidad de Murcia. El profesorado de este título de grado participa habitualmente en diversas actividades organizadas por este centro con la idea de actualizar su

base de conocimientos y afinar las competencias docentes, tanto recibiendo formación continua como impartiendo formación. En particular, durante los cursos académicos 2014/15 y 2015/16 los profesores titulares César San Nicolás y Pedro A. Hellín han colaborado con el Centro de Formación y Desarrollo Profesional, participando activamente como cuadros docentes en el I y II Cursos de Gestión en Educación Superior (DIG-ES) y en el I y II Cursos de Investigación, Gestión y Docencia en Educación Superior (DIGNO-ES). De igual forma, acaba de constituirse dentro del marco del Área de Publicidad y Relaciones Públicas un Grupo de Innovación Docente para el emprendimiento de proyectos y programas de mejora educativa.

Desde el curso 2010-11 han sido 24 los profesores de este grado que han participado en al menos una actividad de formación, totalizando 44 actividades (ver Evidencia E9 de formación), lo que denota un alto interés de los profesores de este título en su formación. Estas actividades pueden dividirse en cuatro categorías: participación en jornadas de innovación docente, aprendizaje y evaluación por competencias; cursos relacionados con el aula virtual y la aplicación de TICs en la enseñanza; cursos de diversa naturaleza que permiten la actualización de los docentes dentro del nuevo paradigma del EEES (coordinación de competencias, trabajo en equipo, mejora de las competencias docentes en el fomento del aprendizaje, mejora de la comunicación en el aula) y, finalmente, cursos relacionados con la redacción de artículos científicos y evaluación de los mismos en el área de las Ciencias Sociales. Algunos profesores han participado en acciones relacionadas con la acción tutorial. También es de destacar, como se ha indicado la colaboración de profesores de este grado con el Centro de Formación.

La Unidad de Innovación de la Universidad de Murcia nace en 2010 con el objetivo de promover, organizar y evaluar iniciativas de innovación educativa que contribuyan a una universidad eficiente, de calidad, internacional y adaptada a las necesidades del contexto científico, social y tecnológico. Esta unidad está adscrita al Vicerrectorado de Formación e Innovación. Desde su puesta en marcha, 9 profesores de este grado han participado en alguna acción promovida por esta unidad (comunidad de prácticas sobre contenidos de Wikipedia, elaboración de material didáctico digital curso cero de Investigación en Comunicación). Se han totalizado 10 participaciones (ver Evidencia E9 Innovación Educativa Grado Información y Documentación).

En general, los profesores elaboran material docente que ponen a disposición del estudiante a través del Aula Virtual, espacio de aprendizaje que también utilizan para realizar pruebas de evaluación, entrega de prácticas, construcción de material colaborativo, etc. Una gran mayoría de profesores (35 de 41 respuestas) consideran positivas las acciones de orientación para el desarrollo del contenido curricular (movilidad, prácticas externas, programas de apoyo, atención a la diversidad y de acción tutorial), no existiendo opinión negativa al respecto del resto del profesorado, (Evidencia: Encuestas a Profesorado cursos 2010-11, 2013-14 y 2014-15). En estas mismas encuestas se valoran excelentemente los servicios ofrecidos por la Biblioteca Universitaria (tanto presenciales como virtuales) y el Aula Virtual.

Por otra parte, el profesorado se beneficia de ayudas para el intercambio y el fomento de la movilidad internacional. Estas ayudas presentan distintas modalidades: estancias para impartir docencia, para profesores en programas de doctorado, visitas de supervisión, visitas preparatorias, etc. Se identifican dos grandes grupos de actividades de movilidad: el primero es un grupo de actividades encuadradas dentro del programa Erasmus + y la segunda es un conjunto de actividades de intercambio con universidades latinoamericanas (preferentemente con la Escola de Comunicações e Artes de la Universidad de Sao Paulo en Brasil, centro con el que se mantienen relaciones de movilidad de profesores y estudiantes en grado y posgrado). La valoración que los profesores hacen de estos programas en la encuesta de satisfacción es también alta.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALAN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E09-Formación_Profesorado_PUBLI.pdf
 E09-InnovaciónEducativa_PUBLI.pdf
 E09-Movilidad_profesorado-PUBLI.pdf
 Tabla1_Profesorado_Titulo.xls
 Tabla3_Datos_Globales_Profesorado.xls
 Compl_07_Encuesta_Profesorado_Publicidad_10-11.pdf
 Compl_08_Encuesta_Profesorado_Publicidad_13-14.pdf
 Compl_09_Encuesta_Profesorado_Publicidad_14-15.pdf

4.4 (En su caso) La universidad ha hecho efectivos los compromisos incluidos en la memoria de verificación y las recomendaciones definidas en los informes de verificación, autorización, en su caso, y seguimiento del título relativos a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Como se comenta en el apartado 4.2 de este informe, la estructura de la plantilla de profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es buena y adecuada para este grado. La Universidad de Murcia vela en todo momento para ello y ha hecho frente a las sustituciones que hayan sido necesarias por temas de jubilación, períodos sabáticos y reducciones de dedicación por razón de cargo académico. El segundo Informe de seguimiento MONITOR de ANECA así lo confirma. El Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia aprobó en julio de 2015 un procedimiento para la convocatoria de plazas de profesor funcionario que ha afectado de forma positiva al área de Publicidad y Relaciones Públicas (nuclear en este grado), y que ha permitido incorporar dos profesores a tiempo completo en este curso académico. La mayor parte del profesorado de esta área de conocimiento a tiempo completo es profesor titular de universidad o está en posesión de esa acreditación.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
 Tabla1_Profesorado_Titulo.xls
 Tabla3_Datos_Globales_Profesorado.xls

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS. Estándar: El personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos. 5.1 El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y soporta adecuadamente la actividad docente del personal académico vinculado al título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Como se recoge en la última versión de la memoria verificada del título, además del personal docente, se cuenta con personal de apoyo suficiente que atiende las labores administrativas y de gestión de los espacios para el correcto desarrollo de las actividades docentes e investigadoras. Dicho personal de apoyo forma parte del Personal de Administración y Servicios de la Facultad de Comunicación y Documentación y del Departamento de Información y Documentación, con sede en nuestra facultad.

El Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se ubica en una facultad que coordina la actividad de 22 departamentos universitarios, 4 grados, 3 másteres oficiales y 2 programas de Doctorado (en extinción) y 1 programa Doctorado vigente (englobado en la oferta de la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Murcia). Por ello, muchos recursos son compartidos por esos títulos (personal de conserjería, secretaría de centro y decanato, biblioteca), pero han de ser contabilizados en este apartado. Cuando finalice la construcción del nuevo edificio de prácticas de la facultad (Edificio AURED), esta dotación de personal se verá ampliada con la presencia de personal técnico de apoyo audiovisual y multimedia.

Son 12 las personas que configuran la plantilla del personal de Administración y Servicios adscrito formalmente a la facultad (si bien la responsable de la biblioteca trabaja en la Biblioteca General "María Moliner" anexa a nuestra facultad). El 75% de este personal es funcionario de carrera a tiempo completo y el 25% restante es funcionario interino a tiempo parcial o es personal de una empresa de servicios. Por categoría profesional se distribuye de la siguiente forma:

- Jefa Gestión Secretaría: 8%
- Jefa Sección Biblioteca: 8%
- Administrativo: 34%
- Técnicos auxiliares de servicio: 42 %
- Técnica audiovisual: 8%

La plantilla presenta una gran estabilidad, experiencia y especialización. El 80 % tiene una antigüedad de más de 15 años en la universidad. Hay una gran estabilidad en la misma y la Universidad de Murcia ha comenzado a ampliarla en función de las nuevas necesidades de personal de apoyo que han surgido con la puesta en marcha de nuevas infraestructuras. Esto creemos es un valor añadido a destacar. Además, sus integrantes presentan una alta participación en actividades de formación y actualización con el fin de adquirir competencias específicas relacionadas con las tareas que desarrollan, así como formarse en unas competencias transversales relacionadas con la identificación con el puesto de trabajo, organización y planificación, inteligencia emocional, trabajo en equipo y motivación por la calidad.

