



## ANEXO III. ESTRUCTURA DEL AUTOINFORME GLOBAL DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS *(Extensión máxima recomendada 20-25 páginas)*

### AUTOINFORME GLOBAL DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN

#### Datos de Identificación del Título

UNIVERSIDAD:	
ID Ministerio	2501985
Denominación del título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Curso académico de implantación	2009-2010
Web del centro/École de Posgrado	<a href="http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/">http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/</a>
Web de la titulación	<a href="http://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas">http://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas</a>
Convocatoria de renovación de acreditación	2014
Centro o Centros donde se imparte	Facultad de Ciencias de la Comunicación

#### I. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

**Criterio 1:** *El título proporciona la información pública suficiente y relevante de cara al estudiante y a la sociedad.*

##### Análisis

- Se presentan a continuación el conjunto de evidencias que responden a este criterio. Así mismo aquellas que sustentan las fortalezas, logros y debilidades detectadas en este sentido, como también las decisiones de mejora adoptadas para tales fines.

##### 1. Difusión Web y otras acciones de difusión y publicidad del título:

En la web de la Universidad de Málaga se puede acceder a toda aquella información concerniente a la titulación, <http://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>. Asimismo, en la web del centro, <http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/> (que está adaptada a la normativa UMA, que recientemente ha unificado las webs de las distintas facultades en cuanto a estructura de contenidos e imagen corporativa) se incluye toda la información actualizada y completa sobre el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, siguiendo las directrices de la Universidad.

Además de la publicación y actualización constante de la web, a las vías de comunicación tradicionales (tablones), se une también un sistema más innovador: el decanato del centro pone en marcha cada curso la Sala de Estudiantes de Ciencias de la Comunicación del Campus Virtual. Es una herramienta que permite proporcionar información inmediata al alumnado, al poseer un foro que envía automáticamente mensajes al correo electrónico de cada estudiante. Este sistema permite incluso la retroalimentación ya que el/la estudiante puede responder a los mensajes. Tienen privilegios de acceso para publicar en él todos los integrantes del equipo decanal y la jefa de Secretaría. Se emplea sobre todo para reforzar la información administrativa publicada en la



web (plazos, procedimientos, etc.) así como para aportar informaciones sobre actividades complementarias (conferencias, seminarios, muestras y festivales, concursos, etc.) o hacer avisos urgentes como puedan ser cambios en algún aspecto organizacional (horarios, asignación de espacios...).

La información a otros públicos de interés como el PDI y el PAS se realiza también desde listas de distribución de correo electrónico. En ocasiones se difunde información no sólo entre públicos internos sino externos, con el envío de comunicados de prensa a los medios desde el Gabinete de Comunicación del centro.

Este grado participa cada año en las acciones denominadas Destino UMA, en las cuales se desarrollan acciones dirigidas a estudiantes preuniversitarios. Como es el caso de las Jornadas de Puertas Abiertas, Visitas al Centro y Mesas Redondas de Decanos, se le da a conocer al potencial alumnado toda aquella información concerniente al grado. Con el fin de que la decisión de elección de formación, no solo esté respaldada por la motivación, sino también por una completa información sobre el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

También es importante destacar que a principios de curso tiene lugar un acto de bienvenida para alumnado de primer curso. En el cual se les ayuda a profundizar en la dinámica del centro y del grado.

## 2. Tipo de informes disponibles, normativas y reglamentos:

El apartado de Normativa de la web (incluido en el de Secretaría) está disponible la normativa de la UMA así como la del propio centro (<http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/13391/Normativa/>). El apartado de Calidad de la web se incluye la Composición Comisión de Garantía de Calidad (CGC), las Actas de la CGC, la Memoria Anual de Resultados del SGC, Informes de Seguimiento de Grado, Reglamento de la CGC, Manual del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro, Política de Calidad, Política de Personal Académico y de Personal de Administración y Servicios, Gestión de quejas y sugerencias y Procesos generales del Sistema de Garantía de la Calidad.

## 3. Mecanismos de actualización de la información relativa a: calendarios, guías docentes, organización docente, actividades formativas, prácticas, horarios, listado de centros de prácticas,....:

La Junta de Centro anualmente aprueba el horario de los cursos y las guías docentes pertenecientes a las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Esta información es actualizada en la página web del centro, la cual redunda como vehículo de difusión pública a los grupos de interés. En el caso de necesitar incluir algún tipo de modificación, esta se comunica desde el Vicedecanato de Ordenación Académica, en consecuencia se actualiza la información en la web. Además, se hace uso del envío de avisos a través del foro de la Sala de Estudiantes del Campus Virtual para poner en conocimiento inmediatamente a los estudiantes de estos cambios.

## Fortalezas y logros

Una vez realizada la adaptación para que el mantenimiento de la web se realice a través del gestor de contenidos de la UMA, el proceso de actualización de información se ha agilizado. No se depende de un web master, ya que las tres personas que en su día realizaron el cursillo para aprender a utilizarlo (la jefe de Secretaría, la vicesecretaria y la coordinadora de Gabinete de Comunicación del centro y un becario FPDI, familiarizado con este entorno, como apoyo) pueden realizar las modificaciones necesarias con la rapidez y efectividad necesaria para disponer de la información adecuada.

- Para informaciones más inmediatas sin dependencia de la demanda del receptor en su búsqueda, el foro de estudiantes del Campus Virtual se ha revelado como una herramienta de gran utilidad. Permite que tras realizar una actualización se envíe un recordatorio con el enlace para consultarla o se haga llegar un aviso urgente que de cuenta de la actualización de información efectuada.

#### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- El hecho de que para gestionar los contenidos de la web se requiera el conocimiento de una herramienta concreta, supone que, en el futuro, si hay cambios en el personal que se ocupa de ello, las personas futuras encargadas de hacerlo deberán realizar un cursillo o ser mínimamente instruidas en su manejo.
- El caudal de informaciones a incluir en la web o en el foro de estudiantes del Campus Virtual es abundante y procede de diferentes fuentes. Por ello, se ha optado por canalizarlo desde Secretaría para las cuestiones administrativas y desde la Vicesecretaría-Gabinete de Comunicación para otros contenidos.
- En ocasiones se ha debatido en Junta de Centro la posibilidad de emplear las redes sociales digitales de uso común entre el alumnado (Twitter, Facebook) para que la información llegase inmediatamente. Pero esta opción conlleva varios inconvenientes como: emplear en una institución pública herramientas dependientes de empresas bajo sus condiciones; la necesidad de contar con una persona encargada exclusivamente de gestionar estas herramientas adecuadamente (community manager); depender de que el/la estudiante se haga voluntariamente "seguidor" y que además participe de una manera respetuosa. Finalmente se optó por utilizar el foro de estudiantes de Campus Virtual como "red social", ya que todo el alumnado matriculado tiene acceso automático a él y el hecho de encontrarnos en un entorno académico –con el ajuste que eso supone en la actitud a la hora de participar- resulta más perceptible, lográndose igualmente el objetivo de comunicar de manera inmediata y eficaz.

## II. INFORMACIÓN RELATIVA A LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE LA CALIDAD Y DE SU CONTRIBUCIÓN AL TÍTULO

*Criterio 2: El título posee un Sistema de Garantía de Calidad (SGC) determinado e implementado con los mecanismos necesarios para obtener la información sobre el desarrollo de la implantación del título y orientado a la mejora continua.*

### Análisis

- Se presentan a continuación el conjunto de evidencias que responden a este criterio. Así mismo aquellas que sustentan las fortalezas, logros y debilidades detectadas en este sentido, como también las decisiones de mejora adoptadas para tales fines.

#### 1.- Breve reseña de aspectos significativos, decisiones y cambios en la aplicación del SGC.

El Sistema de Garantía de la Calidad (SGC) del Centro, aplicable al título, se diseñó siguiendo las directrices del Programa AUDIT de la ANECA. El SGC se compone de dos Manuales: Manual del Sistema de Garantía de la Calidad y Manual de Procedimientos del Sistema de Garantía de la Calidad. El Manual de Procedimientos del SGC se compone de los siguientes procedimientos: PE01 a PE06, PC01 a PC14 y PA01 a PA12.

La planificación y el diseño del sistema se desarrolló desde finales de 2008 hasta finales de 2009. Dicho cometido lo llevó a cabo una comisión de garantía de calidad propia del centro que trabajó bajo la supervisión y apoyo del Vicerrectorado de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social de la Universidad de Málaga. La Comisión de Garantía del Centro terminó la elaboración del mismo el 28/10/09 y lo remitió completo al Vicerrectorado para su revisión definitiva. El Vicerrectorado dio el visto bueno el 29/10/09 y la Junta de Centro de la Facultad lo aprobó el 19/11/09.

La ANECA evaluó el diseño del sistema favorablemente en marzo de 2010, fecha a partir de la cual

comienza su despliegue.

Se inicia la implantación en el curso (curso 2009/2010). Anualmente se ha realizado una Memoria de Resultados del SGC cada curso habiéndose completado, hasta la actualidad, un total de cuatro. Las citadas memorias se encuentran editadas en difusión pública en la página web <http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/71163/memoria-anual-de-resultados-del-sgc/>

La documentación del SGC se encuentra en la aplicación informática (ISOTools) a la que tiene acceso todos los miembros de la Comisión de Garantía de la Calidad del Centro, lo que ha facilitado el trabajo a la hora de realizar las Memorias y los Informes de Seguimiento de Grado.

