



DENOMINACIÓN DEL TÍTULO:

GRADO EN PUBLICIDAD Y EN RELACIONES PÚBLICAS

RESPONSABLE DEL TÍTULO:

JUAN ANTONIO GARCÍA GALINDO

FECHA DE REALIZACIÓN DEL AUTOINFORME:

ABRIL 2013

Índice

1. Información relativa a la puesta en marcha y a su Sistema de Garantía de la Calidad (SGC)
 - a) Aspectos a valorar sobre la implantación del título
 - b) Aspectos a valorar sobre el Sistema de Garantía de la Calidad
2. Información referida a los indicadores CURSA, incluyendo un análisis de los resultados del título
 - a) Indicadores CURSA
 - b) Indicadores del SGC
 - c) Observaciones globales sobre los resultados de los indicadores
3. Acciones de mejora llevadas a cabo a partir del análisis valorativo del título
 - a) Tratamiento que se ha dado tanto a las recomendaciones del informe de verificación como a las posibles recomendaciones realizadas en informes de modificaciones (así como a las que pudieran contener los sucesivos informes de seguimiento)
 - b) Justificación de las modificaciones no comunicadas al Consejo de Universidades introducidas en el plan de estudios
 - c) Modificaciones que han sido solicitadas al Consejo de Universidades

(Extensión máxima de 15 páginas)



1. Información relativa a la puesta en marcha y a su Sistema de Garantía de la Calidad (SGC)

a) Aspectos a valorar sobre la implantación del título

En el desarrollo del curso 2011/12 se ha dado cumplimiento a un amplio porcentaje de objetivos fijados en el Sistema de Garantía de Calidad de los títulos impartidos en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Para ello se ha mantenido con rigor las directrices que traza la Política de Calidad del centro.

En el auto informe del periodo anterior se señalaba como primer aspecto a solucionar la falta de espacio adecuado para el desarrollo fluido de las actividades docentes en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Durante el presente periodo la mayor parte de la docencia del primer nivel del grado se impartió en el Aulario Severo Ochoa, que se encuentra contiguo al centro. En este aspecto es importante destacar que para el curso 2013/14 el centro contará con el funcionamiento pleno de un edificio anexo que solucionará definitivamente las carencias de espacio. Cumpliendo de este modo totalmente el objetivo de espacio disponible que era la principal limitante.

Respecto a la dificultad señalada en el año anterior referida a la carencia de personal, esta ha sido superada efectuando la contratación del personal necesario para cubrir de forma satisfactoria las necesidades docentes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Como consecuencia de ello todas las materias han gozado de la implementación de actividad docente en tiempo y forma según indica la normativa.

Es importante destacar que a través de diferentes instrumentos formativos y comunicación interna los miembros de la comunidad universitaria (pdi, pas y alumnado) se han integrado en la nueva dinámica que ha implicado el desarrollo casi total del grado. El cual, se verá plenamente satisfecho normativamente en el curso 2013/14 con la implantación del cuarto curso de grado y la desaparición total de la licenciatura a nivel presencial. Cabe señalar la importante acción docente en materia de coordinación, con el fin de desarrollar una labor secuenciada en los contenidos de las diferentes materias que se imparten. Buscando de este modo hacer de las asignaturas elementos comunicantes e integrados en el plan formativo conjunto que debe ser el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Por parte de la acción docente es destacable el uso masivo del Campus Virtual como herramienta formativa y comunicativa integral entre docente y alumno. El desarrollo de este instrumento ha potenciado el acceso paulatino de los alumnos al nuevo sistema que supone un



estudio de Grado, influyendo de forma decisiva en la visibilidad de la evaluación continua. Este último apunte es de vital importancia ya que la evaluación continua es un aspecto que los alumnos del grado han solicitado como necesario para el correcto desarrollo de la acción formativa. El cual se ha visto satisfecho con la implementación señalada del Campus Virtual.