La formación se hace principalmente a través del Centro de Formación de la Universidad de Murcia y (ocasionalmente) el Centro de Formación de la Comunidad Autónoma o en Sindicatos. El personal de la facultad acumula 1154 horas desde la puesta en marcha de los estudios de grado. Un tercio del personal acumula más de 100 horas en ese periodo.

Tal como aparece reflejado en la última versión de la memoria del título verificada, la Universidad de Murcia cuenta además con el personal de apoyo necesario y cualificado en sus correspondientes servicios de Biblioteca Universitaria (nuestra universidad la tiene dispuesta en forma centralizada por campus, compartiendo nuestra facultad edificio con la Biblioteca General "María Moliner", lo que representa un valor añadido para los estudiantes y profesores, <http://www.um.es/biblioteca>), Área de Tecnologías de la Información y Comunicaciones Aplicadas (<http://www.um.es/atica>), Atención a la Diversidad y Voluntariado (para estudiantes con necesidades especiales de atención con vistas a favorecer su aprendizaje, <http://www.um.es/adyv/>) y Campus Virtual (<http://aulavirtual.um.es>). Todos estos servicios realizan una gran labor de apoyo en el desarrollo normal de la docencia en este título.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

5.2 Los recursos materiales (las aulas y su equipamiento, espacios de trabajo y estudio, laboratorios, talleres y espacios experimentales, bibliotecas, etc.) se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Como se recoge en la última versión de la memoria verificada del título, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es una oferta docente enmarcada en el ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas, lo que implica el uso combinado de medios considerados clásicos para el estudio, como es el manejo y consulta de bibliografía y documentos; con la presencia cada vez más palpable de las TICs, así como el acceso a los recursos propios de disciplinas que no siendo afines a la Comunicación son cada vez más necesarias para el correcto avance de la facultad en la línea de profundizar en la interdisciplinariedad propia de nuestras titulaciones.

Se pueden diferenciar diversos tipos de recursos materiales necesarios para la correcta realización de la actividad docente:

a. Aulas de los tamaños adecuados para desarrollar las diversas metodologías de enseñanza-aprendizaje, desde el método expositivo clásico a la totalidad del grupo (las tradicionales clases magistrales) hasta las tutorías y seminarios en grupos reducidos.

b. Recursos multimedia adecuados en los espacios referidos en el apartado anterior y que sirvan de apoyo a la actividad docente.

c. Biblioteca especializada y Hemeroteca.

d. Aulas con equipamiento informático para trabajo individual dirigido. Incluyendo una sala de diseño gráfico y postproducción digital equipada con ordenadores Macintosh

e. Laboratorios de Medios Audiovisuales (estudio de radio, platós de TV y cine, salas de locución y postproducción).

f. Laboratorio de Restauración, Conservación y Preservación Documental.

g. Equipo de Videoconferencias.

Una gran parte de los profesores encuestados al respecto en estos cursos han calificado estas infraestructuras como buenas o muy buenas, más en concreto el 90% así califica a las aulas, el 84% a los despachos y el 80% a los laboratorios.

A partir de la categorización anterior, se detallan los medios disponibles para la docencia del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, de acuerdo con la siguiente estructura:

Aulas de alta capacidad

6 aulas con capacidad para 120 estudiantes, dotadas con un equipo multimedia para el docente con acceso al Programa SÓCRATES (distribución de Linux personalizada para la docencia, disco personal virtual, pizarra digital interactiva y aulas, <https://www.um.es/atica/socrates/>). Se emplean en todas las asignaturas para la impartición de clases siguiendo el método de lección expositiva (lección magistral). En algunos tramos horarios, el uso de estas aulas es compartido con otros grados. Estas aulas están ubicadas tanto en la facultad como en el anexo Aulario General del Campus de Espinardo.

Espacios para docencia en grupos menores

5 aulas y/o seminarios con capacidad para 50 personas, todas ellas dotadas de un equipo multimedia para el docente con acceso al Programa SÓCRATES (distribución de Linux personalizada para la docencia, disco personal virtual, pizarra digital interactiva y aulas, <https://www.um.es/atica/socrates/>). Se utilizan en todas las materias en las que se contemple un porcentaje de presencialidad vinculado al método de grupos prácticos en aula, clases participativas con metodología ABP, talleres de trabajo en grupo, etc. Estos espacios están relacionados con la adquisición de cualquier competencia con componente participativo, en la que la retroalimentación docente-discente forme parte imprescindible del aprendizaje. Se dispone igualmente de 1 seminario para grupos muy reducidos (20 o menos estudiantes), con mesa de trabajo central, también está dotado de acceso al Programa SÓCRATES. Se utiliza preferentemente en tutorías y exposiciones de trabajos por parte de estudiantes para ese tipo de grupos, organizadas según el modelo de reuniones de trabajo participativas. Sirve para el desarrollo de competencias relacionadas con el trabajo cooperativo, capacidad de transmisión y comunicación de proyectos y resultados, etc. Al igual que ocurre con las aulas de mayor tamaño, estos espacios se comparten con otras titulaciones de la facultad.

Biblioteca

La colección de la Facultad está depositada de forma íntegra en la Biblioteca General "Mária Moliner" (Sección Comunicación y Documentación), a la que la Facultad dispone de acceso directo desde sus instalaciones al tratarse de un edificio anexo. Esta biblioteca dispone de 775 puestos de lectura distribuidos a lo largo de sus 6910 metros cuadrados, con 67 puestos habilitados en salas de trabajo en equipo y con 70 terminales de consulta a los distintos catálogos (<http://www.um.es/web/biblioteca/contenido/biblioteca-digital>). Fruto de una acción de mejora aprobada en 2014, se ha podido verificar que el 80.19% de los títulos recomendados por los profesores están disponibles en la biblioteca (según datos del Procedimiento de Apoyo PA06 de Gestión de los recursos materiales y servicios), lo que representa un avance positivo en el desarrollo de la colección específica de este título y que esperamos mejorar progresivamente, por ello, además de la partida presupuestaria para libros que dedica el Vicerrectorado de Economía, Sostenibilidad y Ciencias de la Salud, la Facultad de Comunicación y Documentación realiza aportaciones adicionales año tras año para mejorar la calidad de esta colección (se han dedicado a ello 10.000 euros complementarios en los años de implantación de los títulos de grado).

Aulas de Informática.

La facultad dispone de 4 ADLAS (Aulas Informáticas Docentes y de Libre Acceso) equipadas cada una de ellas con 22 puestos dotados de equipo informático e impresora común. La mayor parte del tiempo estas aulas son utilizadas para la docencia. En las mismas están instaladas las aplicaciones que resultan necesarias para la realización de las actividades prácticas.

Para necesidades puntuales se dispone además de 1 ADLA Portátil (20 ordenadores portátiles incluidos en el Proyecto de Escritorios Virtuales, <http://www.um.es/atika/eva>) que permite acceso móvil a las aplicaciones instaladas en las ADLAS. Este proyecto de escritorio virtual permite también el acceso de los universitarios a las aplicaciones instaladas en las ADLAS fuera del horario en el que esté abierto el edificio.