### **2.- Grado de cumplimiento en el despliegue e implantación de todos los procedimientos incluidos en la Memoria de Verificación.**

Se está cumpliendo el calendario oficial según la Memoria de Verificación. En las revisiones anuales que realiza la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, se elabora una Memoria Anual de resultados. En dicha Memoria se analizan los resultados de los indicadores, los procedimientos del Centro, los objetivos y acciones de mejora, asimismo se valoran los logros alcanzados por los títulos.

### **3.- Contribución y utilidad de la información del SGC a la mejora del título.**

La realización de la Memoria y de los Informes de Seguimiento permite un análisis de la situación de cada uno de los títulos del centro. Las encuestas realizadas por alumnos y profesores arroja una información valiosa que contribuye a realizar correcciones en pos de la mejora de los títulos. En el Sistema de Garantía de la Calidad del Centro (SGC) está establecido que anualmente se revisará el Sistema y se analizarán los resultados alcanzados. Esta revisión se refleja en la Memoria de Resultados del SGC. Además, se analiza el cumplimiento de objetivos, el desarrollo de las acciones de mejora y se definen los nuevos objetivos y acciones de mejora para el siguiente curso académico.

### **4.- Valoración de la dinámica de funcionamiento de la Comisión de Garantía Interna de la Calidad y cambios significativos.**

Para el cumplimiento de sus funciones la Comisión de Calidad del centro se ha reunido durante el curso 2013-2014 en cuatro ocasiones, 13 de mayo, 4 de octubre, 8 de noviembre, 19 de marzo y el curso 2014-15 los días 7 de noviembre, 12 de diciembre y 8 de enero. Las actas se pueden encontrar en la página web de la Facultad, en el apartado correspondiente de Calidad (<http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/71159/actas-comision-garantia-de-calidad/>), así como en la aplicación informática dispuesta por la UMA (ISOTools).

### **5.-Disponibilidad de gestor documental o plataforma interna: valoración del uso y aplicabilidad de la misma.**

En el año 2011 se trasladó toda la información del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro a la herramienta informática (ISOTools), lo que permitió agilizar la gestión de este Sistema. En la plataforma gestionada por el Servicio de Calidad de la UMA y por la Comisión de Calidad del Centro (que sube las actas y memorias), está toda la información para que la Comisión desarrolle su labor. Lo que permite una gestión más efectiva y rápida en la redacción de las Memorias y de los Informes de Seguimiento.

### **6.- El título cuenta con un plan de mejora explícito cuyo seguimiento le permite confirmar el adecuado desarrollo del título.**

El diseño de las acciones de mejora, recogidas en las Memorias Anuales de Resultados del SGC del Centro, se definen a partir del análisis de los resultados de los indicadores.

Las acciones de estos años se han orientado a impulsar un mayor conocimiento del SGC en el Centro y potenciar el trabajo de los Coordinadores de Grado (que participan en la CGC como

vocales de las titulaciones), así como los representantes de los Master del Centro. La implicación y el trabajo de los coordinadores de Grado ha sido indispensable para el adecuado desarrollo del título. Las acciones de mejora se planifican en sus correspondientes fichas de Isotools, constituyendo los Planes de mejora.

**7.- Las modificaciones para la mejora del título surgen del análisis y las revisiones llevadas a cabo desde los procedimientos del SGC.**

En estos primeros años se ha trabajado en dos direcciones: un mejor conocimiento del SGC y una mayor implicación de los coordinadores de Grado y de Master en el seguimiento del desarrollo de los títulos. Los resultados de las encuestas han incidido en acciones para la mejora. Una vez terminada la transición de los Grados y Masters se propondrán cambios en las titulaciones para una mejor adaptación de los mismos a las necesidades que se van generando y constatando.

**8.- Valoración del cumplimiento de las acciones para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el informe de verificación, en los informes de modificaciones y/o en las propuestas de mejora derivadas del proceso de seguimiento.**

En líneas generales las acciones de mejora han apoyado el cumplimiento de las Memorias de Verificación de los títulos, la actuación de la Comisión trabaja con esta orientación. La valoración de los logros que se están alcanzando y el análisis de los indicadores han sido tenidos en cuenta en la planificación de mejora.

**Fortalezas y logros**

- Se ha cumplido estrictamente con el calendario en la elaboración de Memorias anuales de Resultados del SGC y reuniones de la comisión.
- Valor de los indicadores de las Memorias de Resultados del SGC para la elaboración de los Informes de Seguimiento del Título.
- Apoyo institucional por parte del Servicio de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social. La asesoría técnica del Servicio es fundamental para el desarrollo de las actividades de los Sistemas de Garantía de Calidad en los Centros.
- Disponibilidad de la información en la plataforma informática ISOTools, lo que agiliza la actividad en la aplicación del SGC y de la labor de la Comisión.

**Debilidades y áreas de mejora adoptadas**

- Existe la necesidad de fomentar un mayor conocimiento del SGC entre los miembros de la comunidad universitaria del centro. Hemos detectado la necesidad de tener una mayor participación por parte de los grupos de interés en las encuestas y acciones propuestas.
- La puesta en marcha en el curso 2014-2015 del proceso de actualización de los procedimientos del Sistema de Garantía de Calidad permitirá una mejor adecuación de los procedimientos a las titulaciones del Centro.
- Revisión del Sistema de los procedimientos que conforman el Manual de Procedimientos, se están realizando las actualizaciones en una primera fase. Los procedimientos PC04, PC05, PC11 y PC14 están en fase de revisión a la espera de pasar por Junta de Centro. Se seguirá trabajando en los demás procedimientos y en su actualización.

### III. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

*criterio 3: El diseño de la titulación (perfil de competencias y estructura del curriculum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo de Grado/Máster.*

## Análisis

- Se presentan a continuación el conjunto de evidencias que responden a este criterio. Así mismo aquellas que sustentan las fortalezas, logros y debilidades detectadas en este sentido, como también las decisiones de mejora adoptadas para tales fines.

El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, cuenta con la Memoria de Verificación, aprobada 7 de noviembre de 2011, la cual se encuentra disponible en la web site del centro: <http://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>.

### **1. Breve reseña de los principales cambios y modificaciones adoptados en relación a la Memoria de Verificación y atención de las recomendaciones recibidas.**

El informe de verificación del título, de fecha 07/11/2011, de acuerdo con el procedimiento, se remitió una propuesta de informe provisional a la Universidad, la cual a su vez envió las observaciones oportunas. Una vez finalizado el periodo de observaciones, la Comisión de Evaluación, en nueva sesión emite in informe de evaluación Favorable.

Se hace constar que no se han realizado informes de modificación del título de Publicidad y Relaciones Públicas. Pero sí ha existido un cambio que ha afectado a todos los grados de la UMA: la Resolución 2475 de 6 de febrero de 2013 de la Universidad de Málaga, publicada en BOE el 5 de marzo de 2013 incorpora en el Plan de Estudios que con carácter previo a la expedición del correspondiente título universitario oficial de Graduado, los estudiantes deberán acreditar el conocimiento de un segundo idioma, distinto del castellano y de las demás lenguas españolas cooficiales, en el nivel B1 como mínimo, según lo estipulado en el Marco Europeo Común de Referencia para las Lenguas.

Se deja constancia, que el informe de seguimiento de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Málaga para los cursos 2012/2013 y 2013/2014 que emite la Comisión de Seguimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas (Agencia Andaluza del Conocimiento), tiene fecha de 26 de enero de 2015 y fue distribuida a la coordinación del Grado el 26 de enero de 2015. Estos plazos han impedido aplicar modificaciones sobre alguno de los aspectos mejorables, aunque es importante destacar que un alto número de las observaciones que contiene el citado informe, ya fueron contempladas anticipadamente por este Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Recomendaciones planteadas por la Comisión para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas:

- Incluir claramente las competencias en las asignaturas del grado
- Revisión de la bibliografía de algunas asignaturas del grado
- Diferencias en el Auto informe y en la web la coordinación vertical y horizontal
- Publicar anticipadamente el listado de organizaciones que ofertan practicas profesionales
- Incluir a un alumno por grado en representación de la Comisión de Calidad del Centro
- Incluir las prácticas profesionales como asignatura obligatoria

Tratamiento de las recomendaciones:

Es necesario indicar a priori, que algunas de las observaciones realizadas por la DEVA ya fueron atendidas anticipadamente a la fecha del informe. Se han incluido las competencias en las Guías Docentes de las asignaturas, se ha publicado la oferta de prácticas en el curso 2014/15 así como el número de plazas disponibles, se está atendiendo la diferenciación entre la coordinación vertical y horizontal.

La inclusión como obligatoria de la signatura de prácticas profesionales requiere tener la capacidad de absorber a todos los estudiantes, lo cual requiere ampliar el número de convenios y/o plazas ofertadas, para lo que se está trabajando.

Conclusiones del informe de seguimiento:

Según lo indicado en el informe, la implantación del grado se ajusta a lo esperado, siendo necesaria la optimización de ciertos aspectos para cumplir lo señalado en el informe de 26 de enero de 2015.