Por otro lado, la labor formativa interna del docente se ha reforzado con la adquisición de conocimientos por parte de nuestra plantilla de profesores. Formación avalada por los cursos que dispensa el rectorado de la universidad atendiendo a las necesidades propias del docente universitario de grado.

b) Aspectos a valorar sobre el Sistema de Garantía de la Calidad

El órgano responsable de gestionar, coordinar y realizar el seguimiento del Sistema de Garantía de Calidad del Centro, aplicable a este título, es la Comisión de Garantía de la Calidad del Centro. Esta Comisión, según se establece en su propio reglamento, tiene la siguiente composición:

- a) Decano o director, que actúa como presidente.
- b) Coordinador de la Calidad, que actúa como secretario. Este coordinador es, preferiblemente aunque no obligatoriamente, miembro del equipo de dirección del centro. Hasta el curso 2011/2012 se ha encargado de esta función la Vicedecana de Ordenación Académica.
- c) Un representante de cada una de las titulaciones oficiales (de grado y/o máster), que actúa como vocal. Dichos representantes son profesores con vinculación permanente en la Universidad de Málaga cuando representan a las titulaciones de grado, y profesores doctores con vinculación permanente a la Universidad de Málaga en el caso de las titulaciones de máster.
- d) Un representante de alumnos, que actúa como vocal.
- e) Un representante del Personal de Administración y Servicios, que actúa como vocal.
- f) Un miembro del Servicio de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social, que actúa como vocal-asesor, con voz pero sin voto.

Los miembros que integran en este caso concreto la Comisión de Garantía del Centro en los periodos 2009-2013 son los siguientes:



COMISIÓN 2009-2013

Nombre y Apellidos	Categoría	Fecha de Alta
Juan Antonio García Galindo	Presidente	02/04/2009
Inmaculada Gómez Postigo	Coordinadora	02/04/2009
Juan Fco. Gutiérrez	Vocal	02/04/2009
Ana Sedeño	Vocal	02/04/2009
Antonio Castillo	Vocal	03/12/2009
Rocío Chamizo	Vocal	02/04/2009
José Carlos Pérez Ariza	Vocal	16/07/2012
Marta Suarez	Vocal	12/04/2011
Juan Carlos Castillo Planes	Vocal	02/04/2009
José Manuel Borrego	Vocal Asesor	02/04/2009

COMISIÓN 2013

Nombre y Apellidos	Categoría	Fecha de Alta
Juan Antonio García Galindo	Presidente	02/04/2009
Ma. Victoria Gabilondo	Coordinadora	16/07/2012
José Luis Campos García	Vocal (Coord.CAV)	03/05/2013
Mercedes Cancelo	Vocal (Coord.PUB)	03/05/2013
Bella Palomo Torres	Vocal (Coord.PER)	03/05/2013
Antonio Castillo Esparcia	Vocal (Master)	03/12/2009
José Carlos Pérez Ariza	Vocal (Master)	16/07/2012
Andrés Calvo	Vocal	03/05/2013



Serrano		
Juan Carlos Castillo Planes	Vocal (PAS)	02/04/2009
José Manuel Borrego	Vocal Asesor	02/04/2009

Las funciones de esta comisión, fijadas en su reglamento, son las siguientes:

1. Propiciar la mejora continua de los planes de estudio.
2. Contribuir a superar el proceso de verificación (Aneca) de los títulos y apoyar procesos de evaluación ex-post (seguimiento y acreditación).
3. Elaborar y proponer para su aprobación el Manual de Calidad y los procesos del Sistema de Garantía de Calidad, responsabilidad del centro.
4. Implicar a todas las partes interesadas (profesorado, PAS, estudiantes, autoridades académicas, agentes externos) en los procedimientos de recogida de información pertinentes, asegurando la máxima participación.
5. Plantear las acciones de calidad de las titulaciones dependientes del centro de forma progresiva.
6. Velar para que la eficacia, eficiencia y transparencia sean los principios de gestión del centro.
7. Elaboración anual de un Plan de Mejora.
8. Análisis de las quejas, incidencias, reclamaciones y sugerencias recogidas.
9. Análisis de los resultados del procedimiento de evaluación y mejora con relación a los distintos grupos de interés, así como el establecimiento de las correspondientes acciones de mejora, seguimiento e implantación de las mismas.
10. Elaboración de un informe anual sobre cada uno de los extremos que conforman a los diversos procedimientos del Sistema de Garantía de la Calidad del centro.
11. Cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas.

