

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA

INFORMACIÓN



**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID**

**MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO DEL
GRADO DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

CURSO ACADÉMICO 2012/2013

CONTROL DOCUMENTAL

TIPO DE DOCUMENTO:	Definitivo para el curso 2012-2013
DESTINATARIOS:	-Vicerrectorado de Evaluación de la Calidad. - Responsables del SGIC de las Comisiones de Calidad

TÍTULO:	Modelo de memoria anual de seguimiento del Grado/Master
CÓDIGO DE REFERENCIA:	-
EDICIÓN:	3.0
FECHA DE EDICIÓN:	18/10/2013
FICHERO:	
HERRAMIENTAS DE EDICIÓN:	Word – Office XP
REALIZADO POR:	Vicerrectorado de Evaluación de la Calidad. Oficina Complutense para la Calidad de la UCM.
REVISADO POR:	
RESUMEN:	

CONTROL DE EDICIONES:

EDICIÓN	DESCRIPCIÓN DEL DOCUMENTO A EDITAR O DE LA PARTE MODIFICADA	PARTES QUE CAMBIAN	FECHA DE EDICIÓN O CAMBIO
1.0			
2.0			18/12/2012
3.0	Se ha adaptado las tablas de indicadores Se han introducido nuevas sugerencias realizadas por la ACAP en los Informes de Seguimiento El periodo de seguimiento se amplía a los 2 cursos anteriores al de realización de la memoria de seguimiento		21/01/2014
4.0			

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	3
II.	CRITERIOS.....	5
	A. CRITERIO 1: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE DEL GRADO DE PUBLICIDAD Y RRPP	5
	B. CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL GRADO DE PUBLICIDAD Y RRPP	7

I.- INTRODUCCIÓN

Esta Memoria tiene su origen en lo señalado en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

El objetivo de esta Memoria Anual es que los responsables del seguimiento del Título en el Centro realicen un autodiagnóstico del desarrollo del Título, y que sus reflexiones permitan entender mejor los logros y las dificultades del mismo. Esta Memoria Anual forma parte de la primera etapa del Seguimiento del Título que culmina con la Acreditación, en caso favorable.

Para la elaboración de la Memoria se han tenido en cuenta las indicaciones de las distintas instituciones implicadas en la Calidad de la Educación Superior, destacando entre estas indicaciones las de disponer de mecanismos formales para el control y revisión de sus Títulos, que aseguren su relevancia y actualidad permanentes, permitiéndoles mantener la confianza de los estudiantes y de otros agentes implicados en la Educación Superior (criterio 1.2). De igual modo, se señala que las instituciones de Educación Superior deben garantizar que recopilan, analizan y utilizan información pertinente para la gestión eficaz de sus programas de estudio y de otras actividades (criterio 1.6), y que publican información actualizada, imparcial y objetiva, tanto cualitativa como cuantitativa, sobre los programas y Títulos que ofrecen (criterio 1.7).

II.- CRITERIOS

En el proceso de seguimiento se han establecido dos criterios que son objeto de análisis por la Comisión de Calidad del Título y/o Centro.

El primero de los criterios hace referencia a la **información pública del Título**. En este criterio se analiza la disponibilidad y accesibilidad de la información necesaria para satisfacer las demandas e intereses de los diferentes grupos que interactúan directa o indirectamente en el proceso formativo.

El segundo de los criterios que analiza la **información proveniente del Sistema de Garantía Interno de Calidad**, permite conocer el desarrollo del Título y los niveles de calidad alcanzados en el programa formativo. En este apartado se encuentra la información relacionada con el análisis de indicadores, información generada por el sistema interno de garantía de la calidad, acciones puestas en marcha por el Centro como consecuencia de los análisis realizados por el mismo, de las recomendaciones efectuadas en los informes de verificación o modificación y de las realizadas como consecuencia de los informes de seguimiento internos (Comisión de Calidad de las Titulaciones de la UCM) y externos (ACAP).

A.- CRITERIO 1: LA FACULTAD PUBLICA EN SU PÁGINA WEB INFORMACIÓN SOBRE EL GRADO DE PUBLICIDAD Y RRPP

Aspectos que se han valorado:

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

El enlace de la página Web que contiene esta información es el siguiente:

<http://www.ucm.es/centros/webs/fcinf/index.php?tp=Grado%20Publicidad%20y%20Relaciones%20P%FAbricas&a=centro&d=32717.php>

Más concretamente, mediante un único *click* en dicho enlace se accede directamente al enlace del grado de Publicidad y Relaciones Públicas:

<https://ccinformacion.ucm.es/estudios/2013-14/grado-publicidadyrelacionespublicas>

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

Descripción del título:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento31696.pdf>

Competencias del grado:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento31697.pdf>

Acceso y administración de estudiantes:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento31698.pdf>

Planificación y calidad de la enseñanza:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento31699.pdf>

Personal Académico:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento31700.pdf>

Recursos materiales y servicios:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento31701.pdf>

Sistema de garantía de calidad:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento31702.pdf>

Tabla de adaptación de materias:

<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento36347.pdf>

A partir de la información presente en dichas web, se confirma que la información es adecuada a lo expresado en la memoria verificada del Título.

B.- CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL GRADO DE PUBLICIDAD Y RRPP.

• SUBCRITERIO 1: ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO/CENTRO

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

La aprobación de esta memoria por parte de la Comisión de Calidad de la Facultad, así como su posterior ratificación por parte de la Junta, se considera la evidencia de la Estructura y Funcionamiento del Sistema de Garantía de Calidad del Grado de Publicidad y RRPP.

El Sistema de Garantía de Calidad en el Grado de Publicidad consta de los siguientes elementos en su estructura:

- 1.- La Comisión de Calidad de la Facultad, órgano de mayor nivel decisorio y ejecutivo del sistema.
- 2.- El Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II (CAP II), encargado, a través del Coordinador del Grado de Publicidad, de gestionar los procedimientos de Calidad (en colaboración con los otros departamentos cuando sea necesario, como se verá al describir el procedimiento).
- 3.- La Comisión de Reclamaciones del CAP II, junto con las Comisiones de otros departamentos, si es necesario o, en su caso, los directores.
- 4.- La Vice-decana de Planificación, Relaciones Internacionales e Instituciones; la Vicedecana de Profesorado e Investigación; Vicedecano de Tecnología y Prácticas.
- 5.- Los siguientes Jefes de Servicio: Biblioteca y Secretaría.

6.- La Oficina de Calidad de la UCM.

La estructura y elementos del Sistema de Calidad se vertebran del modo siguiente en su funcionamiento:

1.- La Comisión de Calidad de la Facultad analiza los datos disponibles y toma las decisiones ejecutivas. Los datos que analiza son: índices de calidad (emitidos por la Oficina de Calidad, incluye las encuestas del PAS, PDI y alumnos), reclamaciones y sugerencias, memorias de calidad emitidas anteriormente, informes de seguimiento (ANECA, ACAP).

2.- Las acciones de mejora decididas a partir del análisis de los datos se incorporan a las memorias de Calidad posteriores. Se definen objetivos, fechas y evidencias para ser incluidas en dicha memoria.

3.- La ejecución de dichas acciones se coordina por el Coordinador del Grado, mediante la colaboración de los responsables involucrados (por ejemplo: responsable de secretaría, si es un tema de matrículas).

4.- La evaluación de los resultados de las acciones se realiza mediante alguno de los mecanismos siguientes (dependiendo del tipo de acción): índices de calidad de la Oficina, informes de los responsables de la coordinación de la acción, encuestas diseñadas “had hoc”. En lo posible, el resultado debe ser cuantificable objetivamente.

5.- Las reclamaciones son enviadas por la vicedecana de Planificación al coordinador. Este las envía al responsable correspondiente (jefe de servicio, director de otro departamento). Las comisiones de reclamaciones de los departamentos o la estructura similar que corresponda, en su caso, resuelven la reclamación. La reclamación debe ser utilizada, si es pertinente, como información relevante para definir una acción de mejora.

6.- La evaluación anual de la calidad, que se realiza en la memoria de calidad, junto con los informes de ANECA y ACAP constituyen la información fundamental para impulsar las nuevas acciones correctoras y de mejora, que se deciden en la Comisión de Calidad del Centro. De este modo se establece un mecanismo de control y mejora continua de la Calidad.

Como máximo órgano responsable de este procedimiento de Calidad, la Comisión de Calidad está representada y reglamentada del modo siguiente:

1.1. Relación nominal de los responsables de la Comisión de Calidad y colectivo al que representan.

Según el Reglamento por el que se rige, la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información está compuesta por:

- La Decana del Centro, que preside la Comisión, y es la responsable unipersonal de garantizar la calidad interna de las titulaciones impartidas en el mismo y preside la Comisión.