## **2. Avances en el desarrollo normativo, instrumentos de planificación y criterios de coordinación del programa formativo y sus asignaturas y materias.**

Presentamos las normas, instrumentos y criterios de los que dispone la Universidad y a la vez el Centro para la coordinación del programa formativo de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas:

- Plan de Ordenación Docente,(POD) curso 2013/14, aprobado anualmente en el Consejo de Gobierno. ([http://www.uma.es/publicadores/wccee/wwwuma/POD\\_CURSO\\_2013\\_2014.pdf](http://www.uma.es/publicadores/wccee/wwwuma/POD_CURSO_2013_2014.pdf)).
- Reglamento del Trabajo de Fin de Grado (TFG) de la Universidad de Málaga y normativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, aprobadas en Consejo de Gobierno y Junta de Centro. (<http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/40355/trabajo-fin-de-grado/>).
- Normativa se que regula las practicas externas de la universidad, aprobada en Consejo de Gobierno. (<http://www.uma.es/practicas/>).
- La Universidad de Málaga, dispone de una plataforma PROA, en la cual esta a disposición pública la información referida a las Guías Docentes de cada asignatura perteneciente al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

## **3. Avances en los procesos de gestión académica y administrativa del título.**

A continuación, se expondrá los principales órganos colegiados y comisiones que se implican activamente en el desarrollo del Grado:

- Departamento: a través del se lleva a cabo la asignación docente, elaboración de guías y aprobación en el Consejo de Departamento.
- Comisión de Ordenación Académica(COA): elaboración de informe sobre Guías Docentes y supervisión de la aplicación del reglamento.
- Junta de Centro: aprobación definitiva de las guías docentes, asignación docente, calendario académico, horarios y fechas de exámenes del Grado.
- Coordinadora de Grado: la coordinadora de la titulación en Publicidad y Relaciones Públicas, es la encargada de establecer reuniones con el equipo docente, elaborar actas de las reuniones docentes, presentar informes periódicos al Vicedecanato de Ordenación Académica del desarrollo del grado, elaborar el auto informe de seguimiento del grado, detectar las deficiencias de carácter académico que impacten el en grado, así como proponer soluciones a las mismas. En la coordinación docente se realizan anualmente reuniones por áreas afines dentro de las asignaturas de la titulación, buscando coordinar trabajos y estructuras formativas entre los docentes.

La gestión del programa formativo se realiza según el cronograma PROA, mediante la resolución del Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado de la Universidad de Málaga, mediante la cual se establece el cronograma para la elaboración, aprobación y difusión de la programación docente para cada curso académico.

## **4. Prácticas curriculares: número de entidades de prácticas ofertadas, convenios firmados, ratio de prácticas ofertadas/estudiantes matriculados:**

Toda la información referida a las practicas externas disponibles para el grado en Publicidad y Relaciones Públicas se puede encontrar en el site de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, (<http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/40583/practicas-profesionales-grado/>) .

En la actualidad el grado dispone de 16 convenios activos que abarcan organizaciones que integran un mapa amplio de la oferta profesional disponible para esta área. Consecuentemente existen convenios con medios de comunicación, instituciones públicas, organizaciones no gubernamentales, partidos

políticos, empresas de servicios, etc.. Los perfiles profesionales para la realización de las prácticas se ajustan a los requeridos en la formación del Grado.

Existe un coordinador de las prácticas profesionales por cada Grado, en este caso en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, el cual desarrolla el trabajo de tutorización de los alumnos, en el curso 2014/2015 existen un total de 60 alumnos matriculados a las prácticas. Asimismo el Vicedecano de alumnos supervisa el correcto desarrollo de las prácticas y el cumplimiento de la normativa referida a las mismas.

La Universidad de Málaga, oferta un conjunto de prácticas de carácter extracurricular, a las cuales pueden optar los alumnos. En base a un proceso de selección directo con las organizaciones que las demanden, estas prácticas son remuneradas. Todo lo concerniente a las mismas se puede encontrar en el site de la Universidad de Málaga en el apartado <http://www.uma.es/practicas/info/59449/practicas-extracurriculares/>.

**5. Programas de movilidad: número de estudiantes que participan en programas de movilidad fuera de la universidad, universidades de destino, número de estudiantes en movilidad que llegan al título de otras universidades, universidades de procedencia.**

**Gestión de Programas de movilidad:** La Facultad cuenta con los siguientes programas de movilidad: Erasmus+, Iberoamérica, Asia, EEUU, Canadá, Australia. La participación de los alumnos enviados y recibidos es muy activa. Esta oferta de movilidad exige la implicación de profesores en tareas de coordinación académica.

**Coordinadores académicos:** Los coordinadores académicos ayudan al alumno en la preparación del acuerdo académico a realizar en destino y en labores de orientación. El alto número de convenios del Centro permite tener a diversos profesores implicados en estas tareas, a continuación los datos de los coordinadores por programas:

Erasmus+: 35, Asia: 1, EE.UU. Canadá: 1, Iberoamérica: 25, SICUE: 4

**El número de convenios firmados en los diversos programas son los siguientes:**

Erasmus: 60 y algunos en trámite para aumentar la oferta

Asia: 12, EE.UU, Canadá: 6, Australia: 1, Iberoamérica: 68

La movilidad de los alumnos en los últimos años lo podemos ver en los siguientes cuadros:

**Programas de Erasmus+ y Convocatoria Única (Iberoamérica, Asia, EE.UU, Canadá..)  
 Alumnos entrantes (incoming) en la Facultad de Ciencias de la Comunicación:**

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Publicidad y Relaciones Públicas	2	59	79	48
<b>Total de la Facultad de Ciencias de Comunicación</b>	<b>18</b>	<b>143</b>	<b>173</b>	<b>201</b>

**Programas de Erasmus+ y Convocatoria Única (Iberoamérica, Asia, EE.UU, Canadá..)  
 Alumnos salientes (outgoing) en la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Publicidad y Relaciones Públicas	42	39	9	34
<b>Total de la Facultad de Ciencias de Comunicación</b>	<b>91</b>	<b>83</b>	<b>96</b>	<b>77</b>

**Programa Movilidad SICUE:**

	2012-2013		2013-2014	
	Entrantes	Salientes	Entrantes	Salientes
Publicidad y Relaciones Públicas	15	7	4	5
<b>Total en la Facultad de Ciencias de la Comunicación</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>22</b>

**Fortalezas y logros**

- **Gestión de Programa:** Las Guías Docentes y el Programa Formativo: la UMA dispone de estructura y mecanismos de control que favorecen la correcta implantación y seguimiento del Grado. Asimismo es importante señalar que el Centro posee Órganos Colegiados y Comisiones que realizan y aseguran la coordinación vertical y horizontal del título, lo cual favorece que la implantación del grado y su desarrollo sea óptimo. La aprobación de horarios, calendarios de exámenes y programación docente, se realiza siempre con anterioridad a la matriculación de los estudiantes, que pueden consultarla previamente. Una vez aprobadas y publicadas, no se modifican, por lo que se garantiza al estudiantado que el desarrollo del programa formativo se cumplirá en los términos en los que él se matriculó.
- **Gestión de Programa:** Es importante señalar que en la cultura del trabajo docente se ha logrado hacer ver la importancia del uso de la Guía Docente como instrumento de planificación y control del programa docente, siendo esta pieza clave en la difusión de las asignaturas de cara al alumno, a través de su acceso público a la información.
- **Gestión de Programa:** la existencia del coordinador de grado, facilita la supervisión de correcta implantación del Grado, así como la comunicación docente, con el fin de desarrollar correctamente la labor académica.
- **Prácticas Curriculares:** En lo referido a prácticas, el poseer un buen número de convenios permite que los alumnos tengan acceso a diferentes facetas laborales de acuerdo a sus intereses personales

y profesionales. La existencia de una coordinación de prácticas profesionales dentro del grado, hace más efectivo el trabajo de seguimiento del proceso y sirve de guía/tutor para el desarrollo profesional del alumno.

- **Movilidad:** Las fortalezas están asociadas al mantenimiento de los acuerdos consolidados, en el caso de Erasmus+ se han firmado acuerdos hasta el 2020. En Iberoamérica, se incorporan a la oferta de acuerdos, los convenios base firmados por la UMA, lo que incrementa cada año la oferta.
- **Movilidad:** La Facultad y sus instalaciones son un punto de atracción de los alumnos entrantes (incoming) que han aumentado en los últimos años.
- **Movilidad:** La informatización progresiva que se está realizando desde el Servicio de Relaciones Internacionales, agiliza la gestión con los alumnos en todas las fases del proceso.

#### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- **Gestión del Programa:** en ocasiones se han producido retrasos en la correcta incorporación de las Guías Docentes o en la total adecuación de contenidos con otras asignaturas afines. Para ello se intenta que los Departamentos se impliquen más y se ha intentado establecer un calendario de acciones para que poco a poco vayan cumpliendo los hitos (asignación, elaboración de guías...) y finalmente no existan retrasos en la programación definitiva, que siempre ha de estar terminada previamente al inicio del periodo de matriculación del estudiantado.
- **Decisión de Mejora en Gestión del Programa:** se ha implantado un apoyo desde la coordinación de grado con el fin de evitar duplicidades de contenidos en varias asignaturas, mediante la supervisión y la reunión coordinada con los docentes implicados. Asimismo se procede a un control exhaustivo del cumplimiento de entrega de las guías docente y el contenido de las mismas, con el fin de evitar retrasos y vacíos de contenidos.
- **Prácticas Curriculares:** se debería tener un instrumento para el análisis de la efectividad de las mismas y de su coherencia en lo ofertado.
- **Decisión de Mejora de las Prácticas Curriculares:** en el curso 2014/15 se publicó la oferta de organizaciones y plazas ofertadas. Anticipándonos a la indicación de la DEVA (que fue emitida el 26 de enero de 2015).
- **Decisión de Mejora de las Prácticas Curriculares:** se intentará ampliar el número de convenios para que la totalidad de los estudiantes puedan cursarlas, para en el futuro, cuando ellos estén afianzados, se pueda ver la posibilidad de ponerlas como obligatorias.
- **Decisión de Mejora Prácticas Externas:** seguimiento por parte del coordinador de prácticas profesionales, que incide especialmente en el nivel de satisfacción de las prácticas desarrolladas y en la efectividad de las mismas.
- **Movilidad:** la reducción de las becas dificulta la decisión del alumnado para pedir plaza en los programas de movilidad, lo que afecta al número de alumnos que deciden apuntarse a los mismos.
- **Movilidad:** El nivel de idioma exigido por las universidades de destino ha aumentado a partir de la entrada del Erasmus+ afecta a la elección del alumnado que no tiene los niveles que en la actualidad se demanda.
- **Decisión de Mejora en Movilidad:** Se está fomentando una mayor implicación de los alumnos en la mejora del nivel de idiomas, a través de los cursos que oferta la UMA.