Siguiendo la normativa fijada, se ha elaborado la memoria de calidad referida al curso 2011/2012, que se ha presentado para su aprobación y conocimiento en Junta de Centro. En dicha memoria se incluye un análisis de los resultados SGC, con especial referencia a las tasas de rendimiento, abandono, eficiencia y graduación, referido a las titulaciones, los posgrados y los grados impartidos en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Además, como puntos fuertes se destacan en dicha memoria las adquisiciones de infraestructuras encaminadas a favorecer una enseñanza de calidad. Así, en el curso



2011/2012 se acondicionó para uso académico y profesional un Aula de Radio; concluyeron las obras con las que se dividieron las aulas para acoger todos los grupos grandes y reducidos del grado; se creó una biblioteca sonora que alberga más de 10.800 singles y LP; se adquirieron cámaras de vídeo y micrófonos para las prácticas audiovisuales; se realizó el cableado para conectar el plató del sótano y las cabinas de edición; y también se instaló un K2, un servidor de vídeo de última generación, encargado de grabar y reproducir la producción videográfica que realizan los alumnos en el plató, sustituyendo cualquier soporte físico (DVD, cintas de vídeo).

b.2. Se analizará en este apartado cómo se han desarrollado los siguientes procedimientos del SGC

En el periodo 2011/2012 la Comisión de Garantía de Calidad indicó una serie de objetivos conducentes a mejorar la evaluación de la enseñanza impartida y entregar instrumentos más competitivos a los alumnos con el fin de cubrir las demandas actuales del entorno. Los objetivos y acciones desarrolladas son las señaladas a continuación:

OB01. Seguir fomentando el conocimiento de la política de calidad del centro entre la comunidad universitaria.

Para ello se procedió a la implementación de espacios en la web site del centro en los cuales se señalan todos aquellos aspectos referidos a procesos y políticas de calidad.

OB02. Coordinar los contenidos de la oferta formativa para que no existan solapamientos.

Durante el curso 2011/12 se procedió a la designación del Coordinador de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, con el fin de dar curso a la acción de implementar una figura que vele por el correcto funcionamiento de aspectos docentes del grado. En este sentido durante el periodo 2011/12 se procedió a la verificación de contenidos de las asignaturas integrantes del grado con el fin de ratificar los contenidos impartidos en cada materia y su desarrollo final, respecto al documento de verificación del grado.

En periodo 2012/13 se procederá a coordinar grupos de trabajo de materias afines con la intención de conectar programáticamente en aspectos de competencias prácticas los contenidos de las materias, para conseguir la satisfacción de las necesidades presentes del alumnado del grado.



OB03. Aprobar y garantizar el cumplimiento de la oferta académica y hacerla pública previamente al proceso de matriculación.

La oferta académica se publica antes de que los alumnos deban formalizar su inscripción. Señalando en la información dispensada al alumnado todos aquellos datos necesarios para hacer una elección adecuada y afín a los intereses de la comunidad de alumnos. Por lo tanto el alumno conoce las asignaturas y su itinerancia, los docentes responsables de la impartición de las materias, los horarios de desarrollo de la docencia, el contenido programático de cada asignatura, el horario de atención a tutorías de los docentes por materia, su ubicación, y todos aquellos aspectos que cumplan el objetivo de elegir en base a los criterios de formación completa y competitiva del grado.

OB04. Acercar a los estudiantes al mundo laboral en el que tendrán que ejercer su desempeño.

En el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, se cuenta con un porcentaje de docentes asociados que vinculan perfectamente el desarrollo de la actividad profesional con la enseñanza teórica del grado. De esta forma, cotidianamente los alumnos gozan de las herramientas profesionales de última generación que se implementan en el mercado laboral. La figura del docente asociado tiene sentido en pos de la necesidad de articular una visión profesional y eminentemente práctica en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Asimismo en periodo 2012/13 se pautarán los aspectos necesarios para implementar en el periodo siguiente los criterios para el desarrollo de prácticas profesionales, respondiendo de esta forma a la normativa vigente.

OB05. Implicar a los estudiantes para que participen en las estructuras organizativas del centro.

Los alumnos han tenido conocimiento en tiempo y forma, de los procesos y fechas articulados para incluirse activamente en el devenir organizacional del centro. De esta forma la comunidad estudiantil se implicó una vez más en el Consejo de Departamento y en la Junta de Centro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Asimismo se ha continuado con la participación durante el curso 2011/12 de los alumnos de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el Gabinete de Comunicación del centro. Ejercitando de este modo en la comunicación universitaria los conocimientos adquiridos en su formación académica. Cabe señalar que los estudiantes poseen la posibilidad de incorporarse a una oferta investigadora interna en la cual pueden completar su formación



desarrollando acciones metodológicas que impactan en resultados que posteriormente se difunden en foros académicos e investigadores. Cubriendo de este modo el espectro de aquellos alumnos que desean insertarse profesionalmente en la investigación.