La facultad dispone igualmente del Aula Macintosh con 24 ordenadores actualizados y con la última versión de software para la edición digital ("Adobe Cloud Computing"). Esta aula acaba de ser recientemente remodelada y debidamente actualizada con motivo de su traslado al nuevo edificio de prácticas audiovisuales.

Esta nueva estructura, el edificio AURED, estará dotada de dos nuevos platós de TV (con 100 metros cuadrados de superficie cada uno, mas del doble de tamaño que el actual), un aula virtual de realización que permitirá disponer grupos mas grande de estudiantes para esta actividad práctica, un estudio de radio digital con aula para docencia, una sala de ordenadores Macintosh, una sala complementaria de ordenadores Windows y 8 cabinas de edición de audio. Con excepción de las salas de ordenadores y las cabinas de edición de audio (que se trasladan desde la facultad), el resto de equipamientos es nuevo. El plató TV de la facultad se mantiene en funcionamiento y se está pensando qué hacer con el resto de espacios que se liberan en el edificio de la facultad y con el actual estudio/aula de radio (se ha solicitado su mantenimiento pero aún no se ha recibido respuesta). Todo este proyecto está inicialmente valorado en 800.000 euros aunque existe el compromiso de aportaciones extraordinarias puntuales si son necesarias. Con la puesta en marcha de este proyecto creemos que la facultad se encontrará dotada de unas infraestructuras dignas para la realización de las actividades prácticas audiovisuales y multimedia (completando y aumentando los equipamientos reflejados en las memorias de verificación del título).

Aula de Recursos Audiovisuales: laboratorio de Radio.

La facultad dispone en el Edificio Aured de prácticas audiovisuales de un completo Laboratorio de Radio dotado de locutorio (zona de silencio) con mesa de trabajo, micrófonos direccionales, auriculares, altavoces, entrada de línea telefónica y cámara fija. El locutorio se completa con una cabina de control con capacidad para 4 puestos de trabajo y 16 asistentes en modalidad de aula.

Aula de Recursos Audiovisuales: cabinas de edición de audio.

La facultad ha habilitado también en el Edificio Aured 8 cabinas de edición virtual de audio por medio de software especializado. Es un complemento interesante para la elaboración de programas de radio o para la edición de las pistas de audio que posteriormente se incluyan en un vídeo.

Aulas de Recursos Audiovisuales: taller de TV.

En el edificio principal de la facultad, disponemos de un estudio de TV que consta de zona de sets con capacidad para 10 alumnos dotado en su equipamiento de iluminación fría, ciclorama, set de informativos, 2 cámaras de estudio con trípode móvil, 1 micrófono multidireccional y 4 micrófonos direccionales de trípode y 4 inalámbricos, 4 ENG con micrófono inalámbrico. Asimismo se dispone de una zona de control con capacidad para 8 puestos de trabajo y con equipamiento de mezcladora de audio 8 pistas, mezcladora de vídeo 8 pistas, intercomunicador, PC tituladora, magnetoscopio, croma, control de iluminación, 4 monitores de control y armario de seguridad. Durante el segundo cuatrimestre del curso 2015-16 se están realizando los trabajos para la puesta en marcha de dos nuevas aulas de TV/Cine en el Edificio Aured. Estas nuevas infraestructuras estarán debidamente equipadas para su funcionamiento y multiplican la capacidad de realización de prácticas audiovisuales en nuestra facultad.

Equipo de Videoconferencias.

Sistema de videoconferencia utilizado para reuniones o enseñanza a distancia con doble canal de vídeo HD con resolución máxima de 1080p a 60 fps, audio AAC-LD, vista panorámica creada a partir de múltiples flujos de cámaras. Adaptabilidad de red, reduciendo el consumo de ancho de banda un 50% gracias a la combinación de tecnología de dos núcleos VME y H.264 HP, obteniendo vídeo HD de calidad. Compatible con múltiples protocolos permitiendo la interoperabilidad con sistemas de comunicación unificada y subsistemas IP multimedia entre otros. Codificación de vídeo escalable, tecnología SEC para corrección de errores, detección inteligente de rostros, duplicación de la velocidad de cuadros y conexión Wifi integrada que permite conectar redes, micrófonos y fuentes de presentación.

Por tanto, creemos que podemos afirmar que nuestra facultad dispone de suficientes espacios para la docencia de grupos grandes y de grupos de seminario. Las aulas y los recursos bibliográficos resultan los adecuados. Las infraestructuras tecnológicas son suficientes y están actualizadas. En el segundo Informe MONITOR de seguimiento del título, el evaluador afirma: "Los recursos materiales son adecuados para desarrollar el título, según lo indicado en la memoria y la información disponible".

En ocasiones puntuales, la Junior-Empresa de la facultad ha realizado tareas de inventario y mantenimiento de estas infraestructuras (está prevista la realización de una de esas tareas a la finalización del segundo cuatrimestre) y en la actualidad se encargan de la gestión de las redes sociales de la facultad.

La gestión de las reservas de los espacios de prácticas se ha automatizado por medio de la aplicación <http://carnes.um.es> (la misma que se usa para la gestión de las ADLAS informáticas), tanto los profesores como los estudiantes disponen en la página web de la facultad de un enlace a un formulario para llevar a cabo sus peticiones. Este sistema de reservas está regulado por una norma específica aprobada por la Junta de Facultad (<http://www.um.es/documents/121627/127373/Normas+Uso+Espacios+Audiovisuales.pdf/12ed5d39-cb6b-456c-ac0e-60b85de6604f>) que también regula el préstamo de parte de este material para proyectos a desarrollar fuera de las instalaciones de la facultad relacionados con la docencia como para la realización de actividades extracurriculares. El Personal de Administración y Servicios de la facultad se encarga de prestar y recepcionar los materiales que son objeto de préstamo.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E01_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf
 E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
 E12_Descripcion_Aula_Virtual.pdf
 E12_Recursos_Bibliograficos_PUBLI.pdf
 E12_Recursos_Materiales_PÉR.pdf
 Compl_23_Planos_Edificio_Aured.pdf

5.3 En el caso de los títulos impartidos con modalidad a distancia/semipresencial, las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

No se aplica

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- NO APLICA

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

No se aplica

5.4 Los servicios de apoyo y orientación académica, profesional y para la movilidad puestos a disposición de los estudiantes una vez matriculados se ajustan a las competencias y modalidad del título y facilitan el proceso enseñanza aprendizaje.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El Aula Virtual (<http://aulavirtual.um.es>) es el espacio en el cual profesores y alumnos de la Universidad de Murcia pueden encontrar diversas herramientas telemáticas que facilitan el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje, así como otras herramientas que, de forma más general, permiten tanto el acceso a información y recursos digitales como una comunicación ágil y flexible entre diferentes interlocutores (profesorado y estudiantes principalmente). También permite soporte para la evaluación y para los trámites administrativos relacionados con las convocatorias de examen y actas (tanto a nivel de profesor como de coordinadores de título y de centro). Es una parte fundamental del más amplio Campus Virtual de la Universidad de Murcia, que también incluye actividades no docentes (reserva de aulas de informática, bicicletas en el campus, inscripción en actividades deportivas, consulta del expediente académico, etc.).

Otra herramienta fundamental es el Programa SÓCRATES que, mediante software libre, permite el acceso remoto desde las aulas a los equipos informáticos instalados en otras dependencias de la Universidad de Murcia (despachos, laboratorios, etc.), así como el acceso directo a Internet, siempre mediante clave, lo que incrementa enormemente los recursos docentes. Este programa es fruto de una clara apuesta de la Universidad de Murcia por el uso de software libre en la búsqueda de la necesaria reducción de costes que hagan posible dedicar recursos a otras actividades e iniciativas.