## IV. PROFESORADO

*Criterio 4: El profesorado previsto para el desarrollo de la docencia en el Plan de Estudios es suficiente y adecuado en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.*

#### Análisis

- Se presentan a continuación el conjunto de evidencias que responden a este criterio. Así mismo

aquellas que sustentan las fortalezas, logros y debilidades detectadas en este sentido, como también las decisiones de mejora adoptadas para tales fines.

1. Se recogen a continuación un conjunto de datos sobre el profesorado que imparte docencia en el título, que permiten hacer una valoración de cambios adoptados sobre la plantilla docente, respecto a los datos de la Memoria de Verificación, y sí esos cambios han contribuido a la mejora del perfil de dicho profesorado.

- Cambios en las categorías administrativas del PDI durante la implementación del título:

Categoría	2010/2011	2014/15
Catedrático	2	2
Prof. Titular de Universidad	13	7
Prof. Titular Esc. Univ.	-	1
Prof. Contratado Doctor	8	6
Profesor Ayudante Doctor	3	2
Profesor Ayudante	1	-
Profesor Colaborador	8	4
Profesor Asociado LOU	4	16
Profesor Sustituto Interino	3	9
Total	42	47

- Indicios de Calidad de la plantilla docente:

A) desglose de profesorado doctor según su categoría administrativa.

Categoría Administrativa de PDI Curso 2014/15	Categoría	Doctor
Catedrático	2	2
Prof. Titular de Universidad	7	7
Prof. Titular Esc. Univ.	1	1
Prof. Contratado Doctor	6	6
Profesor Ayudante Doctor	2	2
Profesor Colaborador	4	1
Profesor Asociado LOU	16	10
Profesor Sustituto Interino	9	6
Total	47	35

B) Comparación del número total y porcentaje de doctores del inicio del título y la actualidad

	Curso 2010/11	Curso 2014/15
Doctores	33(79%)	35(74,46%)
No Doctores	9(21%)	12(25,53%)
Total	42	47

C) Comparación del número total y tipo de dedicación del inicio del título y la actualidad

	Curso 2010/11	Curso 2014/15
Tiempo Completos	23(55%)	24(51,06%)
Tiempo Parciales	19(45%)	23(48,09%)
Total	42	47

Es importante señalar que el descenso en los indicadores con respecto al inicio del grado, las restricciones en la contratación de personal así como en la promoción ha repercutido negativamente en el crecimiento de la plantilla docente.

- **Atención de las recomendaciones y sugerencias sobre la plantilla docente en los Informes de Verificación, Modificación y Seguimiento. Acciones llevadas a cabo en relación a la mejora de la calidad docente del profesorado.**

No ha habido recomendaciones a este aspecto.

- **Acciones llevadas a cabo en relación a la mejora de la calidad docente del profesorado.**  
 Durante el periodo de implantación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, el profesorado ha realizado las siguientes acciones de mejora en la calidad docente:

- Realización de Másteres Oficiales
- Realización de Tesis de Doctorado
- Realización de Cursos de Posgrado
- Realización de Cursos de Formación PDI
- Formación en Idiomas
- Proyectos de Innovación Educativa
- Proyectos de Investigación
- Estancias Académicas en Universidades
- Estancias de Investigación en Universidades y Centros de Investigación de Prestigio.
- Participación en Congresos y Jornadas de Innovación Educativa
- Elaboración de Textos y Documentos de Apoyo a la Docencia
- Utilización de la Plataforma Campus Virtual de la UMA

- **Valoración de las actividades de formación y coordinación docente desarrolladas y su contribución a la calidad del título**

EVOLUCIÓN DE LA CUALIFICACIÓN DEL PROFESORADO 2010-2015	
Doctorados	9
Actividades Formativas	210
Proyectos de Innovación Educativa (PIES)	82
Transferencia de Investigación	34
Proyectos I+D	11
Acreditación	14
Promoción	1
Nº de Sexenios Obtenidos	14

**2.- Disponibilidad de criterios de selección del profesorado y asignación de estudiantes para los TFM y TFG. Perfil del profesorado que supervisa TFM/ TFG.**

- **Selección de profesorado y asignación de estudiantes para los TFG.**

Los criterios de selección de profesorado y asignación de estudiantes para los TFG se recogen en el Reglamento del Trabajo Fin de Grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga: Artículo 2. Sobre los tutores académicos y el procedimiento de asignación de tutor y línea temática del TFG. Este documento se encuentra disponible en la página web del Centro:

<http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/40355/trabajo-fin-de-grado>

- Los Departamentos, a través de las propuestas de Guía Docente que presentará el Coordinador de TFG de cada titulación anualmente, detallarán para su aprobación las características formales, objetivos y diferentes modalidades posibles concretas de los TFG en las respectivas titulaciones, ajustándose a lo indicado en el Reglamento de TFG del Centro y en las respectivas Memorias de Verificación de los

Títulos de Grado. Los profesores que ejercerán como tutores en cada curso académico serán propuestos por los Departamentos de las áreas correspondientes a cada titulación de Grado en el proceso de asignación de docencia establecido en el POD, con el número necesario de tutores para garantizar una oferta amplia y la dirección del TFG a todos los estudiantes matriculados en el curso en cada titulación. El listado de posibles tutores de cada titulación y las líneas temáticas de TFG asociadas a cada uno de ellos (mínimo 2 y máximo 4), una vez aprobado en Consejo de Departamento, debe hacerse llegar al Coordinador de TFG o en su defecto al Decanato del Centro, para su posterior aprobación en la COA y definitiva aprobación por la Junta de Centro.

- El Decano velará por que la designación de profesores tutores por parte de las áreas adscritas sea suficiente para atender las previsiones de alumnos matriculados en la asignatura TFG en cada titulación para el siguiente curso académico. En caso de necesidad, el Decano instará a los Departamentos a que propongan nuevos profesores que tengan docencia en el Grado para que asuman las tareas de autorización. A este respecto, todo el profesorado con docencia en los diferentes Grados tendrá la obligación de actuar como posibles tutores de los TFG enmarcados en las titulaciones en las que impartan docencia si se considerara necesario.

- Una vez aprobada y hecha pública la oferta de tutores y líneas temáticas para cada titulación y curso académico, el proceso de asignación de temas y tutores a los alumnos matriculados se realizará, de manera ordinaria, en dos fases:

1) En la primera fase, el alumno que desee proponer un tema para su TFG, deberá contar con el visto bueno del profesor que quiera tener como tutor. Asimismo, los profesores que lo deseen podrán proponer a un alumno concreto como adjudicatario de una de sus líneas o temas propuestos. El estudiante será el responsable de presentar una solicitud de acuerdo firmado por ambos, alumno y tutor, que incluirá el título de TFG y los objetivos.

2) En la segunda fase participarán los alumnos que no hayan resultado adjudicatarios de autorización. En primer lugar se hará pública una lista de los temas y tutores disponibles. Asimismo se publicará una lista ordenada de los alumnos participantes, teniendo para ello en cuenta la media del expediente académico del alumno en las asignaturas cursadas hasta el curso inmediatamente anterior a la matrícula en el TFG. El estudiante deberá presentar una solicitud en la que especifique, por orden de preferencia, los trabajos que desea realizar de entre los tutores y líneas de trabajo ofrecidos. Las solicitudes presentadas en esta segunda fase se resolverán por estricto orden de mérito, atendiendo para ello a la nota media del expediente académico.

Para los alumnos procedentes de ampliación de matrícula se abrirá un proceso especial o extraordinario en el que tendrán la opción de proponer acuerdos de autorización de TFG y selección de tema para el mismo, siempre que cuenten con el aval de un profesor tutor con capacidad disponible, o bien de solicitar líneas temáticas aun no asignadas por orden de preferencia.

- La adjudicación de un tema de TFG y de un tutor académico tendrá validez únicamente durante el curso académico en el que se realice. Para su continuidad durante el curso académico siguiente será necesario que el alumno presente, en la Secretaría del Centro, una petición motivada de la continuidad de dicha adjudicación, que habrá de llevar el visto bueno del tutor. Por su parte, la COA será la encargada, en última instancia, de resolver cualquier posible reclamación que se presente relativa al procedimiento de asignación de tutela de los TFG o de la aplicación de la normativa.

- **Perfil del profesorado que supervisa TFG.**

El perfil del profesorado que supervisa TFG se recoge en el mencionado Artículo 2. Sobre los tutores académicos y el procedimiento de asignación de tutor y línea temática del TFG, incluido en el Reglamento del Trabajo Fin de Grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, que se encuentra disponible en la página web del Centro.

Los tutores para los TFG serán profesores con dedicación a tiempo completo de las respectivas áreas de conocimiento a las que estén adscritas las asignaturas del TFG en los respectivos títulos de Grado impartidos en el Centro. Los profesores contratados a tiempo parcial, el personal investigador en formación, los ayudantes y el personal investigador contratado con obligaciones docentes en sus contratos podrán ejercer como cotutores de los TFG, siempre que trabajo cuente con un tutor con

dedicación a tiempo completo. El trabajo también podrá ser cotutelado por un profesor de la Universidad de Málaga perteneciente a un área no adscrita a la asignatura de TFG o por un miembro de instituciones, organismos o empresas distintos de la Universidad de Málaga, siempre que figure un tutor académico del área correspondiente. Cada TFG podrá contar como máximo con un tutor y un cotutor.