No podemos dejar de mencionar el desarrollo del aspecto artístico del alumnado que conduce igualmente a un espectro profesional de la formación obtenida en el grado. El cual se desarrolla a través de la participación de los alumnos en “Galería Central,” espacio diseñado y dirigido por la profesora asociada perteneciente al grado, Dña. Tecla Lumbreras en el cual los alumnos exponen sus creaciones de forma periódica. En el citado espacio se procede al encuentro constante de la parte artística y por lo tanto profesional del alumnado, con los miembros de la comunidad universitaria y los visitantes del centro.

Por último durante el periodo 2011/12 en el desarrollo práctico de la asignatura Técnicas y Herramientas de las Relaciones Públicas coordinada por la Dra. Ana Almansa Martínez y asimismo impartida por las profesoras Dra. Mercedes Cancelo Sanmartín y Paloma López Villafranca, los alumnos crearon un Manual de Identidad para la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Los mejores trabajos fueron entregados al equipo decanal para su posible implementación. Constatando de este modo como las acciones prácticas en las materias impartidas en el grado se orientan al ámbito profesional y asimismo cumplen una función enriquecedora organizacionalmente para el centro.

En el curso 2011/2012 no se ha podido analizar todavía la inserción laboral de los graduados ni su grado de satisfacción con la formación recibida porque todavía no se ha completado la primera graduación de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas. La primera promoción se graduará en el curso 2013/2014.

En base a los objetivos cumplidos y las demandas del nuevo periodo académico se han fijado los siguientes objetivos para la consecución de las metas necesarias para responder a las demandas:

OB01 Continuar y fomentar el conocimiento de la política de Calidad del Centro, a través de las líneas de comunicación interna del centro.

OB02 Desarrollar el trabajo de los coordinadores de grado en la aplicación del mismo y en la coordinación de las actividades académicas, así como participar activamente en la Comisión de Calidad del Centro.



OB03 Impulsar la Comunicación interna del Centro para mejorar la información entre PDI, PAS y alumnos.

OB04 Desarrollar y aumentar el número de convenios con empresas para practicas de estudiantes.

OB05 Mejorar la orientación laboral de los estudiantes.

OB06 Fomentar la participación de los alumnos en proyectos de iniciación a la investigación.

▪ Procedimiento de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza.

Mediante el proceso PE05. Medición, análisis y mejora continua, se revisará cómo se ha desarrollado el proceso y si se han alcanzado los objetivos planteados.

Una vez al año, el Coordinador de Calidad presentará a la Comisión de Garantía de la Calidad del Centro los datos sobre las quejas recibidas tanto a través del buzón de quejas del Centro o por escrito al Consejo de Ordenación Académica.

Esto permitirá identificar y corregir las posibles deficiencias detectadas en este procedimiento; todo ello sin perjuicio de que dichas quejas sean atendidas individualmente según se contempla en la normativa de funcionamiento del Consejo de Ordenación Académica. Se tendrán en cuenta los siguientes indicadores:

- Tasa de abandono (IN04-PC06).
- Porcentaje de asignaturas con programa completo (IN25-PC06)
- Grado de cumplimiento de la planificación (IN26-PC06)
- Tasa de rendimiento (IN27-PC06).

La Comisión de Garantía de Calidad del Centro ha elaborado un plan de trabajo en el que recoge y analiza los niveles de satisfacción, estableciendo los indicadores de calidad. Para evaluar este apartado, se analizan cinco indicadores: la revisión de los programas formativos, la revisión del cumplimiento de la docencia, el porcentaje de programa de doctorado con mención de calidad, el número de títulos que se suspenden y la inserción en el tejido socioeconómico de los egresados.

▪ Procedimiento de evaluación y mejora del profesorado.

