



Anexo I. Estructura del Autoinforme de seguimiento del Título

AUTOINFORME SEGUIMIENTO curso 20/21
(Convocatoria 21/22)

Datos de identificación del título

UNIVERSIDAD: Universidad de Málaga		
ID Ministerio	2501985	
Denominación del título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	
Curso académico de implantación	2010/11	
Web de la titulación	https://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas	
Oferta de título doble	SI	
	NO	X
En su caso especificar la/las titulación/es y el/los centro/s.		
Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial-Híbrida, virtual, a distancia).	presencial	
Fecha de verificación	30/06/2010	
En su caso fecha de la última modificación aprobada.	13/07/2010	
En su caso fecha de la última renovación de la acreditación.	22/07/2021	
Sistema de Garantía de Calidad	Centro	X
	Título	

1. Información pública disponible (IPD): web

Análisis

A continuación, se describen las acciones de difusión de la información relativa al título que se consideran relevantes para los estudiantes, alumnos potenciales y los agentes sociales. También se detallan los mecanismos orientados a la actualización de dicha información.

Difusión Web y otras acciones de difusión y publicidad del título.

En la web de la UMA existe un enlace desde el que se puede acceder a la información actualizada relativa al Título de Publicidad y Relaciones Públicas (<http://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>). Al contenido publicado en ese enlace, también es posible acceder desde la web del centro (<https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion>). Dicho contenido ofrece información detallada sobre el programa formativo ofrecido, la dinámica de su desarrollo, los resultados obtenidos, así como un resumen de los principales indicadores y su evolución en los últimos años.

Para la difusión de **información de interés específico para el alumnado**, al margen de los contenidos publicados en la web, el decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación gestiona, a través del Campus Virtual, la **Sala de Estudiantes** de Ciencias de la Comunicación. A través de esta herramienta, el estudiantado puede disponer de información inmediata y, además, cuenta con la posibilidad de retroalimentación. Considerando sus características, una de las principales utilidades de este canal es el refuerzo de la información de carácter administrativo (como es el caso de plazos o la explicación de determinados procedimientos). La posibilidad de llegar a todo el alumnado hace que esta herramienta se aproveche también para informar sobre actividades complementarias (como seminarios, conferencias y otras actividades). Finalmente, la flexibilidad de esta sala virtual (que permite que los estudiantes reciban mensajes en sus correos electrónicos) la convierte en un canal idóneo para transmitir avisos urgentes como cambios en asignaciones de espacios u horarios, etc.



En los últimos años, las **redes sociales** han cobrado especial relevancia como vehículo de comunicación, no solo para el alumnado, sino también para otros interlocutores del Título. Conscientes de ello, desde el año 2016 la Facultad viene empleando redes sociales para difundir información de interés. Así, en ese año empezaron a funcionar sus espacios en [Facebook](#), [Twitter](#), [Youtube](#). Los dos primeros, por su carácter, presentan información más actualizada, y permiten una mayor interacción con los diferentes grupos de interés y facilitan la labor de escucha activa, mientras que el tercero se utiliza más como repositorio de vídeos, y cada vez más en la emisión de directos, especialmente de eventos. Finalmente, en abril de 2020, considerando el creciente uso por parte de la población, se abrió un espacio en la red social [Instagram](#), que se ha venido utilizando como vehículo informativo sobre congresos, jornadas, notificaciones importantes (muchas de ellas referidas a cuestiones relativas a la Covid-19...). Los espacios en las plataformas descritas son comunes para los tres títulos que acoge la Facultad de Ciencias de la Comunicación, y existe un enlace desde la web del centro a cada una de las redes sociales descritas. La razón de esta conexión es la conveniencia de evitar abrir múltiples canales que pudieran generar confusión en el alumnado y el hecho de que mucha de la información que en las publicaciones se refleja (plazos, conferencias, jornadas, talleres...) pudiera ser de interés para todo el alumnado del centro.

Al margen de la información, debidamente actualizada en la web y en las redes sociales, siguen funcionando los **tablones informativos tradicionales**.