Perfil del profesorado que supervisan TFG durante el curso 2014-2015:

	CU	TU	Contratado Doctor	Colaborador	Ayudante Doctor	Asociado	Otros docentes	TOTAL
Doctores	1	8	4	4	2	3	2	24
No Doctores	0	0	0	0	0	1	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>26</b>

### 3.- Valoración del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones, en su caso.

- **Prácticas curriculares.**

Las prácticas curriculares son supervisadas por el Coordinador de la asignatura Prácticas Profesionales, labor que durante los cursos 2013-2014 y 2014-2015 realiza un docente con categoría administrativa de Profesor Colaborador Doctor. Las funciones de este tutor académico se recogen en la Normativa de Prácticas Curriculares de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga: Artículo 6. Obligaciones del tutor académico. Este documento se encuentra disponible en la página web del Centro:

<http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/40583/practicas-profesionales-grado>

Obligaciones del tutor académico:

- Hacer un seguimiento efectivo de las prácticas coordinándose para ello con el tutor de la entidad colaboradora y visto, en su caso, los informes de seguimiento.
- Autorizar las modificaciones que se produzcan en el Proyecto Formativo.
- Llevar a cabo el proceso evaluador de las prácticas del estudiante tutelado.
- Guardar confidencialidad en relación con cualquier información que conozca como consecuencia de su actividad como tutor.
- Informar al órgano responsable de las prácticas externas en la Universidad de las posibles incidencias surgidas.
- Supervisar, y en su caso solicitar, la adecuada disposición de los recursos de apoyo necesarios para asegurar que los estudiantes con discapacidad realicen sus prácticas en condiciones de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal.
- Apoyar la captación de entidades colaboradoras para la realización de las prácticas externas curriculares.

- **Prácticas extracurriculares.**

Las prácticas extracurriculares que la Universidad de Málaga oferta a aquellos alumnos que hayan superado la mitad de sus estudios universitarios y estén matriculados en una titulación de la UMA se regulan a través del Real Decreto 952/2014 para la realización de las prácticas externas de alumnos universitarios. En la normativa que regula esta modalidad de prácticas externas, disponible en la web de la UMA, también se encuentra definido el perfil de los tutores de prácticas así como sus

Funciones:

<http://www.uma.es/practicas/info/59449/practicas-extracurriculares>

#### 4.- Criterios de coordinación del programa formativo para las distintas materias y asignaturas.

A lo largo del curso se llevaban a cabo diferentes acciones con el fin de garantizar la coordinación docente:

- Revisión periódica de las guías docentes de las diferentes materias que integran el plan de estudios por parte del Coordinador de Grado.
- Reuniones entre el Coordinador de Grado y los coordinadores de las asignaturas del título. Estos encuentros se organizan por bloques de materias afines puesto que este sistema posibilita un análisis más detallado del funcionamiento del plan de estudios en los diferentes cursos y también proporciona información relevante para obtener una completa visión de conjunto. El Coordinador de Grado redacta un informe sobre las cuestiones planteadas en estas sesiones y se encarga de realizar el correspondiente seguimiento durante todo el curso.
- Reuniones de la Vicedecana de Ordenación Académica con los coordinadores de los diferentes títulos impartidos en el Centro.
- El Coordinador de Grado es convocado a las reuniones de Junta de Centro, de la Comisión de Ordenación Académica (COA) y de la Comisión de TFG, además de participar como Vocal en la Comisión de Calidad del Centro.

#### Fortalezas y logros

- **Profesorado:** ha aumentado el número de docentes a lo largo de la implantación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, pasando de 42 en el periodo 2010/11 a 47 en el periodo 2014/15.
- **Profesorado:** el número de doctores también se ha incrementado en el periodo de desarrollo del grado, pasando de un número inicial de 33 a 35.
- **Profesorado:** los profesores de tiempo completo también han tenido un ligero aumento de 23 a 24 docente, igualmente ha sucedido en los profesores de tiempo parcial, pasando de 19 a 23.
- **Profesorado:** son destacable las actividades en las que se enmarcan la formación y coordinación docente, siendo muy destacable el alto número de actividades formativas, PIES, Proyectos I+D y Sexenios obtenidos, así como el número de acreditaciones de docentes.
- **Trabajo Fin de Grado:** en la tutorización de los TFG destaca el alto número de doctores existentes un total de 24 lo que supone 92,3%. Asimismo entre los cotutores se cuenta con 4 asociados, de los cuales 3 tienen el grado de doctor, suponiendo un enfoque práctico profesional en los trabajos de fin grado.
- **Trabajo Fin de Grado:** la existencia de la normativa del TFG de la Facultad, adaptada al Reglamento del TFG de la Universidad de Málaga.
- **Prácticas externas:** existe un alto número de convenios y de plazas ofertadas para la realización de las prácticas por parte de los alumnos.
- **Coordinación del Programa Formativo:** la realización de reuniones periódicas, encuentros por áreas de asignaturas y comunicación fluida, ha generado el desarrollo óptimo del grado.

#### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas

- **Profesorado:** si bien se ha aumentado el número de docentes, esto ha significado el aumento del número de docentes a tiempo parcial y sin vinculación permanente. La mejora en este sentido depende directamente de la evolución positiva de la situación económica en las universidades públicas españolas. A pesar de ello la docencia está siendo atendida íntegramente.
- **Trabajo Fin de Grado:** existe una sobrecarga de los TFG a evaluar por los tribunales, lo cual va en detrimento de la atención que requiere este tipo de evaluación, esto se podría solucionar dando la opción a que profesores sin vinculación permanente integrasen los tribunales evaluadores.
- **Prácticas Externas:** es necesaria una mayor discriminación de las plazas ofertadas para que se ajusten a la realidad laboral de los futuros graduados. En este sentido sería positiva una mayor consulta por parte del área de la Universidad de Málaga.
- **Coordinación del Programa Formativo:** la delimitación entre asignaturas a veces es muy tenue, lo que en ocasiones produce la repetición de contenidos. Para enmendar esta situación, se ha

procedido a gestionar una serie de encuentros por asignaturas afines dentro del grado.

## V. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

*Criterio 5: Las infraestructuras, recursos y servicios para el normal funcionamiento del título son los adecuados para las características del título, así como los servicios de orientación e información.*

### Análisis

- Se presentan a continuación el conjunto de evidencias que responden a este criterio. Así mismo aquellas que sustentan las fortalezas, logros y debilidades detectadas en este sentido, como también las decisiones de mejora adoptadas para tales fines.

#### **1. Valoración de la adecuación de la infraestructura y los recursos disponibles a las características del título.**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, ubicada en el Campus de Teatinos, da cabida a los Grados de Periodismo (470 alumnos), Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas (1.800 alumnos en total), y a las enseñanzas de posgrado de los departamentos de Periodismo, y Comunicación Audiovisual y Publicidad (100 alumnos).

El centro cuenta con dos edificios que forman parte de un mismo conjunto, uno principal en el que se ubican aulas, espacios comunes, biblioteca, despacho del profesorado y laboratorios, y otro anexo en el que se ubican aulas y laboratorios. A pesar de que la distancia entre uno y otro edificio es mínima, a la entrada de cada uno de ellos hay una conserjería con personal de atención al público.

Respecto a la **accesibilidad**, todas las instalaciones se encuentran adaptadas a la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, siguiendo todos los protocolos recomendados por los servicios centrales especializados de la Universidad. Todas las aulas, laboratorios y espacios comunes, disponen de puestos adaptados y los accesos están garantizados. Asimismo existen plazas reservadas de aparcamiento para discapacitados.

El **edificio principal** tiene la siguiente estructura:

-Planta sótano: laboratorios

-Planta baja: entrada, conserjería, aulas, cafetería, aula magna, sala de exposiciones Galería Central y zona de trabajo para estudiantes

-Primera planta: biblioteca

-Segunda planta: despacho del profesorado, sala de juntas y seminarios.

El **edificio anexo** tiene una única planta en la que se ubican cuatro aulas y dos laboratorios, con 70 puestos cada uno.

Las **aulas**, de diferentes capacidades, y los seminarios, cuentan con ordenador, cañón de proyección y conexión de banda ancha. En ambos edificios hay acceso wifi para la navegación por internet.

La **biblioteca** cuenta con una sala de libre acceso de 150 metros cuadrados, 98 puestos de lectura y 10 equipos informáticos. El catálogo de volúmenes y publicaciones de la biblioteca puede consultarse en <http://jabega.uma.es>. Actualmente cuenta con 23.400 monografías, 468 revistas, 125 suscripciones a publicaciones periódicas especializadas, a bases de datos de relevantes editoriales en el ámbito de la Comunicación como Sage o Taylor & Francis, así como el acceso a portales de prensa como Pressdisplay o MyNews. La Biblioteca facilita en préstamos 10 ordenadores portátiles y 2 lectores de e-book Papyre.

Los **laboratorios** y **talleres multimedia**, así como el servicio de préstamo de equipos audiovisuales cuentan con equipamiento que graba en formato HD sobre tarjeta SD, y otros sobre cinta mini DV o DVCam. Todos los equipos se complementan con trípode, baterías, cargador de baterías, fuente de alimentación y micrófono dinámico.

Las **cabinas de edición** permiten la edición sobre plataforma PC y Apple.