Por otra parte, las Facultades y Escuelas de la Universidad de Murcia colaboran con el Centro de Orientación e Información de Empleo (COIE) y con la Unidad de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV) en la programación y desarrollo de actividades dentro de los procesos clave del SGIC. Estos servicios cuentan con una dilatada experiencia en la organización y puesta en marcha de actuaciones de orientación para universitarios. La orientación se entiende como un proceso en el que se debe definir poco a poco el objetivo profesional, planificando los pasos necesarios para lograrlo. Debido a esta condición de proceso, la orientación es necesaria en todas las etapas del estudiante universitario. En nuestra facultad se han realizado actividades dirigidas a alumnos de primer curso y de último curso, tanto de orientación académica como de orientación profesional.

En particular, el Centro de Orientación e Información de Empleo pertenece al Vicerrectorado de Transferencia, Emprendimiento y Empleo y su objetivo es facilitar a estudiantes y titulados el acceso al mercado de trabajo. Además de colaborar en las prácticas externas obligatorias (de las que se informa en otros apartados), este centro además colabora en la formación de los estudiantes por medio de la gestión de las prácticas externas extracurriculares (21 estudiantes hicieron prácticas extracurriculares en 12 empresas colaboradoras el pasado curso). También colabora enormemente con la elaboración del documento de inserción laboral de los titulados de la facultad, elaborado por su observatorio de empleo (<http://observatorio.um.es>) conforme al Procedimiento Clave PC08 de Inserción laboral del SGIC de nuestra facultad.

También merece una mención especial la Unidad de Atención a la Diversidad y Voluntariado que, entre otros objetivos, pretende dar respuesta a una serie de necesidades de tipo psicológico, de rendimiento académico y de naturaleza familiar, social y jurídica, existentes en los distintos sectores de la comunidad universitaria. En el caso de los estudiantes, el propósito es proporcionar al alumno las habilidades necesarias para poder superar el curso y desarrollar sus capacidades, de manera que pueda abordar con mayores garantías de éxito las situaciones de aprendizaje que se le presentarán a lo largo de su

carrera universitaria. Algunos de los temas que se pueden tratar son el entrenamiento en técnicas de estudio y la orientación vocacional y profesional, esta última centrada especialmente en los problemas surgidos a partir de la interrelación entre motivación, intereses y aptitudes. Además, para los alumnos con algún tipo discapacidad también se ofrecen los siguientes servicios:

- Adaptaciones curriculares cuando existen dificultades que supongan un impedimento académico
- Aula informática especialmente adaptada.
- Soportes técnicos a disposición del alumno que le ayuden en la transcripción de apuntes (ordenador portátil, grabadoras...).
- Información sobre becas y orientación sobre posibles salidas profesionales.
- Contactos con las asociaciones e instituciones de apoyo a personas con discapacidad.
- Colaboración de otros alumnos becarios y voluntarios que les puedan ayudar a transcribir apuntes.

La Universidad de Murcia apoya la movilidad de sus estudiantes por medio del Servicio de Relaciones Internacionales (SRI), unidad administrativa que gestiona los procedimientos de movilidad reglada, tipo ISEP, ERASMUS, ILA, etc., ofreciendo asesoramiento sobre los mismos. El intercambio SICUE lo gestiona una oficina delegada del Vicerrectorado de Estudiantes, Calidad e Igualdad.

La Facultad de Comunicación y Documentación está realizando un importante esfuerzo en ampliar la oferta de destinos en los diferentes programas de movilidad vigentes. Sin duda la mayor oferta se concentra en el programa Erasmus +, el programa de movilidad más extendido y con una amplia trayectoria en la Facultad de Comunicación y Documentación con una oferta total de 163 plazas de las cuales el 20% están destinadas a los alumnos del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. La oferta de plazas se fundamenta en la diversidad lingüística e intercultural de los acuerdos establecidos con 20 instituciones universitarias diferentes, para el campo de la Publicidad y las Relaciones públicas en un amplio abanico de países: Francia, Italia, Lituania, Polonia, Portugal, Turquía, Letonia, Croacia, Suecia y Reino Unido.

Los estudiantes del grado de Publicidad y Relaciones Públicas se caracterizan por un significativo incremento de su interés y participación en los últimos años en todos los programas de movilidad. Concretamente, en el caso de Erasmus + del total de los alumnos de la Facultad de Comunicación y Documentación que se van cada año de Erasmus, el porcentaje de los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas ha aumentado del 18% al 40% que son específicamente de este perfil. Destacaríamos como para el próximo curso 2016-2017 han sido 20 los estudiantes de Publicidad y RRPP que han solicitado una estancia académica en otras instituciones universitarias europeas. Este título de grado es uno de los de mayor movilidad de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas de nuestra universidad.

Los destinos europeos más solicitados por los estudiantes de Publicidad y RRPP son: Uniwersytet Wroclawski, Vilniaus Universitetas, Instituto Politécnico de Lisboa, , Università Degli Studi di Trieste, Universidade do Porto, Newcastle University, Université de Franche-Comté, , Vilniaus Universitetas, Jönköping University, Izmir Ekonomi Üniversitesi, University of Northumbria at Newcastle, Università Degli Studi di Urbino Carlo Bo, National and Kapodistrian University of Athens, University of Dubrovnik, Université de Savoie y la Università Italiana Per Stranieri Di Perugia.

ISEP

Por lo que respecta al programa de movilidad ISEP con Norteamérica y Puerto Rico, la Universidad de Murcia dispone de una oferta total de 17 plazas para todos los estudiantes de la Universidad. Todos los años los alumnos de la Facultad de Comunicación y Documentación le ha sido asignada alguna de esas plazas, incluso llegando a disfrutar de tres de ellas en el curso académico 2013-2014 y concretamente una era alumna del grado de Publicidad y RRPP que estuvo en la Nebraska Wesleyan University. Otras instituciones visitadas por nuestros alumnos de publicidad y relaciones públicas han sido: University of Nebraska, Lincoln, Marshall University, Minot State University, Virginia Commonwealth University, Northwest Missouri State University y University of Puerto Rico-Río Piedras.

ILA

En Latinoamérica la Facultad de Comunicación y Documentación está realizando un importante esfuerzo en ampliar la oferta de destinos en los diferentes grados. Concretamente para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, además de la solicitada Universidad de Sao Paulo en Brasil, se ha ampliado la oferta de destinos en México, concretamente con la Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad de Guadalajara y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. De todas ellas, la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad de Sao Paulo son los destinos más solicitados por los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas. Los alumnos del grado de Publicidad y RRPP son los que en los últimos años han solicitado y disfrutado más de los intercambios de movilidad con Latinoamérica. Concretamente 4 alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas disfrutaron de esta experiencia académica en el curso 2014-2015. Cabe destacar la presencia de algunas de las más prestigiosas universidades iberoamericanas en la lista anterior.

SICUE

Finalmente por lo que respecta al programa de movilidad a nivel nacional SICUE de una oferta total de 63 plazas en otras Universidades españolas, el 21% están destinadas al perfil de publicidad y relaciones públicas. De los diferentes destinos ofertados Universidad de Sevilla, Universidad de Málaga, Universidad de Vigo, Universidad de Valladolid, Universidad de Zaragoza, Universidad de San Jorge, Universidad del País Vasco, Universidad Rovira I Virgili y la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Los destinos nacionales tradicionalmente más solicitados en el grado de Publicidad y RRPP son la Universidad de Sevilla, Valladolid, Vigo, Málaga y Rey Juan Carlos de Madrid.