Como acción informativa orientada especialmente al alumnado potencial se destaca la participación en las **acciones Destino UMA**, dirigidas a estudiantes preuniversitarios. Dichas acciones se concretan en las Jornadas de Puertas Abiertas, Visitas al Centro y Mesas Redondas de Decanos. A través de los encuentros mencionados, se ofrece información específica sobre el Título al potencial alumnado y se responde, de manera inmediata, a cualquier duda o se profundiza en aspectos que puedan suscitar especial interés entre los asistentes.

En las Jornadas de Puertas Abiertas, un grupo de estudiantes se encarga de la ideación y diseño del stand que representa a la Facultad de Ciencias de la Comunicación. También se ocupan durante las jornadas de dinamizar el stand con actividades, además de atender al estudiantado de bachillerato y secundaria que participa en el encuentro, en busca de información sobre los estudios de nuestro Centro.

Paralelamente a las jornadas, se programan también Visitas al Centro que coordinan un grupo de estudiantes cicerones de la Facultad, que acompañan al estudiantado de centros de secundaria de la provincia de Málaga que visitan nuestro Centro.

Para los estudiantes de primer año, se organiza al comienzo de cada curso académico un **acto de bienvenida**. Este encuentro les ayuda a familiarizarse con las dinámicas de funcionamiento del centro y del grado y les permite conocer los principales servicios y recursos. Esta acción se complementa con la **guía de bienvenida** (<https://cutt.ly/UgfWhYV>) que aparece en la web del centro y que es de utilidad no sólo en los primeros momentos de incorporación al centro, sino como documento para consultar en cualquier momento para solucionar dudas de manera rápida.

Como apoyo audiovisual, existen **vídeos promocionales** sobre: el centro, las salidas profesionales, la oferta académica y las instalaciones. A ellos se accede desde la web de la facultad (<https://cutt.ly/9f4l0TO>) y desde la red social Youtube (<https://cutt.ly/bf4l8me>).

Desde el curso 2018/2019 también existen los llamados **mentores**, un grupo de estudiantes, normalmente de 3º y 4º curso, que se ocupa de hacer un acompañamiento y tutorización horizontal a los estudiantes de primero con el objetivo de facilitar su incorporación a la vida universitaria. Hacen una presentación en las aulas a los estudiantes de primero, atienden sus consultas, por correo y de manera presencial en el espacio de representación estudiantil de la Facultad en un horario establecido, además de tener presencia en redes, que es donde se producen la mayoría de las consultas e interacciones.



La Facultad de Ciencias de la Comunicación cuenta con una emisora de radio y televisión ([Comutopía](#)) que ofrece información actualizada y completa sobre la Universidad de Málaga, la Facultad de Ciencias de la Comunicación y el Título. Sobre todos ellos difunde contenidos relativos a múltiples asuntos de interés para universitarios y para la sociedad en general. Bajo la coordinación de profesorado de la Facultad, y contando con el apoyo del equipo de técnicos de laboratorios, el trabajo informativo recae en estudiantes que colaboran o realizan sus prácticas en la emisora.

En la comunicación interna con el PDI y el PAS, el **correo electrónico** se articula, a través de **listas de distribución**, como la vía principal de comunicación, si bien también existen diferentes salas de reuniones por grupos de trabajo en el campus virtual y una sala de profesorado.

Finalmente, y aunque todos los canales descritos hasta el momento ofrecen posibilidad de retroalimentación, existe un canal exclusivo de información ascendente: un buzón de quejas y sugerencias desde el que se accede a través de la [web del Título](#).

Asimismo, y en relación con las comunicaciones de carácter más genérico, en ocasiones se difunde información a través del envío de comunicados de prensa a los medios desde el Gabinete de Comunicación del centro.

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

Son diversas las vías de actualización de la información relativa al Título de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Málaga.

Por una parte, cada curso, una vez aprobados los **horarios** y las **guías docentes** de las asignaturas del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, la información se difunde en la **web** del centro. Asimismo, se ofrece información de cualquier publicación (así como de posibles actualizaciones) a través de la **sala de estudiantes** y en las **redes sociales**, principalmente a través de Facebook, Twitter e Instagram, ya que el carácter de Youtube la convierte en una herramienta menos flexible para este tipo de actualizaciones. Tanto la sala de estudiantes como las redes sociales son instrumentos muy empleados para la actualización de la información dirigida al alumnado.