- Dos Vicedecanos
- Un responsable de cada una de las titulaciones del Centro.
- Dos representantes de alumnos en Junta de Facultad
- Un representante del Personal de Administración y Servicios miembro de la Junta de Facultad
- Secretario
- Agente externo

El nombramiento de los miembros de la Comisión se produjo en la sesión de Junta de Facultad de 27 de enero de 2010. Los miembros de la Comisión (curso 2012-13, después de los cambios habidos) son los que figuran en la siguiente tabla:

Miembros de la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información		
NOMBRE	APELLIDOS	REPRESENTACIÓN COLECTIVO
Carmen	PÉREZ DE ARMIÑÁN Y GARCÍA-FRESCA	Decana y Presidenta de la Comisión de Calidad
José Ignacio	POBLACIÓN BERNARDO	Vicedecano de Posgrado y Doctorado
Elena	REAL RODRÍGUEZ	Vicedecana de Planificación, Relaciones Internacionales e Instituciones
Rafael	RODRÍGUEZ TRANCHE	Coordinador del Grado en Comunicación Audiovisual
Manuel	FERNÁNDEZ SANDE	Coordinador del Grado en Periodismo
Ubaldo	CUESTA CAMBRA	Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones públicas
Francisco	BERNETE GARCÍA	Coordinador del Máster Universitario en Comunicación Social
María Jesús	CASALS CARRO	Vicedecana de Profesorado e Investigación y Coordinadora del Máster Universitario en Investigación en periodismo: discurso y comunicación
Carmen	SALGADO SANTAMARÍA	Coordinadora del Máster Universitario en Periodismo Multimedia Profesional
Cristina	PEÑA-MARÍN BERISTAIN	Co-coordinadora del Máster Universitario en Análisis sociocultural del Conocimiento y la Comunicación
José Antonio	RUIZ SAN ROMÁN	Coordinador del Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación Política
María José	CANEL CRESPO	Coordinadora del Máster Universitario en Comunicación de las Organizaciones
Pilar	VEGA RODRÍGUEZ	Coordinadora del Máster Universitario en Escritura Creativa
Julio	MONTERO DÍAZ	Coordinador del Máster Universitario

		en Patrimonio Audiovisual: Historia, Recuperación y Gestión
Concepción	MARTÍN MEDINA	Representante del PAS
Sara Ainoa	DE CEANO-VIVAS NÚÑEZ	Representante de los estudiantes
Francisco Javier	GALÁN GAMERO	Agente Externo (Universidad Carlos III de Madrid)
Eusebio	MORENO MANGADA	Secretario

1.2. Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones

La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información es el órgano competente y responsable de la calidad del Grado de Publicidad y RRPP y el órgano que garantiza el cumplimiento de los objetivos de calidad.

A) FUNCIONES

Esta Comisión, dentro del mecanismos expuesto inicialmente sobre el funcionamiento del Sistema de Calidad del Grado de Publicidad y RRPP, tiene las siguientes funciones según su Reglamento de Funcionamiento aprobado en Junta de Facultad el 27 de enero de 2010:

- a) Elaborar un Sistema de Garantía Interna de la Calidad.
- b) Realizar el seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad.
- c) Gestionar y coordinar todos los aspectos relativos a dicho Sistema.
- d) Proponer a la Junta de Facultad protocolos del Sistema.
- e) Proponer a la Junta de Facultad Manuales de Calidad Docente.
- f) Proponer a la Junta de Facultad las revisiones de los Manuales de Calidad Docente.
- g) Proponer la política de calidad de las titulaciones impartidas de acuerdo con las políticas de calidad de la Facultad y de la UCM.
- h) Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad.
- i) Proponer a la Junta de Facultad los objetivos anuales en materia de calidad docente de las titulaciones impartidas en la Facultad.
- j) Proponer a la Junta de Facultad iniciativas para asegurar y mejorar la calidad de la docencia.
- k) Proponer a la Junta de Facultad las acciones correctoras para la mejora de la calidad docente.

- l) Gestionar el Sistema de Información de las titulaciones impartidas en la Facultad.
- m) Estudiar los mecanismos de extinción de los títulos para su propuesta a la Junta de Facultad.
- n) Aquellas otras recogidas en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de la Facultad, así como las que se atribuyan a la Comisión por cuantas disposiciones sean dictadas en desarrollo del citado Sistema y que de forma expresa se atribuyan a la Comisión.

B) FUNCIONAMIENTO

En resumen, el funcionamiento y sistema de toma de decisiones se describen en los siguientes puntos del citado Reglamento:

Sesiones

1. La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información se reúne en sesiones ordinarias y extraordinarias.
2. En sesiones ordinarias se reúne al menos dos veces por curso.
3. La Comisión de Calidad se reúne en sesiones extraordinarias por iniciativa del Presidente, cuando lo solicite un mínimo de un tercio del total de miembros de la misma, o a petición del Comité de Calidad de alguna de las titulaciones impartidas en la Facultad.
4. Por razones de urgencia, el Presidente, previo acuerdo de la Comisión de Calidad, podrá convocar verbalmente nueva reunión de la misma durante la celebración de una sesión, enviándose notificación urgente a los miembros no presentes.

Convocatoria y orden del día

1. Los miembros de la Comisión de Calidad deben recibir la convocatoria, con el orden del día, con una antelación mínima de 48 horas, excepto en el supuesto de sesiones extraordinarias que será de 24 horas.
2. La convocatoria, junto al orden del día y la documentación correspondiente, se realiza por medios electrónicos, quedando los originales depositados en la secretaría respectiva a disposición de los miembros.
3. El orden del día se fija por el Presidente e incluye, necesariamente, aquellos puntos que hayan sido solicitados por al menos un tercio de los miembros de la Comisión de Calidad. No puede ser objeto de deliberación, votación ni acuerdo, ningún asunto no incluido en el orden del día, salvo que el Presidente lo proponga al inicio de la sesión, y sea declarada la urgencia por el voto favorable de la mayoría de los miembros.

Desarrollo de las sesiones

1. La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información queda válidamente constituida a efectos de la celebración de sesiones, deliberaciones y toma de acuerdos, en primera convocatoria cuando concurren, al menos, la mitad de sus miembros, el Presidente y el Secretario -o las personas que le sustituyan-, y en segunda convocatoria,

media hora después, cuando concurren, como mínimo un tercio de sus miembros, el Presidente y el Secretario.

2. La participación en las deliberaciones y votaciones es personal e indelegable.
3. Nadie puede ser interrumpido en el uso de la palabra, salvo por el Presidente.
4. Para proceder al debate, el Presidente abre un turno de intervenciones. A la vista de las peticiones de palabra se pueden fijar por el Presidente limitaciones de tiempo de su uso.
5. El cierre de la discusión lo acuerda el Presidente, previo aviso, una vez hayan intervenido los que han solicitado el uso de la palabra o hayan renunciado a la misma.
6. Una vez cerrada la discusión el Presidente presenta la propuesta o propuestas objeto de votación.
7. Los miembros de la Comisión de Calidad pueden ser llamados al orden cuando con interrupciones, o de cualquier otra forma, alteren el orden de las sesiones o cuando pretendan seguir haciendo uso de la palabra una vez que ésta les haya sido retirada. Después de haber sido llamado por tres veces al orden un miembro de la Comisión de Calidad en una misma Sesión, el Presidente podrá imponerle la prohibición de asistir al resto de la misma.

Cuestiones de orden

1. Se consideran cuestiones de orden, entre otras, la propuesta de aplazamiento de debate, las limitaciones en las intervenciones, la propuesta de suspensión o la propuesta de votación.
2. Las cuestiones de orden se deciden, en caso necesario, por votación a mano alzada.

C) DECISIONES

• Adopción de acuerdos

1. Los acuerdos se adoptan por asentimiento o por votación pública a mano alzada, a propuesta de su Presidente. En este último caso la toma de decisiones requiere la mayoría simple de sus miembros. En caso de empate el Presidente goza de voto de calidad.
2. Excepcionalmente, los acuerdos podrán adoptarse por votación secreta a petición de alguno de sus miembros. Siempre será secreta la votación referida a personas. Realizada una propuesta por el Presidente, se considerará aprobada la misma por asentimiento si ningún miembro solicita la votación ni presenta objeción u oposición a la misma.
3. Una vez anunciado el comienzo de una votación por el Presidente, ningún miembro puede interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando la votación.
4. No se puede votar ningún asunto que no figure expresamente en el orden del día, salvo que el Presidente lo proponga al inicio de la sesión, y sea declarada la urgencia del asunto por el voto favorable de la mayoría.