Por su parte, el SIDI realiza una oferta anual de cursos de diferentes idiomas con varios niveles, orientados a dotar a los estudiantes de una capacitación lingüística sin la cual es difícil comprender las acciones de movilidad en entornos europeos pero también en otros países de habla inglesa u orientales. Además, dicho servicio facilita al alumnado la adquisición del nivel de inglés (o de otra lengua extranjera) suficiente para cumplir con el requisito de cursar 6 ECTS de la segunda mitad del Grado o realizar el Trabajo Fin de Grado en dicha lengua.

No menos importante es la tarea que lleva a cabo la Unidad para la Calidad (<http://www.um.es/web/unica/>), con su apoyo a los equipos decanales en la realización de las actividades que emanan del SGIC de cada centro y en los trascendentales procesos de verificación y acreditación de los títulos universitarios, así como en su seguimiento por parte de ANECA, además de potenciar la calidad en todas las actividades que se desarrollen en el ámbito de su competencia y fomentar una Cultura por la Calidad en el seno de la comunidad universitaria.

Otros sistemas de apoyo y orientación ofrecidos por la Universidad de Murcia son los siguientes:

- Biblioteca Universitaria (<http://www.um.es/biblio/>): informa de los procesos de uso y préstamo de los fondos bibliográficos y de los distintos servicios de apoyo al autoaprendizaje que ofrece. Este servicio oferta formación para la búsqueda de recursos bibliográficos en sus distintos catálogos (algo trascendente para la elaboración del Trabajo Fin de Grado) y el uso de gestores bibliográficos.
- Defensor del Universitario: la Oficina del Defensor Universitario (<http://www.um.es/estructura/servicios/defensor>) está concebida para el apoyo, orientación, intermediación y resolución de conflictos que puedan surgir en el desarrollo de la vida universitaria. En los últimos años ha cobrado especial protagonismo por problemas de aplicación de las nuevas normas emanadas del EEES y por la crisis económica que ha impedido continuar sus estudios a muchos alumnos. Asimismo, la evaluación del Trabajo Fin de Grado (en la globalidad de la universidad) ha sido objeto de una serie de recomendaciones por parte de esta autoridad académica, así como la norma de permanencia.
- Servicio de Actividades Deportivas (<http://www.um.es/deportes/>): servicio que no sólo ofrece unas instalaciones para el uso de la comunidad universitaria sino que además lleva a cabo una amplia oferta de organización de actividades deportivas y de desarrollo de acciones de formación en la práctica deportiva.
- Consejo de Estudiantes de la Universidad de Murcia (<http://www.um.es/ceum/>): es el máximo órgano de representación estudiantil de la Universidad de Murcia y asesora a las delegaciones de alumnos en su importante labor de representación.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E14_Breve_descripcion_servicios_de_apoyo.pdf
 Compl_11_ACTA_C_Calidad_2015_05_06.pdf
 Compl_16_Informe_Orientacion_Empleo_2015-16.pdf
 Compl_17_Informe_Orientacion_Empleo_2014-15.pdf
 Compl_18_Informe_Orientacion_Empleo_2013-14.pdf
 Página web COIE: <http://www.um.es/coie/>
 Página web Observatorio empleo: <http://observatorio.um.es/>
 Página web Atención a la Diversidad: <http://www.um.es/adyv/>
 Página web Servicio Relaciones Internacionales: <http://www.um.es/internacionales/>
 Página web Servicio de Idiomas: <http://www.um.es/sidiomas/>
 Página web Unidad para la Calidad: <http://www.um.es/web/unica/>
 Página web Biblioteca Universitaria: <http://www.um.es/biblioteca/>
 Página web del Defensor del Universitario: <http://www.um.es/web/defensor/>
 Página web del Servicio de Actividades Deportivas: <http://www.um.es/web/deportes/>
 Página web Consejo de Estudiantes: <http://www.um.es/web/ceum/>

5.5 En el caso de que el título contemple la realización de prácticas externas, estas se han planificado según lo previsto y son adecuadas para la adquisición de las competencias del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Las prácticas externas curriculares se realizan en el último cuatrimestre de la titulación. El objetivo de las mismas es que el estudiante profundice en la aplicación de los conocimientos en las diferentes áreas comerciales de la empresa adquiridos durante su formación, que domine algunas de las herramientas e instrumentos propios del ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas desde la perspectiva profesional.

En este título convergen distintas circunstancias entre los perfiles de estudiantes que acceden al último curso de la carrera porque algunos de ellos poseen experiencia profesional previa que se les reconoce por medio de una convocatoria anual con este propósito.

El plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, por medio del SGIC de la Facultad de Comunicación y Documentación, dispone del procedimiento clave PC07-Prácticas externas, que garantiza el desarrollo de esta actividad, con el apoyo del Centro de Orientación e Información de Empleo (COIE, <http://www.um.es/coie/>). Cada alumno debe realizar 215 horas de prácticas, siendo este valor similar al de las otras titulaciones que se imparten en nuestra facultad.

Según los datos procedentes de la aplicación de este procedimiento clave, en el curso 2013-14 fueron 40 los alumnos del grado que realizaron prácticas externas curriculares con un grado medio de satisfacción por parte de los alumnos de 4.8 (sobre 5) y de un 4.5 (sobre 5) por parte de las empresas. En el curso 2014-15 fueron 46 los alumnos del grado que realizaron prácticas externas curriculares con un grado medio de satisfacción por parte de los alumnos de 4.2 (sobre 5) y de un 4.3 (sobre 5) por parte de las empresas. Son resultados positivos.

Las prácticas de este título de grado en el curso 2014-15 se han llevado a cabo en un total de 41 centros de prácticas, si bien nuestra facultad tiene firmados convenios para su realización con un número mayor de empresas e instituciones (aproximadamente unas 60, registradas en nuestra base de datos, entre las que destacan agencias de publicidad y Relaciones Públicas, departamentos de publicidad de medios de comunicación, empresas e instituciones privadas y organismos de la administración local y autonómica), fruto de la experiencia desarrollada a lo largo de los más de 12 años de antigüedad de esta facultad (ver Evidencia de Centros de Prácticas, con el listado de las 41 empresas para el curso académico 2014-15). Los centros de prácticas son seleccionados por los alumnos tanto en la modalidad de prácticas

curriculares (como parte de una asignatura obligatoria de 4º curso en el plan de estudios) como en la modalidad de prácticas curriculares (fuera del periodo académico). Las agencias de publicidad y relaciones públicas, así como los departamentos de publicidad y marketing de empresas, son los centros de prácticas que absorben al mayor número de alumnos del grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

El grado de satisfacción medio general de las empresas con los alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es alto (4.33 sobre 5), así como el manifestado en relación al grado de formación/competencias de los titulados que llegan a la institución o empresa a hacer prácticas (3.7 sobre 5) y la comunicación entre la universidad y la institución o empresa (4.33 sobre 5) que facilita el desarrollo de la actividad. También ha sido altamente valorado el desarrollo administrativo del convenio de prácticas (si ha sido complicado firmarlo o si ya firmado ha funcionado con normalidad) con 4.42 sobre 5. Es también positiva la opinión de los estudiantes egresados en los cursos 2013-14 y 2014-15 quienes han valorado con un 3.11 (sobre 5) el desarrollo de esta asignatura.