El **aula-plató** es un espacio polivalente compuesto de un estudio de radio con 10 micrófonos y mesa de mezclas con capacidad para realizar diversas producciones sonoras. Un **plató de televisión** con tres cámaras, equipamiento de iluminación, fondo croma-key, microfonía, estudio de realización televisiva con mesa de mezclas de video, unidades de control de cámara, videoservidores con reproductores y grabadores virtuales y reproducción de escaletas automáticas, reproductores y grabadores DVcam-DV, mesa de mezclas de audio, generador de grafismo e intercoms. Para mostrar, en directo, durante una clase, todas las operaciones en los estudios disponemos de un proyector de vídeo y cámara dedicada. También existe un **plató**, ubicado en el sótano, que es un espacio para la realización televisiva de tres sets con parrilla de iluminación, con una cadena de tres cámaras con un control de realización y sonido independientes. Asimismo también hay un estudio fotográfico con cámaras, fondos e iluminación. Este espacio está destinado a las prácticas de realización de magazines, informativos y otros programas, así como de sesiones de fotografía.

El **laboratorio de sonido** tiene dos estudios: uno de radio y otro de grabación de sonido; estos cuentan con el equipamiento técnico necesario de microfonía y software de grabación y postproducción en Pro Tools. En ellos se realizan prácticas reales de locución, doblaje y postproducción, así como realización de programas informativos, magazines y documentales.

El **laboratorio de fotografía** tiene dos espacios: un laboratorio químico de fotografía con 12 puestos de ampliación en blanco y negro tanto de negativos universales como de formato medio; y un laboratorio digital que dispone de 28 ordenadores iMac dispuestos en red, dos escáneres de negativos y tabletas digitalizadoras. También cuenta con cámaras fotoquímicas y digitales para su uso en clase.

Cinco **laboratorios de redacción, diseño e imagen** en la planta sótano, con acceso desde la puerta posterior del edificio. Son espacios especialmente acondicionados para trabajos de maquetación, redacción y diseño gráfico, artístico o editorial. Cada laboratorio cuenta con una cabina que la divide donde se sitúa el personal técnico. La capacidad de cada sala es de 30 puestos, con ordenadores Apple iMac y el software necesario para la realización de las prácticas. Cuentan con escáner A4, cañón de video y megafonía.

En el edificio anexo hay otros dos laboratorios de redacción, diseño e Imagen con capacidad para 70 estudiantes cada uno, equipados con ordenadores Apple iMac y el software necesario para clases impartidas a grupos grandes.

Un **aula-estudio de radio** con 11 micrófonos, 30 puestos y equipamiento profesional para la producción y emisión radiofónica.

**Galería Central**, que es un espacio expositivo con carácter permanente, tiene por objetivo hacer más visible y accesible la producción artística e innovadora de la comunidad universitaria, así como abrir nuevas vías de diálogo con la realidad cultural malagueña. El proyecto surge tras conjugar las demandas de los estudiantes con la intención del equipo decanal de aprovechar los espacios ubicados en dicha facultad para abrirlos a la sociedad y mostrar los trabajos realizados por estudiantes y profesores del propio centro, sin olvidar posibles exposiciones externas. Está dotada del equipamiento necesario para albergar todo tipo de proyectos y muy especialmente todos aquellos relacionados con las nuevas tecnologías y las nuevas tendencias creativas (fotografía, instalaciones, arte electrónico, arte digital, video-arte, arte en la red, música electrónica, cartelería...). Al inicio de cada año se aprueba la programación de la temporada.

Hay un **servicio de préstamo de material** a estudiantes para la realización de sus diferentes proyectos:

**Equipos de cámara:**

- 9 equipos ENG con cámaras JVC HD GY-HM100E con baterías, alimentador, trípode y micrófono de mano.
- 3 equipos ENG con cámaras JVC HD GY-HM150E con baterías, alimentador, trípode y micrófono de mano.
- 2 equipos ENG con cámaras SONY DSR-PD-170P con baterías y alimentador.
- 1 equipos ENG con cámaras SONY DSR-PD-150P con baterías y alimentador.
- 2 equipos ENG con cámaras CANON DM-XL-1E con baterías y alimentador.
- 2 canon 6D con óptica 24-105mm EF Canon L con baterías y cargador.

-2 canon XA20 AVCHD con baterías y alimentador.

**Equipos de sonido:**

- 6 micrófonos de corbata
- 6 pértigas con micrófono de cañón y funda de pelo
- 3 grabadoras de audio H1 Handy
- 1 grabadora de audio Tascam DR-40

**Otros:**

- 3 antorchas DigiPro 80 con batería

Finalmente, el edificio aloja un **servicio de reprografía** que también ofrece suministros de papelería.

La **información pública de las instalaciones** del centro se encuentra en la página web <http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/12880/el-centro-comunicacion> y los laboratorios en <http://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/37743/laboratorios-cccom/>

Para mayor detalle, pueden consultar los espacios y capacidades de cada uno en la evidencia alojada en [http://cccom.cv.uma.es/pluginfile.php/133419/mod\\_resource/content/1/aulas.pdf](http://cccom.cv.uma.es/pluginfile.php/133419/mod_resource/content/1/aulas.pdf) y también todo el software disponible, el personal técnico encargado y el material de préstamo en [http://cccom.cv.uma.es/pluginfile.php/133420/mod\\_resource/content/1/laboratorios.pdf](http://cccom.cv.uma.es/pluginfile.php/133420/mod_resource/content/1/laboratorios.pdf)

Además contamos con otras infraestructuras compartidas por toda la Universidad de Málaga y dependiente del Servicio de Enseñanza Virtual y Laboratorios Tecnológicos, fundamentales para el desarrollo de la docencia en grado. De hecho, la columna vertebral de las asignaturas del Grado en Periodismo es el **campus virtual**. De las 49 asignaturas alojadas en dicha plataforma en el curso 2013/2014, 38 obtuvieron el sello de "asignatura TIC". Con este 77,6% la oferta de Periodismo supera en casi diez puntos la media del resto de grados de la Universidad de Málaga (68%). El Servicio de Enseñanza Virtual y Laboratorios Tecnológicos otorga esta distinción a aquellas asignaturas que cumplen los siguientes requisitos: publican el temario completo en la red, los criterios de evaluación, realizan actividades académicamente dirigidas online y tutorías virtuales.

## **2. Valoración de la adecuación del personal de administración y servicio y del personal de apoyo, en su caso.**

La plantilla de personal de administración y servicios del centro está compuesta por 36 trabajadores divididos en sus correspondientes categorías y niveles, cuyas titulaciones y puestos se pueden comprobar en las evidencias aportadas.

Existen cuatro áreas diferentes en función de la especificidad de las tareas que desarrollan:

- **Personal administrativo** (10): se encarga de la secretaría del centro y de los departamentos
- **Personal de conserjería** (5): se encarga de la administración de los espacios y de la atención primera al público
- **Personal de bibliotecas** (9): se encarga de la gestión de la biblioteca
- **Personal técnico** (12): se encarga del mantenimiento del edificio y de los laboratorios. Existe un técnico asignado a cada uno de ellos en función de su especialización, que además sirve de apoyo a los docentes y estudiantes.

Asimismo, dicho personal realiza regularmente cursos de formación en función de su área específica, que le permiten una actualización de conocimientos y un mejor desempeño de su actividad laboral.

## **3. Valoración de las mejoras y cambios en la infraestructura, servicios y recursos.**

Si bien en el inicio de la implantación de la titulación, las infraestructuras y servicios eran acordes con las necesidades de aquel momento, ha existido una **mejora constante** en la oferta de espacios, material y aplicaciones para que el alumno trabaje en **entornos de última generación**.

Las actuaciones acometidas en estos cuatro años han sido:

- División de aulas de capacidades superior a 100 estudiantes para adecuarlas a las nuevas necesidades del EEES. Cada una de las resultantes está equipada con pizarra, ordenador, proyector y conexión de banda ancha

- Renovación de todas las aulas informáticas con ordenadores de última generación y que cuentan con las últimas aplicaciones profesionales relacionadas la edición de textos, imágenes, vídeos, audio y creación de contenidos web.
- Renovación de material de préstamo
- Construcción del aulario anexo ya detallado, con cuatro aulas y dos laboratorios
- Mejora en la Sala de Juntas (equipamiento y mobiliario)
- Mejora en la Cafetería (construcción de sala anexa diferenciada para recepciones)
- Adecuación de espacios comunes, dotándolos de mobiliario para el uso de los estudiantes: mesas, microondas, fuentes.
- Creación de una zona de aparcamiento para bicicletas

#### **4. Adecuación de los servicios de orientación académica y profesional disponibles a las características del título.**

Anualmente se aprueba en Junta de Centro un programa de actividades de orientación académica y profesional enmarcadas en el procedimiento del SGC denominado **PC10** (Gestión y revisión de la orientación e inserción profesional) en colaboración con el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la UMA. Pueden consultar todos los detalles, así como la satisfacción de los estudiantes con relación a los mismos en [http://cccom.cv.uma.es/pluginfile.php/133424/mod\\_resource/content/1/orientaprofesional.pdf](http://cccom.cv.uma.es/pluginfile.php/133424/mod_resource/content/1/orientaprofesional.pdf)

De manera general, las actividades ofrecidas a los estudiantes han abarcado las siguientes áreas:

- Talleres Universidad y Empleabilidad para propiciar el acercamiento de los estudiantes a los servicios que la UMA oferta en materia de empleo y prácticas
- Visitas a empresas
- Jornadas informativas sobre salidas profesionales
- Conferencias técnicas sobre el ejercicio de la profesión
- Programas de Mentoría
- Talleres de preparación de currículum adaptados a las titulaciones
- Jornadas de fomento del emprendimiento

Las categorías a las que han atendido estas actividades son:

RECURSOS: información sobre recursos de formación o acceso al mundo profesional.