- **Actas**

1. El Secretario levanta acta de cada sesión que celebra la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información, en la que se especifica necesariamente los asistentes, el orden del día de la reunión, las circunstancias del lugar y tiempo en que se ha celebrado, así como el contenido de los acuerdos adoptados.
2. En el acta figura el acuerdo o acuerdos adoptados. Asimismo, a solicitud de los respectivos miembros de la Comisión de Calidad, se hace constar el voto contrario al acuerdo adoptado, su abstención y los motivos que la justifiquen o el sentido de su voto favorable. Cualquier miembro tiene derecho a solicitar la transcripción íntegra de su intervención o propuesta, siempre que aporte en el acto, o en el plazo que señale el Presidente, el texto que se corresponda fielmente con su intervención, haciéndose así constar en el acta o uniéndose copia a la misma.
3. Los miembros que discrepen del acuerdo mayoritario podrán formular voto particular por escrito en el plazo de cuarenta y ocho horas, que se incorporará al texto aprobado. Los votos particulares se limitarán a exponer las razones de la discrepancia.
4. Cuando los miembros de la Comisión de Calidad voten en contra o se abstengan, quedan exentos de la responsabilidad que, en su caso, pueda derivarse de los acuerdos, siempre que exista constancia de su voto particular.
5. Las actas se aprueban en la siguiente sesión, pudiendo no obstante emitir el Secretario certificación sobre los acuerdos específicos que se hayan adoptado, sin perjuicio de la ulterior aprobación del acta. En las certificaciones de acuerdos adoptados emitidas con anterioridad a la aprobación del acta se hace constar expresamente tal circunstancia.
6. Las actas se firman en la última página y al margen de cada una de las demás por el Secretario y son visadas por el Presidente. Las hojas se numeran correlativamente, a partir del número 1. Se archivan en la secretaría de la Comisión de Calidad bajo la responsabilidad del Secretario.
7. El Secretario remite una copia del Acta de cada sesión a todos los miembros de la Comisión de Calidad junto con la convocatoria de la siguiente sesión de la Comisión en la que haya de ser aprobada.
8. Cualquier miembro de la Comisión de Calidad que no esté de acuerdo con el contenido del Acta puede solicitar por escrito las modificaciones que considere oportunas. Quien haya actuado como Secretario en la sesión del Acta en cuestión puede rechazar motivadamente las modificaciones que se planteen, sin perjuicio del sometimiento a aprobación de las mismas.

- **Efectos de los acuerdos**

1. Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad tienen los efectos que le son propios en función de su contenido y de lo establecido en la normativa vigente. Dentro del marco del Sistema de Calidad del Grado de Publicidad, su principal objetivo consiste en mejorar los índices de calidad definidos en esta memoria.

2. Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad se elevan a la Junta de Facultad para su conocimiento y, en su caso, para su ratificación.
3. Su ejecución, en el marco del Sistema de Calidad del Grado de Publicidad, recae bajo la responsabilidad del coordinador del Grado el cual contará con la colaboración de los miembros expuestos al inicio de esta estructura del Sistema.

1.3. Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

SESIONES DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DEL CURSO 2012-2013

Durante el curso 2012-2013 la Comisión de Calidad celebró 4 sesiones cuyas fechas y resumen de sus contenidos y decisiones son los siguientes:

1. Sesión del 17 de enero de 2013

La presidenta informa sobre la necesidad de que se haga una reflexión autocrítica de los resultados de las encuestas de satisfacción en el Grado de Publicidad y RRPP.

Se dan orientaciones sobre la elaboración de las memorias de calidad y la mejora de las páginas web del Grado de Publicidad y RRPP.

2. Sesión del 31 de enero de 2013

La presidenta informa a la Comisión de Calidad de la dimisión del profesor Emilio García Fernández como Coordinador del Grado de Comunicación Audiovisual y propone por petición del Departamento responsable del título (Comunicación Audiovisual y Publicidad I) al profesor Rafael Rodríguez Tranche, lo que aprueba la Comisión de Calidad.

Del mismo modo se acepta la renuncia como coordinador del Grado de Periodismo del profesor José Ignacio Población Bernardo y se acepta su sustitución por el profesor Manuel Fernández Sande, ambos del Departamento de Periodismo IV. Tales nombramientos deberán ser aprobados en la Junta de Facultad convocada para el 14 de febrero de 2013.

La Comisión de Calidad también aprueba que se lleve a dicha Junta de Facultad la propuesta de nombramiento como Asesor Externo de esta Comisión del profesor de la Universidad Carlos III, Francisco Javier Galán Gamero.

El coordinador de Publicidad expone los datos iniciales de calidad y propone unas acciones de mejora. Considerando que los datos disponibles todavía no son consistentes se postponen las definiciones de acciones para la próxima sesión.

3. Sesión del 12 de febrero de 2013

La Comisión de Calidad revisa los borradores de las memorias de seguimiento del Grado de Publicidad y RRP que deberá aprobarse por la Junta de Facultad del día 14 de febrero de 2013 y remitirse ese mismo día a Rectorado. Se analizan los indicadores y se proponen las acciones de mejoran que constan en la Memoria.

4. Sesión del 8 de julio de 2013

La presidenta plantea la sustitución del profesor Luis García Tojar por el profesor José Antonio Ruiz Sanromán como *Coordinador del Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Política* a propuesta del departamento responsable, Sociología VI, lo que aprueba la Comisión de Calidad.

Se analizan los indicadores y las experiencias del Grado de Publicidad y RRP. A pesar de los todavía bajos índices de participación en las encuestas de satisfacción, la Comisión de Calidad entiende que la satisfacción global es buena, si bien se deberá involucrar más a los alumnos, al PAS y al PDI.

También se analizan las posibles causas de la escasa utilización de los buzones electrónicos (quejas y sugerencias).

Se informa sobre las mejoras emprendidas en el Grado de Publicidad y RRPP. y se analizan.

Se comunica que habrá sesiones informativas sobre el TFG en el mes de septiembre para los alumnos de Grado.

Se recuerda la obligación de nombrar el denominado Tribunal de Reclamaciones del Grado de Publicidad y RRPP, como se contempla en la normativa de Calidad.

• SUBCRITERIO 2: INDICADORES DE RESULTADO

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

INDICADORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

	Primer curso implantación	Segundo curso de implantación	Tercer curso de implantación	Cuarto curso de implantación
Plazas de nuevo ingreso	300	300	300	
Matrícula de	236	221	239	

nuevo ingreso				
Porcentaje de cobertura	79	74	80	

INDICADORES BÁSICOS DEL PROTOCOLO CURSA

TASA DE RENDIMIENTO	88
TASA DE ABANDONO	16
TASA DE EFICIENCIA DE LOS GRADUADOS	--
TASA DE GRADUACIÓN	--

INDICADORES ESPECÍFICOS DE LA UCM

TASA DE ÉXITO	94
TASA DE PREABANDONO	16
TASA DE DEMANDA GRADO 1ª OPCIÓN	93
TASA DEMANDA GRADO RESTO OPCIONES	
TASA DE DEMANDA MÁSTER	--
TASA DE DEMANDA MÁSTER RESTO OPC.	--
TASA PARTICIPACIÓN EN P. EVAL. DOC.	35,8
TASA DE EVALUACIÓN EN P. EVAL.DOC.	22,4
TASA DE EVALUACIÓN POSITIVA EN P. EVAL. DOC..	100
TASA DE MOVILIDAD DE GRADUADOS	--
TASA DE PERMEABILIDAD DEL TÍTULO	2025
SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS EXT.	5,3
SATISFACCIÓN CON LA MOVILIDAD	--
SATISFACCIÓN DE ALUMNOS CON TÍTULO	5,3
SATISFACCIÓN DE PROFES. CON TÍTULO	7,8

2.1.- Análisis de los Resultados Académicos.

El número de plazas ofertadas en los cuatro cursos implantados es algo inferior al indicado en el documento Verifica del Título (80% de la cobertura), dado que se buscaba que, a diferencia de la Licenciatura, el número de estudiantes en cada grupo en el aula fuera mucho más manejable y adecuado a la filosofía de la nueva metodología docente propia del EEES. De este modo, y al crear un grupo más por curso, se evitaban los 100 alumnos por aula reduciendo su cifra a una media de casi 80 (a los que después hay que sumar los alumnos que llegan por convenios Séneca y Erasmus). Esa pequeña disminución ha seguido en cada curso, para contener la desviación que luego producen el número de repetidores, más alta en el primer curso que en los siguientes.

El desfase se debe a la pérdida de recursos en profesores: Esta pérdida ha impedido mantener el número inicialmente ofertado de 300 disminuyendo el tamaño de los grupos como resulta conveniente según hemos explicado.

Suponiendo que se mantenga esta situación de falta de recursos en profesorado, la acción correctiva que se aplicaría consistiría en solicitar una modificación en la Memoria Verificada reduciendo el número de plazas ofertadas.

La satisfacción global de los alumnos con el título es relativamente alta con un dato de 5,3 lo que indica que, de forma global, se están cumpliendo los objetivos de satisfacción de los alumnos.

No obstante, para mejorar más este importante índice de calidad, se analizan en el apartado siguiente los desgloses que constituyen este índice y que permiten definir acciones concretas.

La tasa de rendimiento se sitúa en un 88% y la de éxito en un 94% lo que se considera unos índices muy aceptables.