En el segundo Informe de seguimiento MONITOR de ANECA se indica que la organización de las prácticas externas es adecuada. En la página web de la facultad aparece la información completa del protocolo de adjudicación y seguimiento y se proporciona la lista de las instituciones colaboradoras, indicando el número de plazas disponibles y, en algunos casos, el perfil del trabajo a realizar. En la misma página se incluye también información sobre prácticas extracurriculares y se enlaza con el COIE que es el centro de la universidad encargado de su gestión.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
 E18_No_Informe_Insercion_Laboral_Justificacion_PUBLI.pdf
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf
 Compl_03_Encuesta_Empleadores_14-15.pdf
 Compl_16_Informe_Orientacion_Empleo_2015-16.pdf
 Compl_17_Informe_Orientacion_Empleo_2014-15.pdf
 Compl_18_Informe_Orientacion_Empleo_2013-14.pdf
 Portal prácticas en empresas UMU: <http://practicass.um.es/>
 Sección prácticas en la web de la facultad: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/practicass/>
 Compl_22_Centros_Practicass_Grado_Publicidad.pdf

5.6 La universidad ha hecho efectivos los compromisos incluidos en la memoria de verificación y las recomendaciones definidas en los informes de verificación, autorización, en su caso, y seguimiento del título relativos al personal de apoyo que participa en las actividades formativas, a los recursos materiales, y a los servicios de apoyo del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Como se ha indicado anteriormente, el personal de apoyo del que dispone el centro es el indicado en las dos versiones de la memoria verificada del título y no se comenta nada al respecto en los informes de seguimiento MONITOR. Los recursos materiales disponibles son los previstos en la memoria del título y se han realizado una serie de gestiones y actuaciones destinadas a mejorarlos sustancialmente y poder disponer así de una infraestructura de calidad para la actividad docente. Los servicios de apoyo al título han desempeñado correctamente su labor e incluso está prevista aumentar el nivel de esa colaboración cuando se finalice el equipamiento del edificio de prácticas Aured.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- A

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E01_Informe_MONITOR1_PubliRRPP_2012.pdf
 E01_Informe_MONITOR2_PubliRRPP_2014.pdf
 E14_Breve_descripcion_servicios_de_apoyo.pdf

DIMENSIÓN 3. RESULTADOS

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE. Estándar: Los resultados de aprendizaje alcanzados por los titulados son coherentes con el perfil de egreso y se corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) del título. 6.1 Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados son adecuados y se ajustan razonablemente al objetivo de la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Tal y como recoge la última versión de la memoria original verificada del título, en su desarrollo se utilizan distintos recursos docentes y variadas actividades de formación que facilitan y garantizan la adquisición de los conocimientos y habilidades de aprendizaje. En concreto, se emplean las siguientes tipologías de actividades formativas:

AF1: Exposición teórica / Clase magistral: exposición de contenidos por parte de los docentes.

AF2: Tutorías formativas y resolución de dudas.

AF3: Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. Todas estas actividades requieren un trabajo en grupo reducido supervisado por un docente.

AF4: Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores / Aula informática / Laboratorio de idiomas / Laboratorio de Restauración / Seminarios especializados. Todas estas actividades requieren un trabajo en grupo reducido supervisado por un docente.

AF5: Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio para la elaboración de casos, casos ABP ("Aprendizaje Basado en Problemas) y Prácticas en Empresas y/o Instituciones, etc.

AF6: Evaluación.

AF7: Elaboración del Trabajo de Fin de Grado.

Los resultados de las encuestas a estudiantes, egresados y profesorado valoran positivamente las actividades formativas.

El segundo Informe MONITOR de seguimiento indica que las actividades formativas utilizadas son apropiadas para la adquisición de los resultados del aprendizaje. El mismo informe indica que los materiales didácticos son adecuados.

Cada tipología de actividades formativas tiene asociada una dimensión de grupo y un determinado tipo de presencialidad.

Para desarrollar todo este conjunto de actividades formativas se emplean las siguientes metodologías docentes:

MD1: Actividades teóricas.

MD1.1: Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado.

MD1.2: Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc.

MD1.3: Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

MD2: Actividades prácticas

MD2.1: Actividades prácticas de campo: actividad de los alumnos, dirigida a conocer un espacio o centro de interés que exige desplazamiento y estancia en el mismo.

MD2.3: Actividades prácticas con ordenador: actividades de los alumnos en aulas de informática, realizadas en grupos reducidos o individualmente.

MD3: Tutorías

MD3.1: Tutorías en grupo: sesiones programadas de orientación, revisión o apoyo a los alumnos por parte del profesor, realizadas en pequeños grupos, con independencia de que los contenidos sean teóricos o prácticos.

MD3.2: Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante previstas en el desarrollo de la materia.

MD3.3: Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia.

Los resultados de las encuestas a estudiantes, egresados y profesorado valoran positivamente las metodologías docentes empleadas. Tanto la experiencia previa adquirida por parte del profesorado como su nivel de participación en cursos de innovación educativa y de formación del profesorado, en general (ver evidencias E9), enriquecen la variedad de actividades formativas y las metodologías docentes utilizadas. Los egresados han valorado con 2.9 sobre 5 las metodologías docentes empleadas por el profesorado (es un valor que debe ser objeto de mejora).

En el marco de una evaluación continua y formativa, el seguimiento del alumno en el desarrollo de las diferentes actividades formativas se convierte en una tarea fundamental. El sistema de evaluación permite conocer el grado de adquisición de competencias por parte de los estudiantes. En el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se hace uso de varios sistemas de evaluación:

SE1: Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes, etc., realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

SE2: Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente.

SE3: Presentación pública de trabajos: exposición de los resultados obtenidos y procedimientos necesarios para la realización de un trabajo, así como respuestas razonadas a las posibles cuestiones que se planteen sobre el mismo (esta actividad cobra especial importancia en este grado por la exposición de campañas publicitarias y de materiales audiovisuales desarrollados como objeto de las mismas).

SE4: Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros, etc.

Los resultados de las encuestas a estudiantes, egresados y profesorado valoran positivamente los sistemas de evaluación. En cada materia se especifica, en función de los resultados de aprendizaje, los instrumentos susceptibles de ser utilizados para el proceso de evaluación. El peso de las diferentes estrategias de evaluación estará en consonancia con el que tengan las actividades formativas y su correlación con las diferentes competencias. Esta información está publicada en las guías docentes de cada una de las asignaturas y es revisada anualmente por los consejos de departamento y por el Equipo Decanal. El segundo Informe de Seguimiento MONITOR indica que los sistemas de evaluación son adecuados.

Las diferentes pruebas de evaluación y actividades son distribuidas razonablemente a lo largo del curso para evitar solapamientos y desequilibrios en la carga de trabajo de los estudiantes. El número de aprobados, suspensos y no presentados es analizado por la Comisión de Calidad y la Comisión de Grado de forma periódica (ver tabla "Evolucion Grado PUBLI Exito-Matricula.xls"), informándose a los departamentos responsables de la docencia de las posibles deficiencias detectadas. Los egresados del título valoraron con un 3.1 (sobre 5) los sistemas de evaluación, un dato positivo que esperamos mejorar.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 E09-Formación_Profesorado_PUBLI.pdf
 E09-InnovaciónEducativa_PUBLI.pdf
 E09-Movilidad_profesorado-_PUBLI.pdf
 Tabla4_Indicadores_Globales.xls
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf
 Compl_10_Evolucion_Grado_Publicidad_Exito_Matricula.xls

6.2 Los resultados de aprendizaje alcanzados satisfacen los objetivos del programa formativo y se adecúan a su nivel en el MECES.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El estudiante sigue durante el curso académico un ritmo de trabajo adecuado, con actividades teóricas y prácticas variadas, trabajos en pequeños grupos, contacto directo y especializado con el profesorado, etc. La valoración de los resultados de aprendizaje queda garantizada como consecuencia de la suma de las valoraciones de las diferentes materias que configuran el Plan de Estudios. Los resultados son analizados y se transforman en las correspondientes acciones de mejora siguiendo los diferentes procesos que configuran el Sistema de Garantía de Calidad (SGIC) de los centros de la Universidad de Murcia. Este sistema contiene, entre otros, los procedimientos documentados PC01-Planificación y desarrollo de las enseñanzas. Evaluación del aprendizaje y PC05-Resultados académicos.