HERRAMIENTAS: información sobre uso y manejo de herramientas de acceso al mundo profesional (CV, entrevistas, networking, etc).

EMPREDIMIENTO: información sobre el empleo por cuenta propia (recursos, plan de empresa, emprender por sectores, etc).

COMPETENCIAS: formación en perfiles competenciales, competencias transversales, competencias clave, etc.

PERFILES PROFESIONALES: información sobre perfiles en sectores, ocupaciones, ámbitos profesionales...

#### **Fortalezas y logros**

##### **Respecto a las infraestructuras:**

La progresiva capacidad de adaptación del centro a las nuevas necesidades del EEES, que han ido consistiendo en la adecuación de los grandes espacios en otros más pequeños y cuyas dimensiones permiten la docencia en grupos más reducidos. Esto ha permitido asimismo incrementar el número de salas para distintas actividades, pasando de estar al inicio de las titulaciones casi al 100% en cuanto a ocupación en todas las franjas horarias, a disponer en el momento actual de espacios de refuerzo que permiten acoger otras actividades (conferencias, seminarios). A ello se le suma el nuevo aulario que incrementa 280 puestos (divididos en cuatro aulas) y 140 (entre los dos nuevos laboratorios)

La mejora en los equipamientos técnicos y en la cualificación del personal es otro logro, se cuentan con siete laboratorios de redacción y diseño, dos de fotografía, dos platós, un aula de radio, un laboratorio de sonido con dos estudios, etc. También es importante destacar la creación de

espacios integradores para fomentar el sentido de pertenencia a la institución de los estudiantes: espacios de trabajo, zonas para comer con electrodomésticos, fuentes, Galería Central...

En definitiva, se ha pasado de una Facultad cuya capacidad estaba desbordada al inicio de los grados, a otra moderna, amplia y con equipamiento nuevo y actualizado, acorde a las necesidades y evolución de las titulaciones.

**Respecto al servicio de orientación académica y profesional:**

El Plan de Actuación para la Orientación lo consensua el Centro junto con el Servicio de Orientación Profesional de la UMA. Finalmente este plan es divulgado progresivamente mediante el Campus Virtual, enviando un correo electrónico a todos los estudiantes antes del inicio de cada actividad. Anualmente y dentro la Comisión de Garantía de Calidad (CGC), valoran las acciones con el fin de detectar deficiencias y proponer mejoras, que deben ser aprobadas posteriormente por la Junta de Centro. Con todo ello queda garantizada su supervisión, actualización y adecuación de las actividades propuestas.

**Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

**Respecto a las infraestructuras:** es evidente que la construcción de un nuevo aulario y la renovación de los equipamientos, eran una de las debilidades que se han solventado muy satisfactoriamente. También existían disfunciones acerca de los procedimientos para solicitar espacios, aulas o material de préstamo, que se han solucionado creando protocolos para los mismos, que le dan mayor transparencia y agilidad. El mayor problema existente es no disponer de más espacios para dedicarlos a despachos de profesorado, o de un aula de grados, si bien y al compartir edificio, en este último caso la Facultad de Turismo nos cede la suya que está situada en la primera planta (junto a nuestra biblioteca).

**Respecto al servicio de orientación académica y profesional:** a pesar de los esfuerzos por divulgar las actividades de orientación, consideramos que la asistencia aún es mejorable, así como el incremento en el número de actividades. Para mejorar estos aspectos se debería considerar proponer las actividades de carácter obligatorio (incluidas dentro de las programaciones docentes), darles mayor publicidad, así como incrementar su número y dar más participación a profesionales reconocidos del sector, bien sean charlas, programas de radio, directores...

**VI. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

*Criterio 6: Las actividades de formación y de evaluación son coherentes con el perfil de formación de la titulación y las competencias del título.*

**Análisis**

- Se presentan a continuación el conjunto de evidencias que responden a este criterio. Así mismo aquellas que sustentan las fortalezas, logros y debilidades detectadas en este sentido, como también las decisiones de mejora adoptadas para tales fines.

**1. Actividades formativas citadas en las Guías docentes de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2014-15:**

a. Actividades presenciales:

I. Lección Magistral: un 100% de las asignaturas se apoyan en la lección magistral como actividad formativa.

II. Actividades Prácticas: un 96% utiliza las prácticas en sus labores formativas.

III. Otras Actividades Prácticas: un 35% utiliza modelos de exposición de trabajos, visionado de videos, etc..

IV. Coloquios o visitas de profesionales: 15% de las asignaturas se apoyan en visitas de profesionales o coloquios con la participación de expertos, con el fin de completar la formación ofrecida al alumno.

b. Actividades no presenciales: solo un 2% de asignaturas incluye la búsqueda de información documental o bibliográfica.

## **2. Actividades de evaluación citadas en la Guía Docente de las asignaturas de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2014-15:**

### **a. Actividades Presenciales:**

I. Examen Final: un 97% de las asignaturas poseen como método de evaluación la realización de un examen final, un 70% concentra la prueba en contenido teórico, 30% combina la prueba teórica con la práctica a través de la resolución de un caso práctico. Un 76% de las pruebas realizadas son tipo test.

II. Realización de trabajos y/o proyectos: un 96% de las asignaturas efectúan la propuesta de un trabajo de carácter global y varios secuenciados a lo largo de la asignatura, siendo un porcentaje muy similar aquellos que solicitan los trabajos grupales como individuales.

III. El 78% de las asignaturas incluyen la formación continua como pieza clave para la evaluación progresiva del alumno, a través de la participación en clase, la asistencia continua y la realización de prácticas puntuales.

b. Actividades no presenciales: no existe constancia de asignatura que recurra a este tipo de pruebas.

## **Fortalezas y logros**

### **1. Actividades formativas citadas en las Guías docentes de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2014-15:**

Aunque la lección magistral es la actividad masiva, casi todas las asignaturas incluyen por igual actividades prácticas y, actividades de carácter discursivo y profesional. Buen número de asignaturas recrean elementos del mundo profesional no sólo empleando prácticas sino incluyendo charlas o coloquios de discusión con profesionales del sector y el entorno del estudiante.

Con estas acciones se puede indicar que se logra cumplir con los objetivos formativos y de competencia propios del Grado. Para señalar tal dato, nos vamos a apoyar Encuesta de Alumnos del SGC periodo 2010-14, que arrojó estos datos:

- Nivel de cumplimiento de los objetivos de calidad para el título (IN02) con un valor del 85%.
- Grado de cumplimiento de la planificación (IN26), con un valor de 3,98 sobre 5.
- Tasa de éxito (IN28), con un valor 96,56%.
- Nivel de satisfacción con las prácticas externas (IN38), con un valor de 2,32.
- Nivel de satisfacción del alumnado con respecto a la actividad docente (IN49), con un valor de 3.88 sobre 5.

### **2. Actividades de evaluación citadas en la Guía Docente de las asignaturas de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2014-15:**

El examen final, los trabajos globales y las prácticas puntuales son las actividades de evaluación más empleadas, seguidas por el modelo de evaluación continua apoyada en la participación en clases y la asistencia.

Estas actividades propician la obtención de competencias por parte del alumnado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, para su ejemplificación nos apoyamos en los resultados Encuesta de Alumnos del SGC periodo 2010-14, que arrojó este dato:

- Satisfacción del alumnado con los sistemas de evaluación (IN29), con un valor de 3,77, ligeramente por encima de la media de los grados de la Universidad de Málaga 3,76 sobre 5.

## **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

### **1. Actividades formativas citadas en las Guías docentes de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2014-15:**

No todos los profesores planifican con anticipación las actividades formativas y por lo tanto se han producido ocasiones en las cuales alguna de las realizadas no ha estado reflejada adecuadamente o el docente se ha visto limitado en algún aspecto en base a los recogidos en la Guía Docente. La decisión de mejora se ha enfocado a aconsejar la inclusión de la programación por semanas de la asignatura (aspectos que ha incluido la UMA en la Guía Docente como voluntaria)

**2. Actividades de evaluación citadas en la Guía Docente de las asignaturas de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2014-15:**

No tenemos constancia de actividades de autoevaluación, así como no está generalizada la evaluación continua y la evaluación mediante proyectos. Como propuesta se puede observar incluir más actividades de carácter práctico para la evaluación de las asignaturas.

**VII. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROGRAMA FORMATIVO**

**Criterio 7:** Los indicadores de satisfacción y de rendimiento, así como la información sobre la inserción laboral aportan información útil para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

**Análisis**

- Se presentan a continuación el conjunto de evidencias que responden a este criterio. Así mismo aquellas que sustentan las fortalezas, logros y debilidades detectadas en este sentido, como también las decisiones de mejora adoptadas para tales fines.

**1. Indicadores de satisfacción:**

A continuación se desglosan los indicadores de satisfacción referidos a los cursos 2010-2011, 2011-2012, 2012-2013 y 2013-2014.