La satisfacción de los profesores (7,8) es un índice, alto lo cual refleja un índice de calidad muy satisfactorio por su parte.

Además, el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas es un grado con un alto nivel de demanda como refleja el índice de demanda en primer lugar 93%. Este índice refleja claramente la “buena imagen” y la “buena reputación” del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid frente a otros grados, y posiblemente, frente al mismo grado en otros centros

Este dato, choca enormemente con uno de nuestros peores números, el de pre-abandono.

Antes de adentrarnos en los porcentajes relacionados con el profesorado, debemos subrayar que la satisfacción con la movilidad no ha podido ser medida. Estos índices no aplican hasta que el año que viene ya que solamente, los alumnos se encuentren en 4º de grado,

podrán optar por estos servicios y al momento de hacer las encuestas no han regresado de sus estancias de movilidad.

Respecto a la satisfacción con las prácticas existen dos cuestiones:

1.- En este grado NO SON OBLIGATORIAS.

2.- Las prácticas que pueden realizar voluntariamente a través de la Oficina del Rectorado (COIE) únicamente pueden comenzarse a partir de tercero, lo da como resultado que la muestra analizada sea pequeña.

El porcentaje de participación del profesorado en el programa de evaluación DOCENTIA durante el curso ha sido de un 36% de la plantilla, que debe ser considerado alto.

Para años siguientes, se propone como acción de mejora que el grado de participación del profesorado sea más elevado realizando las campañas necesarias de información y motivación para su participación

Por otro lado, el 100% de los docentes que sí han podido ser evaluados, han obtenido todos ellos una valoración positiva por parte del alumnado. Un dato excepcional.

Se ha desarrollado una adecuada difusión del programa formativo antes del periodo de matriculación, señalando los objetivos, competencias, resultados previstos...a través de la página web de la UCM, tanto de la global de grados, como de la específica:

<http://www.ucm.es/?a=documentos&d=0023263>

Se ha realizado el correspondiente material divulgativo/informativo para los alumnos, que se ha hecho circular por el Campus, tanto física como virtualmente:

<http://www.ucm.es/cont/estudios/docs/66.pdf>

Se han realizado los planes previstos de ingreso de estudiantes, incluyendo planes de acogida y tutela, así como la orientación formativa a los estudiantes; la orientación sobre salidas profesionales; recursos e infraestructuras de la titulación y finalmente, información general sobre la matrícula.

Se propone, en todo caso, como acción de mejora, profundizar en los planes de acogida y tutela, describiendo con mayor profundidad a los alumnos los recursos e infraestructuras disponibles.

Se han organizado Jornadas de Publicidad y de Creatividad, Jornadas de Comunicación y Salud, Jornadas de Planificación Estratégica y Conferencias de Comunicación de las Organizaciones aplicadas a distintas áreas (salud, emprendedores...) con asistencia de profesionales donde se ha informado a los alumnos sobre salidas profesionales así como nuevas demandas profesionales en destrezas y habilidades profesionales.

Los planes de acogida se realizaron como estaban previstos en primero y este segundo curso se ha orientado a los alumnos mediante las tutorías.

- **SUBCRITERIO 3: SISTEMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL TÍTULO COMPROMETIDOS EN LA MEMORIA DE VERIFICACIÓN.**

En este subcriterio se procede a analizar el estado de la implantación y resultados de los procedimientos contemplados para el despliegue del Sistema de Garantía Interno de Calidad que son los siguientes:

- 3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.
- 3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.
- 3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.
- 3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.
- 3.5.- Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).
- 3.6.- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los graduados y de su satisfacción con la formación recibida.
- 3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.

Los mecanismos de coordinación docente, tal y como se ha establecido en el Sistema de Interno de Calidad, se han articulado en diferentes niveles: por un lado la Comisión de Calidad del Centro, por otro lado el Consejo de Directores de Departamento y Secciones y, finalmente, la Comisión de Coordinación del Grado.

Los Departamentos y Secciones, a su vez, se coordinan a través de la figura del Director de Departamento y Secretario. Por otro lado, en cada departamento existe la figura del coordinador de grupos cuando la asignatura es impartida por varios profesores.

Es la Junta de Facultad la que ratifica todas las decisiones, las cuales han sido previamente aprobadas por la Comisión de Directores en función de los datos aportados por los propios directores, los cuales llevan a estas reuniones las decisiones que, a su vez, han sido aprobadas en sus respectivos consejos de departamento. De todo ello existe constancia en las actas de reuniones: de departamentos, de consejo de directores, de Comisión de Calidad de Centro y Grado y de Junta de Facultad.

El modelo de coordinación propuesto funciona correctamente: es muy transparente y democrático, permite la participación altamente representativa, es muy ejecutivo y eficaz.

3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

Se adjunta un análisis de la estructura y las características del profesorado, donde se describe el número de profesores con sus categorías docentes y porcentajes de doctores. Se observa que todo ello se ajusta a lo establecido en el criterio 6 de la Memoria Verificada y que se encuentra en consonancia con los objetivos del título.

Plantilla Docente de Publicidad y Relaciones Públicas	
Catedrático	16%
Titular de Universidad	31%
Titular Interino	6%
Titular de Escuela Universitaria	4%
Contratado Doctor	13%
Asociado	26%
Ayudante de Universidad	2%
Colaborador	2%
TOTAL	100.%

Por lo tanto, más de la mitad de los profesores son funcionarios doctores (16 Catedráticos de Universidad, 36 Titulares TU o TEU) y el resto son profesores contratados en las diversas categorías administrativas.

Entre los profesores de Publicidad y Relaciones Públicas, el 82,3% tienen el título de doctor, siendo el resto licenciados.

DOCTORES	79	84%
NO DOCTORES	17	16%
TOTAL	96	100

De este conjunto de profesores el 60,4% tiene una dedicación docente a tiempo completo.

Dedicación		%
TIEMPO COMPLETO	58	60
TIEMPO PARCIAL	38	40
TOTAL	96	100,0

Cerca de la mitad de esta plantilla tiene una experiencia docente superior a los diez años en las materias y especialidades que imparte. Del resto de los profesores cerca del 80%

tiene una experiencia docente de más de cinco años y sólo el 16,7% son profesores incorporados en los últimos cinco años.

Experiencia Docente		%
Más de 10 años	44	45,8
De 5 a 10 años	36	37,5
Menos de 5 años	16	16,7
Total	96	100,0

El número de catedráticos y profesores titulares es elevado, lo que se traduce también en un elevado número de sexenios (27) reconocidos por el CENEAI que avala su capacidad investigadora.

Pero se cuenta también con elevado número de profesores jóvenes, contratados y ayudantes, así como de asociados; esto es de especial importancia de cara al objetivo de coordinar el grado con el ejercicio de la profesión.

Así, la estructura docente es muy adecuada para los objetivos propuestos en la Memoria Verificada.

3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El índice de satisfacción con prácticas externas también es bajo pero se trata de las prácticas que realizan con el COIE, no específicas del grado, dado que éste no las contempla en la Memoria del Grado aprobado por ANECA.

El Grado de Publicidad y RRPP no contempla en su plan de estudios la realización de **prácticas externas**. Se entiende que la adquisición de los conocimientos prácticos, especialmente los referidos a los aspectos más técnicos y profesionales, no se adquieren exclusiva y forzosamente con el aprendizaje mediante prácticas externas realizadas en empresas profesionales. Por ello, las prácticas externas no están recogidas como créditos que ha de cursar el alumno dentro de la propuesta de módulos y materias que conforman el plan de estudios.

Sin embargo, tradicionalmente la Facultad de Ciencias de la Información facilita a los estudiantes interesados la posibilidad de hacer prácticas externas en empresas. Para ello, y con el fin de ceñirse a los cambios introducidos por las últimas modificaciones legales, se ha derivado al *Centro de Orientación e Información para el Empleo* (COIE) de la UCM la organización y el desarrollo de las mismas, por contar con todos los requisitos que marca el RD 1707/2011, de 18 de diciembre. Lo que ahorra y centraliza mejor los esfuerzos académicos y administrativos para su tratamiento y ordenación. La Facultad sigue

vinculada a esta actividad a través de los tutores que sustentan el programa de prácticas y es debidamente informada de las empresas que firman los convenios de colaboración para contar como becarios en prácticas con los alumnos del centro. Al tiempo que canaliza hacia el COIE las solicitudes de nuevas empresas que le van llegando.

En la actualidad hay convenios con más de 50 entidades adscritas a los grandes conglomerados mediáticos de publicidad, relaciones públicas y comunicación audiovisual existentes en nuestro país, y también con otras empresas menores que trabajan en el ámbito digital y en las nuevas redes sociales. Estas prácticas se llevan a cabo mediante la colaboración de una amplia variedad de medios de comunicación que operan en la Comunidad Autónoma de Madrid y en otras provincias. El requisito para los alumnos que deseen participar en estas prácticas es que estén matriculados en el Grado. Tienen preferencia los alumnos que hayan superado 120 ECTS. De este modo, se ayuda a que las estancias prácticas sean mejor aprovechadas por alumnos que disponen ya de un conocimiento adecuado para iniciarse en el ejercicio profesional.