Para ello, bien cada Centro o la Universidad en conjunto:



- Se dotan de procedimientos que le permitan recoger y valorar información sobre sus propias necesidades de personal académico (perfil del puesto, competencias requeridas, etc.), de acuerdo con su política de personal.
- Cuentan con medios para recoger y analizar información relativa a las competencias y a los resultados actuales de su personal académico, con vistas al acceso, formación, evaluación del desempeño, promoción y reconocimiento.
- Tienen establecida una sistemática que le permite controlar, revisar periódicamente y mejorar de forma continua su política y actuaciones relacionadas con su personal académico.
- Disponen de procedimientos para regular y garantizar los procesos de toma de decisiones relacionados con el acceso, evaluación, promoción, formación y reconocimiento.
- Identifican el modo en que los grupos de interés (en especial profesores y personal de apoyo a la docencia) participan en la definición de la política de personal y en su desarrollo.
- Indican el procedimiento (cómo, quién, cuándo) seguido para rendir cuentas sobre los resultados de su política de personal.

Para cumplir las anteriores funciones, el SGC cuenta con los siguientes procedimientos documentados:

PE03. Definición de la política de personal académico.

PE04. Definición de la política de personal de administración y servicios.

PA03. Captación y selección del personal académico.

PA04. Captación y selección del personal de administración y servicios.

PA05. Evaluación, promoción, reconocimiento e incentivos del personal académico.

PA06. Evaluación, promoción, reconocimiento e incentivos del personal de administración y servicios.

PA07. Formación del personal académico.

PA08. Formación del personal de administración y servicios.

PC12. Análisis y medición de los resultados de la formación.

PE05. Medición, análisis y mejora continua.

PC14. Información pública.

En el caso del Departamento de Publicidad y Comunicación Audiovisual , una vez recibidos todos los resultados de las encuestas de satisfacción al alumno de las asignaturas adscritas a dicho departamento (elaboradas por el Centro Andaluz de Prospectiva), los docentes intercambian información con el fin de coadyuvar en la mejora de la calidad docente y de este modo responder a las necesidades de mejora.



- Procedimiento para garantizar la calidad de los programas de movilidad.

En el curso 2012/2013 se ha mantenido reuniones entre los coordinadores y la vicedecana de Movilidad del centro, con objeto de planificar mejoras y homogeneizar los criterios de las convalidaciones. También se ha puesto en marcha un nuevo procedimiento electrónico para gestionar el procedimiento vinculado a la movilidad.

- Procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas.

Mediante el proceso PE05. Medición, análisis y mejora continua, se revisará cómo se ha desarrollado el proceso y si se han alcanzado los objetivos planteados.

Se utilizarán los siguientes indicadores:

- Oferta de prácticas externas. (IN37-PC11).
- Nivel de satisfacción con las prácticas externas (IN38-PC11).

Dentro del proceso de revisión anual del Sistema de Garantía de la Calidad se incluirá la revisión del desarrollo de las Prácticas Externas evaluando cómo se han desarrollado y si han existido incidencias.

La Sub-COA de la titulación revisará el funcionamiento de las prácticas a fin de poner en funcionamiento acciones de mejora si fuesen necesarias. Asimismo, dentro del proceso de revisión anual del Sistema de Garantía de la Calidad, se comprobará la consecución de los objetivos de las prácticas en empresas.

No existen prácticas externas hasta el curso 2013/2014, y por dicho motivo no se han podido analizar, pero el procedimiento PC11 para la gestión de dichas prácticas será publicado antes de que concluya el curso 2012/2013.

- Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico, personal de administración y servicios y agentes externos).

Porcentaje de encuestas realizadas sobre el total de encuestas solicitadas (IN64-PA12).

- Nivel de satisfacción de los usuarios (IN65-PA12).

El Coordinador de Calidad del Centro, como resultado de la revisión anual del Sistema (PE05. Medición, análisis y mejora continua) propondrá al Vicerrectorado de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social las mejoras que estime oportunas para este



procedimiento.

- Procedimiento para el análisis de la atención a las sugerencias y Reclamaciones.

Mediante el proceso PE05. Medición, análisis y mejora continua, se revisan cómo se ha desarrollado el proceso y si se han alcanzado los objetivos planteados.

Se utilizarán los siguientes indicadores:

- Número de incidencias atendidas (IN62-PA11).
- Porcentaje de sugerencias implantadas (IN63-PA11).