Además, se cuenta con el procedimiento PM01-Medición, Análisis y Mejora que obliga a las titulaciones a comprobar que se han cumplido todos los requerimientos marcados en los diferentes procedimientos del SGIC, incluyendo la revisión del propio SGIC.

Por otro lado, la existencia de un Trabajo Fin de Grado, con una duración de 9 ECTS permite valorar, como el RD 1393/2007 de 30 de octubre y el posterior 861/2010 de 2 de julio indican, que se han alcanzado los resultados de aprendizaje asociados al título. La Universidad de Murcia posee una norma general para su desarrollo y cada facultad dispone de un reglamento propio y un procedimiento de seguimiento. Este reglamento general ha sido modificado en la reunión del Consejo de Gobierno de fecha 7 de mayo de 2015 (y recientemente en la reunión del 22 de abril de 2016), lo que ha implicado que cada facultad adapte su norma específica (la de nuestra facultad se aprobó el 11 de octubre de 2012 y está actualmente en proceso de revisión para adaptarse a los cambios posteriores de la norma general).

Por último, la existencia de prácticas externas curriculares obligatorias permite valorar de forma directa la aplicación de conocimientos, competencias y habilidades que los alumnos adquieren. Como se ha comentado en otros apartados de este informe, su funcionamiento ha sido bien valorado por los empleadores y el segundo Informe de seguimiento MONITOR de ANECA indica al respecto que "la organización de las prácticas externas es adecuada" y que además se proporciona información completa del protocolo de adjudicación y seguimiento. También se informa de la lista de las instituciones colaboradoras, indicando el número de plazas disponibles y, en algunos casos, el perfil del trabajo a realizar. Estas prácticas externas están reguladas a nivel de nuestra facultad por una norma interna y, a nivel general, respetan escrupulosamente la regulación de las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios aprobado por el Ministerio de la Presidencia (Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre, publicado en el BOE de 10 de diciembre de 2011).

A partir de toda esta serie de datos podemos afirmar que se alcanza el perfil de egreso previsto en la memoria original verificada del título.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf
 Tabla2_Resultados_Asignaturas_Titulo.xls
 Tabla4_Indicadores_Globales.xls
 Histórico TFG Cursos anteriores:
<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/plan/trabajo/historico>
 Normativa TFG Facultad: http://www.um.es/c/document_library/get_file?

http://www.um.es/c/document_library/get_file?uuid=f0b43ef410654456aa421ac9216dda35&groupId=121627
 Instrucciones y seguimiento del TFG: http://www.um.es/c/document_library/get_file?uuid=64afde40f1b24a2dbde5c651d80d8a64&groupId=121627
 Norma prácticas externas Facultad: http://www.um.es/c/document_library/get_file?uuid=4ab0f8872c6248d7aeba81fb11856c5b&groupId=121627
 Real Decreto 1707/2011, por el que se regula las prácticas académicas externas:
<https://www.boe.es/boe/dias/2011/12/10/pdfs/BOEA201119362.pdf>

Criterio 7. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO. Estándar: Los resultados de los indicadores del programa formativo son congruentes con el diseño, la gestión y los recursos puestos a disposición del título y satisfacen las demandas sociales de su entorno. 7.1 La evolución de los principales datos e indicadores del título (número de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico, tasa de graduación, tasa de abandono, tasa de eficiencia, tasa de rendimiento y tasa de éxito) es adecuada, de acuerdo con su ámbito temático y entorno en el que se inserta el título y es coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El número de plazas de nuevo ingreso es de 85 estudiantes desde el curso 2015-16. En el período comprendido entre el curso 2010-11 y el 2014-15 ese número fue de 80 plazas.

Según los datos que proporciona el Procedimiento Clave PC03 de Perfiles de ingreso, captación, selección y admisión de estudiantes, en los dos últimos cursos, el número de alumnos preinscritos en el título ha sido de 911 (2014-15) y 816 (2015-16). En el curso 2014-15, 190 estudiantes solicitaron este título en primera opción y 183 hicieron lo mismo en el curso 2015-16 (se mantienen unos valores similares). De estos conjuntos de estudiantes, 66 y 65 terminaron matriculándose en el título en la convocatoria de julio, por tanto, un número considerable de estudiantes que acceden a este título lo eligen en primer lugar (la tasa de adecuación del curso 2014-15 fue 0.85 y en el curso 2015-16 ha sido 0.75). Este título de grado es uno de los más demandados de la rama de Ciencias Jurídicas. La ocupación de la titulación en el curso 2014-15 fue 0.98 y en el curso 2015-16 fue 1.

El valor de la tasa de eficiencia (Tabla 4) alcanza el 96.14% en el curso 2013-14 y el 93.75% en el curso 2014-15, valores muy por encima de los previstos en la memoria verificada, lo que representa una fortaleza del título. En cuanto a la tasa de rendimiento (Tabla 4) ha seguido la siguiente secuencia desde el inicio de los estudios: 62,91%, 64,6%, 82,69%, 80,75% y 82,87%, mostrando una considerable mejora desde los primeros años de impartición del grado. La tasa de evaluación alcanza un valor de 96.2%, dato que influye positivamente en la tasa de rendimiento.

La tasa de abandono de este grado es pequeña (19.48% en el curso 2013-14 y 15.38% en el curso 2014-15), datos por debajo de lo previsto en la memoria original verificada y que están en consonancia con el interés de los estudiantes por esta titulación.

La tasa de graduación definida como el porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el Plan de Estudios (o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada), alcanza un valor del 45.45%, ligeramente por debajo del previsto en la memoria original verificada y en la adaptada. La Comisión de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y la Comisión de Calidad han debatido durante el curso 2015-16 las posibles causas que pudieran justificar esta tasa y se han identificado dos causas: (1) la realización de los TFG quizá se ha retrasado un poco en el último curso debido a una saturación en la dirección, especialmente en el profesorado del área de Publicidad y Relaciones y (2) se ha identificado un grupo de varios estudiantes que han superado todos los créditos de la titulación pero que no han abonado las tasas de expedición del título. La combinación de estas dos causas, junto con el hecho de que muchos estudiantes que llevan a cabo movilidad lo hacen en cuarto curso y eso lleva implícito un retraso en la defensa de los TFG han incidido negativamente en esta tasa. La incorporación reciente de dos profesores a tiempo completo en el área de Publicidad y Relaciones Públicas aliviará esa presión en la tutela de estos trabajos y se notará en breve plazo. Se ha pedido igualmente al profesorado de otras áreas de conocimiento una mayor participación en esa actividad docente. Estas dos últimas actuaciones pueden considerarse acciones de mejora ya en desarrollo.