Los alumnos que desean realizar prácticas externas se apuntan a la página Web del COIE. Allí pueden seleccionar las empresas que tienen prácticas ofertadas en su carrera. El COIE envía a las empresas los CV de los candidatos. Estas serán las que, en función del perfil indicado, hagan la selección final. Si así lo consideran adecuado, el alumno deberá antes de ser seleccionado acudir a una entrevista en caso de que la empresa lo preseleccione. La empresa designa un tutor para el estudiante que, junto al tutor nombrado por la Universidad, supervisará el desarrollo de las prácticas. Los profesores que tutorizan prácticas externas tienen establecido, al igual que con los grupos de docencia, unas tutorías semanales a las que pueden acudir los alumnos si tienen dudas o algún problema en la realización de su práctica. También están disponibles por teléfono o correo electrónico.

Los créditos reconocidos como ECTS extracurriculares son 3 por estancias de un mínimo de 3 meses en la misma empresa o institución (con una media de 5 horas por día de práctica y 5 días semanales). Estos créditos no figurarán con calificación. Para el reconocimiento, una vez terminada la práctica, será necesario presentar al tutor un informe final de la Empresa sobre el aprovechamiento del alumno y una memoria acerca de la labor realizada presentada por el estudiante.

Para más información, véase la página Web del COIE de la UCM (<http://www.ucm.es/coie>).

Hasta la fecha no se ha detectado ninguna deficiencia, señalada por parte del alumnado en la realización de sus prácticas, que invite al centro a cambiar el sistema. Cualquier problema menor ha sido resuelto satisfactoriamente por los tutores involucrados.

Para aquellas materias que precisan desarrollar la aplicación de los conocimientos mediante infraestructuras profesionales, la Facultad de Ciencias de la Información posee un número suficiente de platós, estudios de televisión, salas de sonido, laboratorios de fotografía, salas de edición y postproducción, estudios de radio, laboratorios de

informática y laboratorios de medios impresos (señalados con detalle en el apartado de recursos materiales y servicios).

Además de estos recursos, la Facultad de Ciencias de la Información, cuenta con un periódico *on-line* y una radio (que emite por Internet) propios en los que hacen prácticas nuestros alumnos de Licenciatura y Grado. Más adelante, cuando la actual crisis lo permita, el Centro no renuncia a poner en marcha una televisión y una productora propias de la Universidad Complutense de Madrid.

La gestión del uso y organización de la infraestructura indicada, corre a cargo de un grupo de Coordinadores, que cuentan con la ayuda de personal técnico y becarios de apoyo que asisten a los profesores y estudiantes en todo aquello que precisan.

Para los aspectos más teóricos de estas materias, así como las de otras cuya aplicación de conocimientos no requiere de unas prácticas con este grado de experimentalidad, el escenario para su desarrollo será diverso en función del recurso metodológico que desee aplicar el profesor en cada momento. Para los seminarios, grupos reducidos de trabajo, prácticas de campo, por ejemplo, se podrá contar con las mismas aulas de docencia que cuentan con un óptimo equipamiento audiovisual e informático.

El alumno, dispone de acceso a la herramienta del Campus Virtual donde el profesor aloja todo el material formativo relativo a la materia impartida. El Campus Virtual ofrece además una excelente posibilidad de realizar una enseñanza-aprendizaje activa y participativa entre el profesor y el estudiante, permitiendo una atención más personalizada para desarrollar un trabajo práctico en grupos más reducidos. La utilización de esta aplicación informática es casi generalizada entre el profesorado de Ciencias de la Información. La Universidad Complutense de Madrid, dispone de una unidad de apoyo para profesores y estudiantes que necesiten ayuda para la implantación y manejo de este sistema. La propia Facultad de Ciencias de la Información, cuenta además con un profesor Coordinador del Campus Virtual para atender a los docentes de una forma más próxima.

Por su parte, cada profesor es el responsable de organizar y gestionar sus grupos de docencia en relación al contenido y desarrollo de la parte aplicada y técnica de la materia que imparta. Los Coordinadores de las materias, los Departamentos, así como la Comisión de Garantía de Calidad del Título, velan por que dichos contenidos respondan a la adquisición de las competencias, habilidades y destrezas que ha de proporcionar a los estudiantes el Grado que aquí se presenta.

El sentido de todas las prácticas internas es que el estudiante pueda prestar atención a problemas y cuestiones relacionados con la materia/competencia, identificarlos, estudiarlos, debatir sobre ellos y proponer posibles soluciones. Se busca habituar al estudiante en la observación y el análisis crítico. Las prácticas más frecuentes –sin perjuicio de las que el profesor en cada momento considere más oportunas– analizan la aplicación a situaciones reales de las principales ideas de los autores clásicos, aplican los conceptos estudiados en clases teóricas y seminarios a la realidad inmediata que rodea al

alumno y contienen material multimedia ilustrativo de los conocimientos adquiridos durante el curso.

Es necesario mejorar los índices de participación en las encuestas, tanto del profesorado como del alumnado y del PAS. Se propone desarrollar una campaña de comunicación sobre este punto con todos los afectados (mediante envío mails). Se propone como acción de mejora en el apartado correspondiente de la memoria.

3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

Los programas de movilidad al alcance de los alumnos del Grado de Publicidad y RRPP son diversos, según sea el ámbito nacional o internacional. En el terreno nacional están disponibles las Becas SICUE-SÉNECA, compuestas por 10 convenios de intercambio de estudiantes firmado con Universidades españolas, con un total de 30 plazas compartidas con el resto de Grados de la Facultad. No es muy alta la solicitud de este tipo de becas por los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, ya que consideran que están en una de las mejores Universidades españolas, si no la mejor, por lo que no ven razón para irse a otra universidad española.

En cambio, el área internacional sí despierta un alto interés entre el alumnado, deseoso de formar parte del EEES con una experiencia directa. Estos programas se centran principalmente en las Becas LLP-ERASMUS. El número de acuerdos de intercambio de estudiantes y docentes aumenta cada año. Hay firmados convenios con centros especializados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de un total de 93 Universidades europeas (280 plazas). Además, el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la UCM mantiene otros programas de movilidad internacional, abiertos también a alumnos de Grado de toda la UCM, en otras universidades europeas, asiáticas, africanas, americanas y de Oceanía. Tales como: AEN/UTRECHT (modalidad dentro del LLP-Erasmus), MAUI/UTRECHT (modalidad dentro del LLP-Erasmus), UCM-IES WESLEYAN UNIVERSITY, UCM-UNIVERSIDAD DE CALIFORNIA, Becas Iberoamérica-Santander Universidades/UCM, Becas de Movilidad internacional Fórmula Santander para alumnos UCM, Convenios Internacionales, etc. Véase la relación de los mismos en <https://movilidadinternacionalucm.ucm.es/moveonline/cooperations/search.php? error=NoCookie>

Para gestionar estos programas con el enorme flujo de alumnos que puede generar, la Facultad cuenta con la Oficina de Movilidad Internacional (programa Erasmus y el resto de convenios internacionales), y la Secretaría de alumnos que se ocupa de los SICUE-SÉNECA. Ambas áreas disponen de su Coordinador, los titulares de los Vicedecanatos de Relaciones Internacionales (internacional) y de Estudiantes (nacional). La oficina de

Movilidad Internacional cuenta además con una Delegada de la Decana, que asiste a la actual Vicedecana de Relaciones Internacionales en el inmenso trabajo que origina la movilidad hacia y desde el extranjero. Cada año, y sólo en el programa LLP-Erasmus, salen cerca de 300 alumnos y entran un número en la misma proporción. En ese sentido, el flujo es equilibrado y, por tanto, rentable. Además, hay que sumar los trámites de los nuevos nominados para el curso siguiente y del resto del alumnado de los demás programas de movilidad internacional.

Los requisitos que han de cumplir los alumnos para participar en este tipo de programas es tener, al menos, el primer curso aprobado. Casi siempre se suelen solicitar durante el curso previo al de la estancia, si la beca es concedida. De este modo, los alumnos de 2º de Grado ya pueden pedir este tipo de movilidad para irse cuando cursen 3º o 4º curso. Las becas no son incompatibles entre sí, por lo que el estudiante puede concurrir a las diversas convocatorias. Pero si son coincidentes en el periodo académico, habrá de elegir solo una de ellas, renunciando, a favor de otro alumno, a las restantes obtenidas.