Dentro del proceso de revisión periódica del Sistema de Garantía de la Calidad se incluirá la revisión del desarrollo de las incidencias, reclamaciones y sugerencias, planificando y evaluando cómo se han desarrollado las acciones pertinentes para la mejora.

El Equipo Directivo revisará el funcionamiento y resolución de las quejas y sugerencias.

No ha existido ninguna queja de la titulación, solo el envío por parte de los alumnos de grado de sugerencias acerca de los procesos de evaluación y publicación de las calificaciones on-line.

2. Información referida a los indicadores, incluyendo un análisis de los resultados del título

a) Indicadores CURSA

Los indicadores propuestos por la comisión CURSA se recogen entre los 36 indicadores del SGC. Los resultados para los cursos 2010/2011 y 2011/2012 se recogen en la siguiente tabla:

	2010/2011	2011/2012
IN03. Tasa de graduación	SD	SD
IN04. Tasa de abandono	SD	SD
IN05. Tasa de eficiencia	100	SD
IN27. Tasa de rendimiento	85,32	91,79



--	--	--

NOTA: En el caso de no disponer de información se incluirá en la casilla correspondiente "SD" (Sin datos).

b) Indicadores del SGC

2011-2012 - Resultados SGC (especial referencia a las tasas de rendimiento, abandono, eficiencia y graduación).

Para los grados aún no se puede calcular las tasas de graduación, abandono y eficiencia en el curso 2011-2012, al no haber promociones de Grado.

IN27. Indicador que mide la tasa de rendimiento del título.

Los resultados relativos a las tasas de rendimiento de las tres titulaciones de Licenciatura impartidas en el centro tiene una media de 78.89% Mejorando los datos del año anterior.

La tasa de rendimiento más elevada es la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas (81.78%), seguida de Comunicación Audiovisual (un 81.35%), por último, la de Periodismo (73.56%).

IN03. Es el indicador que ofrece información sobre la tasa de graduación del título.

En cuanto a las tasas de graduación, se sitúan en una media del 52.85% (Licenciado en Periodismo, 53.08%; Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, 59.60%; Licenciado en Comunicación Audiovisual, 45.77 %),

Se ve una mejora en las tasas de graduación en las tres especialidades y en la media de Facultad en relación al 45.77% de 2010-2011

IN04. Indicador que evalúa la tasa de abandono.

En cuanto a las tasas de abandono, la media de las tres titulaciones es de un 6.11%. Mejorando así los datos del 2010-2011 que fue de 7.38%

IN05. Indicador que ofrece la tasa de eficiencia.

En cuanto a las tasas de eficiencia de los citados títulos (que mide la relación porcentual entre el número total de créditos matriculados y los necesarios para la obtención del título), la media se sitúa en el 83.25%.



La tasa de eficiencia más alta es la correspondiente al título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (81.78%), seguida de Licenciado en Comunicación Audiovisual (81.35%) y Periodismo (73.56%).

IN02 Nivel de cumplimiento de los objetivos de Calidad

2011-2012: 90%

IN16 Porcentaje de Acciones de mejora

2011-2012: 85%

IN23 Porcentaje de estudiantes que participan en actividades de orientación (acogida)

2011-2012: 90%

IN37 Oferta de prácticas externas 2011-2012:

En Licenciatura no se ofrecen prácticas de empresa integradas en el Plan de estudios.

En Grado todavía no se ha terminado de implantar Grado en la Facultad, por lo que no estamos en posesión de los datos.

c) Observaciones globales sobre los resultados de los indicadores

c.1. Aspectos a valorar sobre los Indicadores CURSA

La tasa de eficiencia, encargada de medir la relación porcentual entre el número total de créditos matriculados y los necesarios para la obtención del título) no se ha podido calcular porque la primera promoción del grado no ha finalizado sus estudios.

La tasa de rendimiento, número de créditos superados/número de créditos matriculados, en las tres titulaciones que se imparten en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, son: 85,43% en Comunicación Audiovisual, 85,62% en Periodismo y 91,79% en Publicidad y Relaciones Públicas. Destacando en este caso el resultado obtenido en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas que una vez más ha respondido a su sintonía cercana al 90% en rendimiento.

Respecto a la tasa de éxito, número de créditos superados/número de créditos presentados, ha sido un 84,93% manteniéndose en equilibrio con la del periodo anterior de 85,19%. Respecto a la media de los tres grados impartidos en el centro se posiciona como el grado con más tasa de éxito.