		2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Código	Denominación Indicador	Título	Título	Título	Título
IN19	Nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación	3.3	3.18	3.23	2.98
IN24	Nivel de satisfacción de los estudiantes con las actividades de orientación	3	2.36	2.59	2.76
IN26	Grado de cumplimiento de la	3.93	4.05	3.98	3.96

	planificación				
IN29	Satisfacción del alumnado con los sistemas de evaluación	3.87	3.88	3.77	3.71
IN31	Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (enviados)	SD	SD	SD	SD
IN35	Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios de orientación profesional	SD	SD	3.84	4.03
IN38	Nivel de satisfacción con las prácticas externas	3.0	2.2	2.09	2.32
IN41	Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la gestión de expedientes y tramitación de títulos	3	2.25	2.46	SD
IN49	Nivel de satisfacción del alumnado con respecto a la actividad docente	4.09	4.04	3.88	3.86
IN58	Satisfacción de los grupos de interés con respecto a los recursos materiales	3.07	3.06	3.15	3.41

IN61	Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios	3.28	3.77	3.77	3.57
------	--	------	------	------	------

Respecto a los resultados de los indicadores disponibles y analizándolos individualmente se concluye lo siguiente:

- Los resultados que aparecen con SD(sin datos) es debido a que no se encuentran disponibles al momento de realizar este informe.
- En los indicadores que se refieren a procesos administrativos (IN19, IN24, IN26 e IN41) se ve un leve descenso en el último año analizado, como consecuencia lógica de las reducciones que no permiten incluir mas personal para atender a un numero mantenido de alumnos y con ligero crecimiento en trámites.
- En los indicadores que aluden directamente a la relación docente-alumno, tales como evaluación, existe un resultado por encima a la media del centro.
- Es importante destacar el resultado positivo por encima de la media del centro respecto a recursos materiales, lo que demuestra la adecuación de recursos a las necesidades actuales del título y en consonancia con las demandas profesionales.

Valoración de satisfacción con el Programa Formativo (estudiantes, profesores, PAS-gestores del título, egresados y empleadores).

Por parte del Servicio de Calidad, Planificación, Estrategia y Responsabilidad Social de la Universidad de Málaga, se ha llevado a cabo un cuestionario a estudiantes de grado cuyos principales resultados sobre la titulación, han sido los siguientes:

- La titulación se encuentra acorde a la media de la universidad y el centro con respecto al nivel de satisfacción de los alumnos encuestados respecto a la labor docente del profesor, 3,86 , con respecto a la media del centro 3,77 y de la universidad 3,89.
- Los alumnos hacen uso de las tutorías del grado en la medida de 1,71 manteniéndose dentro del rangos del centro 1,70 y superando ligeramente al de la Universidad 1,51.
- Los alumnos se sienten más satisfechos en los servicios de orientación laboral, así lo demuestra la evolución en los periodos 2012/13 (3.84) y 2013/14 (4.03).
- Respecto a los docentes, ha habido una clara evolución en la valoración del programa, así los indican los resultados de los periodos:

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
PDI	8.33	8.27	8.5	8.77

- El personal administrativo y de servicios, también muestra un nivel de satisfacción en alza, tal y como lo demuestran los datos arrojados por la encuesta en los periodos siguientes:

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
PAS	7.58	8.0	8.04	8.36

- En el curso 2013/14 egresó la primera generación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, de los cuales respondieron la encuesta 29,17 % (26 egresados) de la cual todavía no tenemos datos.

Valoración de los resultados de las encuestas sobre actuación docente del profesorado:

	TITULACIÓN	CENTRO	UNIVERSIDAD
2010/11	4.09	3.85	3.85
2011/12	4.04	3.86	3.86
2012/13	3.88	3.89	3.87
2013/14	3.86	3.77	3.89

Tal y como muestra la tabla, si bien los resultados sobre la valoración docente se han mantenido dentro de la media de la universidad y siempre por encima del rango del centro, es verdad, que la valoración ha disminuido paulatinamente. La razón más plausible es la sobrecarga horaria de los últimos periodos académicos. Situación que se enmarca en la actual coyuntura laboral universitaria.

## 2. Indicadores de rendimiento:

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
Número de estudiantes de nuevo ingreso	135	132	140	132
IN03 Tasa de Graduación	SD	SD	SD	35,1 %
IN04 Tasa de Abandono	SD	SD	3.82	8.94
IN05 Tasa de Eficiencia	SD	SD	SD	SD
IN27 Tasa de Rendimiento	91,9%	92,12%	95,13%	91,99%
IN28 Tasa de Éxito	95,7%	95,17%	97,04%	96,56%

- Respecto a la tasa de graduación, sólo tenemos datos del último periodo (2013/14) ya que es cuando egreso la primera generación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. La tasa de graduación no podemos obtenerla porque el indicador mide la proporción de estudiantes que terminan su título en el tiempo previsto en el plan de estudios, más un año, respecto a los estudiantes matriculados inicialmente. Esto quiere decir que si los estudios se implantaron en el curso 2010-2011 la tasa de graduación la podremos obtener a finales del curso 2014-2015.
- La tasa de abandono, se ha visto incrementada en el último periodo analizado (2013/14), la razón mas admisible es el contexto económico que atraviesa el país.
- Respecto a la tasa de eficiencia, no se dispone de datos a la fecha de elaboración de este informe. La tasa de eficiencia no la podemos obtener debido a que hay que sumar los créditos en los que se han matriculado los estudiantes en un determinado curso académico y compararlos con los créditos que realmente debían matricularse.
- En relación a la tasa de rendimiento, se ha mantenido estable en los cuatro periodos analizados.
- La tasa de éxito ha crecido lentamente con respecto a los periodos 2010/11 y 2011/12, aunque ha sufrido un leve descenso con respecto a la del 2012/13.

## 3. Inserción laboral:

- Valoración de indicadores sobre tasa de ocupación y adecuación de la inserción laboral de sus egresados a la luz de estudios muestrales.

No se dispone de datos del curso 2013/14 hasta el próximo curso 2014/15, una vez sean facilitados por el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la UMA. En la siguiente dirección de la Universidad de Málaga se difunden los estudios de inserción laboral disponibles a la fecha: <http://www.uma.es/agencia-de-colocacion/cms/menu/prospeccion-ocupacional/informes-de-insercion/>

#### 4. Sostenibilidad:

La **inversión realizada en infraestructuras** con los equipamientos informáticos más avanzados, así como la dotación de recursos de software para la creación de medios informativos innovadores y la inauguración en el curso 2014/2015 del nuevo aulario garantizan una formación de calidad a corto, medio y largo plazo, adecuada con los requerimientos de la industria periodística actual.

Respecto al profesorado, a pesar de la congelación de la tasa de reposición y de los reajustes drásticos que han afectado a la carga docente, ha cumplido correctamente con sus funciones. El profesorado ha sido suficiente en número, ya que la imposibilidad que promocionar o ampliar la plantilla fija ha sido paliada a través del incremento de docentes de tiempo parcial y Sustitutos interinos. Actualmente ha salido a concurso una nueva plaza de ayudante doctor. Además, **el perfil del profesorado ha mejorado cualitativamente** por el amplio número de sexenios (14) y acreditaciones obtenidas (14). Se espera que una vez superada las tensiones de la crisis económica y resueltos los concursos de promoción a los que conducen las acreditaciones del profesorado, la plantilla final al frente del grado será aun más destacable cualitativamente.

Finalmente, la formación continua del profesorado y su compromiso con la innovación docente garantizan la continuidad de unos resultados de aprendizaje que pueden calificarse de óptimos. Un análisis de las **calificaciones globales del conjunto de asignaturas de la titulación** en los periodos nos da la muestra de la evolución del grado en este aspecto, mediante esta tabla la cual se muestra un índice de suspensos a la baja en los dos primeros años del grado y manteniéndose por debajo del 12% en los dos últimos años, un incremento paulatino de los sobresalientes:

	% 2010-11	% 2011-12	% 2012-13	% 2013-14
<b>APROBADO</b>	22.45%	29.43%	24.68%	21.68%
<b>MATRÍCULA HONOR</b>	3.52%	2.48%	3.32%	2.85%
<b>NOTABLE</b>	45.95%	41.51%	50.34%	45.84%
<b>SOBRESALIENTE</b>	12.67%	11.76%	13.21%	18.41%
<b>SUSPENSO</b>	15.41%	14.82%	8.45%	11.22%

#### Fortalezas y logros

- El personal administrativo y de servicios, muestra un nivel de satisfacción muy alto y en crecimiento en el ítem de satisfacción con el Programa Formativo.
- El personal docente e investigador, también muestra un nivel de satisfacción alto y en crecimiento en el nivel de satisfacción con el Programa Formativo.
- Se ha incrementado en número de sexenios y acreditaciones, estas últimas a la espera de ser materializadas en mejores plazas docentes.
- La labor docente esta altamente considerada entre los alumnos del grado, 3,86 con respecto a la del centro que es 3,77.
- Asimismo la actuación docente se mantiene en alza con respecto a la del centro y dentro de la media de la UMA.
- La infraestructura ha mejorado notablemente, tanto en medios técnicos como espacios para



atender todas as necesidades del grado.

- El número de suspensos se mantiene por debajo del 12% y crece sosteniblemente el número de calificaciones de sobresaliente.

**Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

- La tasa de éxito ha bajado medio punto respecto al curso anterior, es la consecuencia lógica a las modificaciones que se han dado en el actual panorama universitario. Lo que se corresponde lógicamente con el descenso de la tasa de rendimiento.
- Asimismo ha aumentado la tasa de abandono con respecto a la media de la titulación, pero sigue siendo inferior con respecto a la media del centro. Es la consecuencia igualmente, del entorno socioeconómico de los alumnos universitarios en España.
- Las opciones de mejora en este aspecto, no se pueden desvincular de la mejoría del propio contexto social. Específicamente en el grado se están tomando decisiones avocadas a coordinar más efectivamente las asignaturas a fines, con el fin de elevar dentro de lo posible el rendimiento.
- Exactamente sucede lo mismo con la tasa de éxito, se buscan opciones reales que van encaminadas a coordinar asignaturas afines y actualizar el trabajo docente.