La Oficina de Movilidad Internacional y la Secretaría de alumnos asisten en todo momento a los estudiantes participantes en los diferentes programas de movilidad para que hagan en tiempo y forma, así como con la corrección necesaria, todos los trámites que se precisan. Se revisan todos los expedientes antes, durante y una vez finalizada la movilidad para que en todos los pasos que hay que dar el alumno cumpla siempre con lo requerido. No obviando, como es lógico, que los estudiantes tienen al tiempo su parte de corresponsabilidad. En este aspecto, hay un alto grado de efectividad a pesar del escaso personal con el que se cuenta para afrontar estos números de movilidad.

Información acerca de la convocatoria general, normas específicas del Centro (igual para todos los Grados, ya que se hace conjuntamente y no de forma separada), sistema empleado para adaptar las calificaciones que traen los alumnos y otras cuestiones de interés se encuentran disponibles en la página Web de la Oficina de Movilidad Internacional <http://ccinformacion.ucm.es/oficina-erasmus>.

El Vicerrectorado de Relaciones Internacionales pide a cada alumno participante en la movilidad, a través de un programa informático específico (*Moveon*), que envíe a su regreso una pequeña memoria de su experiencia. La mayoría arroja una valoración muy positiva. Los *contras* se centran fundamentalmente en la financiación de las becas, cada vez más escasas, que va más allá del ámbito académico que la Facultad puede abordar para mejorar. Los problemas de esta índole, que se han detectado al llegar a los Coordinadores las quejas de los alumnos, se han abordado por estos con las Universidades de destino de cada alumno, encontrando soluciones a las mismas en la menor brevedad de tiempo.

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

El método empleado para la obtención de resultados ha sido el desarrollado por el Rectorado por sus programas de calidad.

3.5.1.- Grado de satisfacción del PDI

El grado de satisfacción del PDI ha sido, en términos generales, muy aceptable. Los datos, resumidos, se exponen a continuación, junto con un análisis pormenorizado de cada ítem:

1. Su formación académica tiene relación con la/s asignatura/s que imparte 8,94

Se trata del índice más valorado. Es evidente que este aspecto, uno de los más relevantes de la calidad docente, es MUY satisfactorio.

2. Fondos bibliográficos para el estudio 7,06.

Este índice es también muy elevado. La biblioteca, videoteca, filmoteca y otros recursos bibliográficos y audiovisuales funcionan muy correctamente.

3. Se tiene en cuenta la formación del profesorado en la asignación de docencia 6,47

También un índice muy correcto. En las actuales situaciones de dificultades de dotación docente resulta especialmente bueno, dado que, en ocasiones, los profesores están sobrecargados de docencia o deben suplir sustituciones de compañeros o bajas no dotadas.

4. Distribución de la carga docente entre clases teóricas y prácticas 5,88

A pesar de la aceptable puntuación, este índice sería mejorable. Se trata de un problema de dotación económica, dado que es muy difícil conseguir el “desdoblamiento de los créditos” para poder distribuir adecuadamente la carga docente de prácticas. Se propone como acción de mejora la reflexión por parte de la comisión de calidad del centro sobre este aspecto para acercar el desdoblamiento de las asignaturas a las necesidades de prácticas.

5. Metodologías docentes 6,76

Un índice también aceptable.

6. Mecanismos de coordinación de esta Titulación 5,12

Este índice, a pesar de ser aceptable, es de los menos elevados. Parece que los mecanismos de coordinación podrían ser mejorados. Se propone como acción de mejora fusionar las distintas comisiones en una única comisión de centro que favorezca la agilidad y dinamismo de la coordinación. También se propone como acción de mejora realizar al menos una reunión al año con los directores de departamento que absorben mayor carga docente, por parte de los miembros que nombre la comisión de calidad del centro al efecto.

7. Apoyo del Centro en las tareas de gestión de la actividad docente 5,35

El índice es razonable, considerando de nuevo la presión por la falta de presupuesto.

8. Instalaciones y recursos didácticos para impartir la docencia 6,25

El índice es también razonable, pero mejorable. Posiblemente se trata de un cierto desconocimiento de algunos de los recursos e instalaciones disponibles entre algunos miembros del PDI. Se propone como acción de mejora enviar información a todo el PDI informando de las instalaciones y recursos disponibles.

9. Aprovechamiento de las tutorías por los/as alumnos/as 6,59

El índice es razonable y ha sufrido una clara mejoría respecto al año anterior.

10. Grado de implicación del alumno: 7,00

Este índice ha sufrido una clara evolución positiva desde el curso pasado (5,33). Se debe al mejor funcionamiento e implantación de la metodología nueva del Grado frente a la licenciatura.

11. Utilidad del Campus Virtual para la actividad docente 7,06

Índice muy positivo. No hay propuestas al respecto

12. Colaboración del PAS 7,00

Se trata también de un índice muy satisfactorio. No hay propuestas

13. Organización de los horarios docentes de las diferentes asignaturas 5,88

Considerando la dificultad en satisfacer las necesidades de todo el profesorado, la nota del índice es muy positiva.

14. Satisfacción con la actividad docente desarrollada 7,76

El valor global de la satisfacción con la actividad docente es muy positivo.

El análisis global es el siguiente: el PDI se encuentra satisfecha en general de su actividad y de la manera en la que se le encomiendan las diferentes actividades; en este sentido sólo hay cierta insatisfacción (no muy marcada) en los horarios.

Destaca la satisfacción en la relación con los alumnos y los PAS y en sentido contrario, una cierta insatisfacción con las instalaciones y recursos disponibles.

3.5.2.- Grado de Satisfacción de los alumnos.

1. Nivel de cumplimiento del horario de las clases diarias 7,95
2. Nivel de cumplimiento del horario de las tutorías 6,61
3. Nivel de cumplimiento de los programas de las asignaturas 6,68
4. Nivel de cumplimiento de los plazos de notificación de calificaciones 5,78
5. Grado de utilidad del Campus Virtual 6,17
6. Grado de utilidad de las tutorías presenciales 6,08
7. Los contenidos de las asignaturas están organizados 5,93
8. Nivel de solapamiento de contenidos entre asignaturas 5,60
9. Formación recibida en relación con las competencias vinculadas a la Titulación 5,76
10. Instalaciones para impartir la docencia (aulas de clase, salas de estudio) 4,18
11. Metodología docente del profesorado 5,8
12. Información disponible en la WEB del Centro 5,69
13. Canales para realizar quejas y sugerencias 4,65
14. Servicio Biblioteca 7,36
15. Distribución de tareas a lo largo del curso 5,57
16. Instalaciones y recursos de apoyo a la docencia (laboratorios, talleres, aulas de informática, proyectores) 4,08
17. Utilidad de los contenidos en la Guía Docente 5,04
18. Criterios de evaluación de las asignaturas 5,97
19. Satisfacción global con la Titulación 6,37
20. Movilidad (Sócrates/Erasmus, Séneca, etc.) 4,82
21. Prácticas externas o pre-profesionales 4,85

El índice peor valorado ha sido “Instalaciones y recursos de apoyo a la docencia” con 4,08, seguido de “Instalaciones para impartir la docencia” (4,18). Seguramente esto se debe a que los alumnos de primeros cursos emplean en menor medida las instalaciones tipo platós, multimedia, etc.

Los items 20 y 21, movilidad y prácticas externas, en realidad no aplican, dado que las prácticas no están regladas y la movilidad se produce a partir del curso siguiente.

El ítem 13 es también mejorable (Canales para realizar quejas y sugerencias). Dado que estos canales existen, se debe a un desconocimiento. Se propone diseñar un canal visible de “sugerencias en la Facultad”.

Finalmente destacar que el índice global de satisfacción con la titulación es de 6,37, lo cual es un dato razonablemente positivo.

El análisis de estos resultados permite concluir lo siguiente:

Los alumnos están muy satisfechos de los servicios de documentación (biblioteca, fonoteca, videoteca...).

También lo están con los sistemas de información, como la WEB del centro. Los criterios de evaluación, la asignación de tareas y las relaciones con el profesorado son también satisfactorias, lo que conduce a una puntuación elevada en la satisfacción global con el título.

Los puntos débiles son los programas de movilidad y el canal de quejas y sugerencias.

Como consecuencia de estos datos se proponen una serie de acciones de mejora que se explicitan al en los últimos apartados de esta memoria.

3.5.3 .- Grado de Satisfacción del PAS.

Los resultados de la encuesta, articulada en 17 preguntas, se podrían agrupar en 4 bloques:

Satisfacción “Promociona/carrera profesional” (planes de promoción, cursos de formación, etc.). La satisfacción en este bloque temático es la más baja.

Area de “comunicación”: es positiva con los alumnos, compañeros y profesores, pero algo menor con sus superiores jerárquicos y con la “estructura” .

Aspecto puramente profesional: mi superior organiza bien mi trabajo, tengo posibles sustitutos, soy competente en mi materia...Los índices aquí son excelentes.

Aspecto vinculado al “mobiliario/instalaciones” (las instalaciones son seguras, las instalaciones facilitan mi trabajo...), donde el resultado es medio/bajo.