Por último señalar que la tasa de abandono aun no se encuentra disponible. Asimismo la tasa de graduación no es posible dispensarla debido a que la primera promoción del grado tendrá lugar en el curso 2013/14.

c.2. Aspectos a valorar sobre otros indicadores

La tasa de rendimiento en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas experimentó un crecimiento considerable que lo posiciona indiscutiblemente como el grado con mayor rendimiento de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. El porcentaje de rendimiento fue del 91,79%. Del 81,34% que se obtuvo en el curso 2010-2011, en el curso 2011-2012 se ha logrado una mayor tasa de rendimiento del 85.43%. El análisis de esta variación indica que han sido efectivas las acciones de mejora aplicadas en el curso, con el apoyo fundamental del personal docente PDI, PAS, estudiantes, y autoridades académicas.

Como ya mencionamos anteriormente, aún no se puede calcular las tasas de graduación, abandono y eficiencia en los grados del curso 2011-2012, al no haber promociones de Grado.

3. Acciones de Mejora llevadas a cabo a partir del análisis valorativo del título

En base a la Memoria de resultados del curso académico 2011-2012 del Sistema de Garantía de la Calidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, fueron definidas determinadas Acciones de Mejora en base a su análisis. A continuación señalamos dichas acciones y los resultados cumplidos.

AM01 Potenciación de la Web del Centro con información sobre la Gestión de Calidad, difundiendo la información a la comunidad universitaria. Se ha cumplido la acción de mejora con actualización de la documentación y difusión de la información a través de la Web y los canales internos.

AM02 La designación de Coordinadores de Centro en las tres titulaciones. Se ha cumplido la acción de mejora, se han designado a los Coordinadores de Centro que han revisado los programas académicos para evitar solapamientos.

AM03 La realización de la programación docente de las titulaciones. La acción de mejora se ha cumplido en su mayor parte, los cambios en la carga docente del profesorado y el retraso de los resultados del POD, generó cierto retraso. Pero se ha cumplimentado la oferta académica.



AM04 Realizar una función de mediación entre el mundo laboral y el alumnado.

La acción de mejora se ha cumplido realizando una función de mediación entre empresas y solicitudes de alumnos. Además se han realizado charlas de orientación a los alumnos en el campo de las habilidades laborales.

AM05 Fomentar la participación de los alumnos en las actividades de orientación laboral. Se considera cumplida la acción de mejora. La mayor participación en ferias académicas y la integración de los alumnos en la organización de las mismas de manera activa. Así como fomentar iniciativas de crear Guías de Centro para los nuevos alumnos.

a) Tratamiento que se ha dado tanto a las recomendaciones del informe de verificación como a las posibles recomendaciones realizadas en informes de modificaciones (así como a las que pudieran contener los sucesivos informes de seguimiento)

Las recomendaciones de los informes de verificación y seguimiento del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, se han recibido correctamente y se están diseñando aquellas acciones que cumplan con los objetivos propuestos para responder a los aspectos señalados a mejorar. Para ello la Comisión de Calidad del Sistema de garantía de Calidad del Centro ha diseñado una estrategia basada en la operativa de mejora avocada a los siguientes aspectos:

AM01 Actualización constante de contenidos en la Web, reunión de la Comisión de Calidad del Centro. Fortalecer el conocimiento de SGC en la comunidad universitaria del centro.

AM02 Implicación más activa de los Coordinadores de Grado en la Comisión de Calidad del Centro y en el seguimiento en la aplicación correcta del Grado en las tres titulaciones.

AM03 Utilizar activamente los canales de comunicación interna del centro para mejorar la información y participación de la comunidad universitaria en las actividades realizadas.

AM04 Aumentar los convenios con empresas para la realización de prácticas del alumnado y facilitar su inserción laboral

AM05 Fomentar, apoyar y aumentar la creación de grupos de Iniciación a la Investigación.

b) Justificación de las modificaciones no comunicadas al Consejo de Universidades introducidas en el plan de estudios



No existe ninguna modificación en el Grado comunicada al Consejo de Universidades.

c) Modificaciones que han sido solicitadas al Consejo de Universidades

No existe ninguna modificación comunicada al Consejo de Universidades.