En definitiva, este título satisface las previsiones planteadas de los principales datos e indicadores definidos en la memoria del título, si bien debe esforzarse en mejorar el valor de la tasa de graduación.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E01_Memoria_adaptada_PUBLI.pdf

Tabla2_Resultados_Asignaturas_Titulo.xls
 Tabla4_Indicadores_Globales.xls

Histórico TFG Cursos anteriores:

<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/publicidad/plan/trabajo/historico>

[Compl_10_Evolucion_Grado_Publicidad_Exito_Matricula.xls](#)
[Compl_11_ACTA_C_Calidad_2015_05_06.pdf](#)
[Compl_20_Tasas_Evaluación_Comunicacion_Documentacion.pdf](#)

7.2 La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Los estudiantes han valorado, curso tras curso, algunos aspectos del desarrollo de la docencia por medio de una encuesta que ha realizado la Comisión de Calidad desde el curso 2011-12. Sobre su percepción acerca del grado de cumplimiento alcanzado a final de cada asignatura con respecto a la planificación prevista en la guía docente de la asignatura, los resultados de las encuestas muestran unos datos positivos, ya que alrededor del 72% de los estudiantes consideran aceptable o bueno ese grado de cumplimiento en todos los cursos del grado. La Comisión de Calidad tiene especial interés en conocer la valoración que los estudiantes llevan a cabo sobre la carga de trabajo a desarrollar en las distintas asignaturas y sobre si el profesorado diferencia claramente entre actividad presencial y trabajo no presencial. Estas series de datos deben seguir completándose curso tras curso para poder emitir una valoración global de satisfacción de los estudiantes sobre aspectos clave de la implantación del grado.

Los estudiantes egresados consideran que el título satisface sus expectativas (3.05 sobre 5). De una escala de 1 a 5, califican la organización del plan de estudios con un 2.95, valorando igualmente las actividades formativas y el desarrollo de habilidades y actitudes con un 2.7, la adquisición de conocimientos con un 2.75, las prácticas externas con un 3.18, la evaluación con un 3.09 y la información publicada en la web con 3.52. Los egresados valoran el Trabajo Fin de Grado con un 3.06 y la titulación en general con un 3.42. Creemos que se pueden considerar estos resultados como satisfactorios, si bien somos conscientes de la necesidad de elevar alguna de estas ratios.

No se dispone de datos actualizados sobre la inserción laboral de los graduados o graduadas en Publicidad y Relaciones Públicas dentro de los informes elaborados por el Observatorio del COIE de la Universidad de Murcia porque en las fechas de realización de ese informe aún no habían egresados las primeras titulaciones. A partir del curso que viene sí se van a disponer de esos datos.

En cuanto a la opinión del profesorado, los datos de la encuesta de satisfacción muestran un alto nivel de satisfacción de este colectivo, destacando los siguientes aspectos en particular en lo relacionado con la estructura de las enseñanzas:

- La evaluación valora las competencias: 3.44 sobre 5.
- La planificación y desarrollo de la enseñanza: 3.75 sobre 5.
- Los mecanismos para la elaboración de las guías docentes: 3.88 sobre 5.
- La resolución de los problemas surgidos durante el desarrollo de la enseñanza: 4.04 sobre 5.
- La revisión anual de las guías docentes: 3.76 sobre 5.
- Los objetivos del plan de estudios: 3.81 sobre 5.

En lo relacionado con las instalaciones e infraestructuras disponibles para el proceso formativo, los profesores valoran:

- La atención recibida por parte del PAS del centro: 4.58 sobre 5.
- Las fuentes de información disponibles en la facultad: 4.27 sobre 5.
- Los espacios para el desarrollo de la docencia: 4.35 sobre 5.

En particular destaca el hecho de que el profesorado está satisfecho con la planificación y desarrollo de la enseñanza (3.75 sobre 5), así como con la coordinación docente para alcanzar los objetivos del plan de estudios (4.13 sobre 5). La valoración en general de las enseñanzas es también positiva.

Los empleadores o tutores profesionales de las empresas donde los alumnos realizan las prácticas externas también manifiestan un alto grado de satisfacción:

- La comunicación entre la Universidad y la institución/Empresa: 4.33 sobre 5.
- Las actividades realizadas por los alumnos en la institución/Empresa: 4.08 sobre 5.
- Los conocimientos y habilidades alcanzados por el estudiante en la titulación, en relación con las funciones a desempeñar en la institución/empresa: 3.92 sobre 5.
- La coordinación entre el tutor profesional en la institución/empresa y el tutor académico: 3.5 sobre 5.
- Grado de satisfacción general por el desarrollo de las prácticas: 4.33 sobre 5.

Finalmente, el grado de satisfacción general del Personal de Administración y Servicios con la titulación es de 4.4 sobre 5, alcanzando una valoración de 4 sobre 5 la organización académica, en cuanto que permite la realización adecuada de su trabajo, junto con la información publicada en la página web de la titulación. También valoran muy positivamente (4.7 sobre 5) la relación con el profesorado y el ambiente de trabajo con los estudiantes (4.5 sobre 5).

Esta serie de datos permite esbozar la imagen de una comunidad universitaria exigente, y satisfecha a la vez, sobre el desarrollo del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, lo cual resulta un refrendo al arduo trabajo realizado por esta facultad en particular y la universidad en general, para incorporar de forma integral esta oferta formativa en la educación pública de la Región de Murcia (anteriormente sólo podíamos ofertar el segundo ciclo de estos estudios).

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E18_No_Informe_Insercion_Laboral_Justificacion_PUBLI.pdf
 Compl_16_Informe_Orientacion_Empleo_2015-16.pdf

Compl_17_Informe_Orientacion_Empleo_2014-15.pdf
 Compl_18_Informe_Orientacion_Empleo_2013-14.pdf
 Compl_01_Encuesta_Egresados_Publicidad_2014.pdf
 Compl_02_Encuesta_Egresados_Publicidad_2015.pdf
 Compl_03_Encuesta_Empleadores_14-15.pdf
 Compl_04_Encuesta_Personal_Apoyo_14-15.pdf
 Compl_26_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_27_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_28_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_29_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-11-12.pdf
 Compl_30_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_31_Satisfaccion_Curso1_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_32_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_33_Satisfaccion_Curso2_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_34_Satisfaccion_Curso3_Cuatrimestre1_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_35_Satisfaccion_Curso3_Cuatrimestre2_Grado_Publicidad-12-13.pdf
 Compl_36_Satisfaccion_Curso1_Grado_Publicidad-14-15.pdf
 Compl_37_Satisfaccion_Curso2_Grado_Publicidad-14-15.pdf
 Compl_38_Satisfaccion_Curso3_Grado_Publicidad-14-15.pdf
 Compl_39_Satisfaccion_Curso4_Grado_Publicidad-14-15.pdf

7.3 Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto científico, socio-económico y profesional del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La Universidad de Murcia dispone de un protocolo para el seguimiento de la inserción laboral de todos sus egresados, que se realiza desde el Observatorio de Empleo del Centro de Orientación e Información para el Empleo (COIE). El último estudio de inserción laboral se ha realizado en 2015 sobre las primeras promociones de egresados de Grado, 11/12 y 12/13. En dichas promociones, aún no había egresados del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, por lo que no se dispone de informe de inserción laboral en esta edición. Por tanto, no se dispone de datos actualizados sobre la inserción laboral de los graduados o graduadas en Publicidad y Relaciones Públicas.

El Centro de Orientación e Información para el Empleo (COIE) indica (ver Compl. Evidencia Inserción Laboral) que el año que viene dispondremos de esa información y entonces la Comisión de Calidad podrá analizarla suficientemente.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

- B

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E18_No_Informe_Insercion_Laboral_Justificacion_PUBLI.pdf
 Compl_16_Informe_Orientacion_Empleo_2015-16.pdf
 Compl_17_Informe_Orientacion_Empleo_2014-15.pdf
 Compl_18_Informe_Orientacion_Empleo_2013-14.pdf