El resultado global en satisfacción con su trabajo (ítem global 17) es muy buena: 3,5 sobre 5.

La acción de mejora que se puede proponer de forma realista (dado que, debido a la falta de recursos no se van a producir promociones de relieve) es la mejora de los canales de comunicación con la estructura de la UCM y con los responsables superiores de la UCM.

3.6.- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los graduados y de su satisfacción con la formación recibida.

No aplica al no existir graduados.

3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

El sistema de quejas y reclamaciones ha funcionado correctamente, en cuanto a las quejas; todas las quejas planteadas han sido resueltas por la comisión correspondiente del departamento y/o del rectorado.

Las quejas fueron recepcionadas por el Decanato y debidamente registradas. A continuación fueron enviadas al director del departamento. Éste, convocó a la Comisión de Reclamaciones nombradas por el Consejo de Departamento según los estatutos y presidida por el profesor Isidro Moreno.

La Comisión, siguiendo sus propios procedimientos, se reunió en tiempo y forma siendo convocada por el presidente. Todos los expedientes se resolvieron satisfactoriamente por unanimidad enviándose la debida comunicación al interesado. En ninguno de los casos se recibió una reclamación de desacuerdo contra la resolución por parte del alumno.

Las reclamaciones han sido mayoritariamente por desacuerdo con la calificación final del alumno. En todos los casos, se ha mantenido la nota propuesta por el profesor excepto en el caso de un alumno minusválido al que finalmente se le aprobó la asignatura.

De todos los resultados anteriores existen las correspondientes evidencias: la queja o reclamación original y el documento de tramitación así como el de la resolución.

Se ha aplicado el siguiente sistema de gestión de la calidad de quejas y reclamaciones:

Solicitudes, reclamaciones, sugerencias y observaciones:

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

Procedimiento de actuación: reclamaciones:

El análisis de este epígrafe se presenta en tres apartados:

A. Buzón de sugerencias

La Facultad de Ciencias de la Información tiene un Buzón de sugerencias. No ha sido muy utilizado por los estudiantes (tampoco por los profesores ni por el PAS) durante estos tres primeros años de implantación del Grado.

B. Sugerencias

No ha habido sugerencias manifestadas en las reuniones celebradas ni por ningún otro sistema de comunicación que obliguen a medidas concretas ni cambios.

C. Quejas y Reclamaciones

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

1. Las reclamaciones serán formuladas por el interesado mediante la presentación de una instancia, que se puede descargar de la Web del Centro o recoger en Información y Registro, dirigida a la Decana de la Facultad (presidenta de la Comisión de Calidad del Centro, encargada de la resolución de las quejas y reclamaciones). Habrá de contener sus datos personales, incluida una dirección de correo electrónico, el sector de la comunidad universitaria al que pertenece y su domicilio a efectos de notificación, y en el que se concretarán con suficiente claridad los hechos que originan la queja o reclamación, el motivo y alcance de la pretensión que se plantea, así como la petición que se dirige a la Comisión de Calidad del Centro. Al efecto, se ha habilitado en la web de la Facultad durante el curso 2013-14 un Buzón de quejas y reclamaciones (y también sugerencias) por cada Grado, al que atiende el Coordinador del mismo.

2. El Coordinador del Grado recibe las reclamaciones, quejas o sugerencias y envía el correspondiente acuse de recibo a los que hayan presentado el escrito. Esta notificación de acuse de recibo podrá efectuarse solamente a través de procedimientos electrónicos.

3. La Comisión de Calidad no admitirá las reclamaciones y observaciones anónimas, las formuladas con insuficiente fundamento o inexistencia de pretensión y todas aquellas cuya tramitación cause un perjuicio al derecho legítimo de terceras personas. En todo caso, comunicará por escrito a la persona interesada los motivos de la no admisión.

4. La Comisión de Calidad no entrará en el examen individual de aquellas reclamaciones sobre las que esté pendiente resolución judicial o expediente administrativo y suspenderá cualquier actuación si, en el transcurso de su tramitación, se iniciara un procedimiento administrativo o se interpusiera demanda o recurso ante los tribunales ordinarios. Ello no

impedirá, no obstante, la investigación de los problemas generales planteados en las reclamaciones presentadas. Admitida la reclamación, la Comisión de Calidad del Centro dará cauce a la misma para su oportuna investigación y resolución.

5. En dicho trámite, la Comisión de Calidad, según sea la naturaleza de la queja o reclamación, podrá trasladar la misma a la Sección o Departamento involucrado para que efectúe la correspondiente indagación o adopte el dictamen que le corresponde (véase por ejemplo las reclamaciones de calificaciones de las materias que los Departamentos tienen a su cargo). Igualmente puede contar con la Comisión de Grado para dicho cometido, si así lo estimase oportuno.

6. En la fase de investigación del procedimiento se realizarán las actuaciones pertinentes para comprobar cuantos datos fueran necesarios, mediante el estudio de la documentación precisa, y la realización de entrevistas personales si el caso se prestara a ello. Al tiempo, podrán recabarse los informes externos que sean convenientes.

7. Una vez concluida la investigación o adoptado el dictamen oportuno, por la Sección o Departamento afectado o la Comisión de Grado, se remitirá a la Comisión de Calidad su actuación en relación con la queja o reclamación que ésta envió inicialmente. La Comisión de Calidad, si entiende que con ello se da solución a la queja o reclamación, notificará su resolución a los interesados y la comunicará al órgano universitario afectado, con las sugerencias o recomendaciones que considere convenientes para la subsanación, en su caso, de las deficiencias observadas.

8. Al igual que con el acuse de recibo, el Coordinador del Grado de Publicidad y RRPP será el encargado de hacer llegar a los interesados el fallo adoptado por las instancias intermedias y la Comisión de Calidad, pudiendo hacerlo únicamente a través de procedimientos electrónicos.

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

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

Las pocas reclamaciones que se reciben proceden en su mayoría de estudiantes disconformes con la calificación obtenida y siguen el cauce anteriormente señalado. Aunque este bajo índice puede considerarse una manifestación del buen funcionamiento

del Grado, se está trabajando en difundir el sistema de Quejas y Reclamaciones para que todo el alumnado conozca su existencia y funcionamiento.

- **SUBCRITERIO 4: TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO.**

4.1.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación del Título, realizado por la ANECA, para la mejora de la propuesta realizada a nivel de la UCM.

No aplica.

4.2.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Seguimiento del Título, realizado por la ACAP, para la mejora del Título.

Se han corregido las inadecuaciones especificadas en la Evaluación realizada por la ACAP-GATACA 2013 (Expediente 672).

- Las mejoras se han realizado, en este sentido, en los siguientes aspectos:
- En la descripción del título se ha hecho más accesible y amigable la información mejorando su accesibilidad desde la web. Aclarando también la información sobre transferencia y reconocimiento de créditos en la web. La información sobre adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores ha sido también mejorada.
- En cuanto a la planificación de las enseñanzas: se ha presentado en la web el calendario de implantación del título así como la descripción de módulos y materias y su secuencia temporal y adecuación a la adquisición de competencias.
- Se han incluido las guías docentes de las asignaturas en la web.
- Se incluyen los enlaces donde se encuentran los convenios de prácticas externas del COIE así como de intercambios de estudiantes.
- Respecto al SIGC se expone en qué medida las decisiones afectan al grado de Publicidad y cómo se articulan éstas para el grado.
- Se realiza un análisis reflexivo de los indicadores CURSA y UCM así como de los sistemas para la mejora de la calidad, especialmente sobre la coordinación docente,

especificándose los mecanismos y procedimientos de coordinación, realizando una reflexión sobre la eficacia del modelo establecido y valorando las actuaciones realizadas, dando cuenta de las acciones emprendidas.

- Se realiza una explicación del ajuste de la plantilla a las necesidades del grado, argumentando su madurez científica e investigadora y sus recursos pedagógicos, combinados con la juventud de profesores asociados y sus relaciones con empresas del sector.
- Se realiza un análisis reflexivo de la satisfacción de los diferentes colectivos y se profundiza cualitativamente y estudiando relaciones de causalidad en el análisis de quejas y debilidades y fortalezas del sistema.

4.3.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Comisión de Calidad de las Titulaciones de la UCM, para la mejora del Título.

Se han corregido las deficiencias encontradas en el informe de auditoría interna de la UCM de fecha Junio de 2012, esencialmente idénticos a los expuestos en el epígrafe anterior.

El informe de la Comisión de Calidad de la UCM añadía una recomendación no presente en el informe de la ACAP: incluir en la Comisión de Calidad un agente externo, el cual ya ha sido incluido, tal y como se describió en la tabla de composición de la Comisión (Pro. Javier Galán de la Universidad Carlos III de Madrid).

4.4. Se han realizado las acciones de mejora planteadas en la Memoria de Seguimiento anterior, por la Junta de Centro, para su desarrollo a lo largo del curso 2012-2013.

- 1.-Se ha impulsado la participación en las encuestas del rectorado entre el PDI, PAS y alumnos mediante campaña mail de comunicación
- 2.- Se ha trasladado los resultados de las encuestas de satisfacción de esta memoria a los directores de los departamentos presentes en la Junta (el 100%), para que ellos lo canalicen a sus departamentos.
- 3.-Se ha diseñado un canal de sugerencias para los alumnos visible y eficaz a través de la web.
- 4.-Se han fusionado las comisiones de coordinación de los grados
- 5.- Se ha informado al PDI de las instalaciones, materiales disponibles.
- 6.-Se ha profundizado en las acciones de acogida de los alumnos, modificando la estructura del acto de acogida e incluyendo a las asociaciones de alumnos a participar en el acto como ponentes, explicando sus experiencias y la dinámica de la Facultad a los alumnos de nuevo ingreso.

- **SUBCRITERIO 5: MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

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

5.1.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones sustanciales realizadas.

No aplica

5.2.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones no sustanciales realizadas.

No aplica

- **SUBCRITERIO 6: RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.**

- Profesorado de gran calidad demostrada por oposiciones (titulares, catedráticos), tramos de investigación, convenios de investigación (art. 83) y publicaciones. Esta fortaleza permite que los alumnos adquieran conocimientos sólidos y profundos de las materias y también que desarrollen unos conocimientos explicados por expertos sobre procedimientos de investigación tanto aplicada al sector de la Publicidad y las RRPP. como investigación básica aplicada al área de conocimiento.
Por otro lado, el hecho de que estos profesores cuenten con contratos de art 83 permite a los alumnos conocer de primera mano actividades desarrolladas en el entorno “real” del área de trabajo y estar en contacto con los protagonistas profesionales del sector.
- Profesorado asociado de gran capacidad muy vinculado al sector de la publicidad y las RRPP. Esta fortaleza es de gran importancia: permite al alumno establecer contactos directos con el sector profesional, comprender la actividad real y cotidiana de su disciplina e incluso hacer “networking” con sus propios profesores.
- Organización de gran número de actividades formativas tipo Jornadas, Seminarios, Talleres... con asistencia de profesionales del sector. Esta fortaleza abunda en las

ventajas señaladas anteriormente en cuanto al contacto con la práctica real de la profesión.

- Instalaciones de prácticas (específicas del grado) de muy alto nivel: platós de rodaje publicitario y fotografía publicitaria, salas multimedia para edición, diseño gráfico, *social media*. Esta fortaleza es muy importante, dado que proporciona al alumno la capacidad para realizar muchas prácticas internas de gran calidad, disponiendo de la mejor y más moderna infraestructura.
- Biblioteca de Publicidad y RRPP muy completa y con acceso electrónico a todas las grandes revistas del sector, tanto aplicadas como de investigación. El grado de Publicidad y RRPP posee una de las mejores bibliotecas de España. La ventaja que este supone para los alumnos es evidente: disponen de libros, revistas especializadas, revistas científicas, DVD, etc. de la mejor calidad. Adicionalmente, todos ellos tienen acceso directo a la biblioteca digital, donde encuentran una completísima base de datos.
- La UCM goza de una gran reputación tanto en España como en Latinoamérica y Europa. La ventaja que esto aporta es muy relevante, dado que el prestigio de una Universidad prestigia también a su Grado y a los estudiantes que lo cursan, facilitándoles el acceso al entorno laboral.

- **SUBCRITERIO 7: ENUMERACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES ENCONTRADOS EN EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO, ELEMENTOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL SGIC QUE HA PERMITIDO SU IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS DE LAS CAUSAS Y MEDIDAS DE MEJORA PROPUESTAS INDICANDO EL ESTADO DE LAS MISMAS.**

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

La baja participación en las encuestas es un punto débil crucial, dado que si no se cuenta con el dato de satisfacción falta un elemento importante de mejora.

Este es el principal punto débil en el que es necesario concentrar los esfuerzos para desarrollar adecuadamente un plan de gestión de calidad (ver propuesta punto siguiente). El sistema de información del SGIC han sido las encuestas, concretamente el índice de participación.

7.2. Análisis del Plan de acciones y medidas de mejora desarrollado a lo largo del curso 2012-2013 con la descripción de la efectividad de las mismas y Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar durante el próximo curso académico 2013-2014 o posteriores, en su caso.

1.- Análisis del Plan de acciones y medidas de mejora desarrollado.

Las acciones y medidas de mejora desarrolladas a lo largo del Curso 2012-13 y sus resultados e índices de eficacia han sido las siguientes:

1. En cuanto a la planificación de las enseñanzas se ha presentado en la web el calendario de implantación del título así como la descripción de módulos y materias y su secuencia temporal y adecuación a la adquisición de competencias. También se han incluido las guías docentes de las asignaturas en la web.
2. Se incluyen los enlaces donde se encuentran los convenios de prácticas externas del COIE así como de intercambios de estudiantes.
3. La descripción del título se ha hecho más accesible y amigable la información mejorando su accesibilidad desde la web. Aclarando también la información sobre transferencia y reconocimiento de créditos en la web. La información sobre adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores ha sido también mejorada.

Los resultados de estas tres acciones se han traducido en una mayor aceptación del acceso al grado por parte de los alumnos de nuevo ingreso, con una mejor valoración de la información recibida.

4. Se ha realiza un análisis de los indicadores y de los sistemas para la mejora de la calidad, especialmente sobre la coordinación docente, especificándose los mecanismos y procedimientos de coordinación, realizando una reflexión sobre la eficacia del modelo estableció y valorando las actuaciones realizadas, dando cuenta de las acciones emprendidas.

Con ello se han mejorado los mecanismos de coordinación docente y los protocolos de calidad, tales como: los sistemas de quejas y reclamaciones, la información proporcionada al alumno de ingreso, la mejora de los materiales disponibles para prácticas, etc.

5. Se ha impulsado la participación en las encuestas del rectorado entre el PDI, PAS y alumnos mediante campaña mail de comunicación.

Como consecuencia ha aumentado el grado de participación respecto a años anteriores.

6. Se ha trasladado los resultados de las encuestas de satisfacción de esta memoria a los directores de los departamentos presentes en la Junta (el 100%), para que ellos lo canalicen a sus departamentos.

7. Se ha diseñado un canal de sugerencias para los alumnos visible y eficaz a través de la web.

Como resultado, los alumnos conocen ahora con precisión la manera de realizar esta conducta.

8. Se han fusionado las comisiones de coordinación de los grados.

Como resultado: mayor simplicidad del procedimiento y más eficacia en la toma de decisiones.

9. Se ha informado al PDI de las instalaciones, materiales disponibles. El indicador correspondiente del cuestionario de satisfacción ha mejorado respecto a años anteriores.
10. Se ha profundizado en las acciones de acogida de los alumnos, modificando la estructura del acto de acogida e incluyendo a las asociaciones de alumnos a participar en el acto como ponentes, explicando sus experiencias y la dinámica de la Facultad a los alumnos de nuevo ingreso. El resultado ha sido muy satisfactorio: los alumnos han conocido mejor desde el inicio a los interlocutores del grado y a las asociaciones de alumnos, así como los diferentes servicios y mecanismos del grado y de la facultad.

2. Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar durante el próximo curso académico 2013-2014 o posteriores, en su caso.

1. Conseguir una mayor armonización entre las distintas materias que integran el Grado a través de reuniones con los coordinadores de asignaturas.
2. Mejora de las guías docentes: concreción de competencias, definición precisa de bibliografía (actualizada) y temario bien definido.
3. Mejorar la colaboración conjunta de todos los docentes y departamentos implicados, para adecuar aquellas materias que implican el conocimiento aplicado de herramientas técnicas. Consiste en: trazar un plan gradual y coordinado para evitar lagunas o solapamientos. Impulsar las relaciones con los profesionales y las agencias.
4. Mejora de las instalaciones de prácticas: Plató de prácticas de Publicidad y equipamiento multimedia de maquetación y “social media” (herramientas de monitorización, diseño de webs, etc.)
5. Potenciar las prácticas externas a través del COIE con empresas del sector.
6. Mejorar la participación de los alumnos en el Cuestionario de Satisfacción realizando intervenciones personales en las clases a través del profesor, explicando el procedimiento para realizarlas.
7. Mejorar la participación de los profesores en el Cuestionario de Satisfacción diciéndolo en los Consejos de Departamento y explicando la metodología.
8. Mejorar la participación de los PAS en el Cuestionario de Satisfacción a través de la Gerencia de la Facultad.
9. Implementar un sistema propio de medida de la satisfacción de los alumnos mediante técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa con el fin de obtener el “insight del consumidor” para desarrollar futuros planes de mejora.

Todas estas acciones de mejora se plantean para ser desarrolladas entre el 2013 y 2015.

Memoria aprobada por la Junta de Centro el día 14 de febrero 2013.