Además de esta información, se realizan cada curso **reuniones temáticas** para tratar asuntos relativos a las prácticas externas, los trabajos fin de grado y la oferta asignaturas optativas (que vienen a completar la información sobre todas estas cuestiones ya recogidas y actualizadas en la página web). Hasta el curso 19-20, dichas reuniones han sido presenciales y, este curso 21-22 se realizaron de forma telemática, debido a las restricciones por las especiales circunstancias originadas por Covid'19.

Además, con respecto a las prácticas externas y la coordinación de TFG se ha habilitado un espacio en Campus Virtual con información pública para que los alumnos para resolver dudas, y mantenerlos informados.

Finalmente, y de manera específica, para hacer llegar las notificaciones sobre actualizaciones de información al PAS y al PDI se emplean las **listas de distribución de correo electrónico**.

Estado de las propuestas de mejora y recomendaciones

- Se recomienda continuar con la iniciativa de traducir al inglés los principales contenidos de la web.

Hay una primera fase en la que se puede acceder al menú principal en inglés (https://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas?set_language=en), y está en proceso continuar con la traducción de los contenidos.



- Se recomienda continuar con la iniciativa de facilitar el acceso a la web de los discapacitados y de las empresas.

La Universidad de Málaga está actualmente trabajando desde la Oficina de Atención a la Discapacidad con una asesoría especializada para lograr el sello Triple A e implementar en la web los necesarios cambios para que sea accesible a personas con discapacidad. Se está trabajando en incorporar un apartado de **información a empresas** en la web de la Facultad y en la del Título. En dicho apartado se podría apuntar al link donde se ofrece información sobre el centro y su oferta académica y a las prácticas externas.

- Se recomienda ampliar la información de las pestañas, en particular las de prácticas externas y el TFG.

Se ha habilitado un espacio para informar sobre las prácticas externas y la coordinación de TFG en Campus Virtual con información pública para que los alumnos para resolver dudas, y mantenerlos informados. <https://campusvirtual.cv.uma.es/>

Además de información pública sobre prácticas profesionales (<https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/100708/practicas-profesionales-2016-2017>) y sobre la realización de TFG (<https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/128978/trabajo-fin-de-grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>)

- Se recomienda añadir una pestaña específica del profesorado, que incluya versiones abreviadas de los CVs.

Esta recomendación está en proceso de realización, tras la petición al departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad sobre la publicación de los CV's del profesorado, teniendo en cuenta que el departamento es conjunto y habría que hacer una diferenciación entre el profesorado de un grado y otro. Esta recomendación está en proceso.

-Según el indicador IN28, el alumnado ha mejorado considerablemente su percepción de la información pública del título, llegando a la puntuación de 5 sobre 5. En el caso del profesorado ha sido en orden contrario, ya que no ha mejorado la puntuación con respecto a la información pública del grado en la web. En general, para el alumnado el nivel de información facilitada y/o disponible sobre la titulación corresponde a una puntuación máxima.

Adenda Covid-19

En cada **guía docente** de las asignaturas del título (https://www.uma.es/centers/subjects_center/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/5022/) se ha mantenido la adaptación al modo bimodal y virtual, implantado el pasado curso debido a la pandemia. Aunque no ha sido necesaria esta información las guías docentes estaban preparadas para los distintos escenarios expuestas de forma pública.

Evidencias Generales

ENLACES DE INTERÉS	
Página web del título	https://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas
Página del RUCT	https://www.educacion.gob.es/ruct/estudio.action?codigoCiclo=SC&codigoTipo=G&CodigoEstudio=2501985&actual=estudios
Informe de verificación	http://deva.aac.es/seguimientoTitulos/common/verInformeVerificacion.asp?idtitulo=489



Guías docentes	https://www.uma.es/centers/subjects_center/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/5022/
Planes de mejora del título	https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?id=27&mode=list&perpage=1000&search=&sort=291&order=DESC&advanced=0&filter=1&advanced=1&f_291=&f_280=&f_279=GRADUADO%2FA+EN+PUBLICIDAD+Y+RELACIONES+P%C3%9ABLICAS+POR+LA+UNIVERSIDAD+DE+M%C3%81LAGA&f_274=&f_273=&f_281=&f_292=&f_272=&f_283=
Memorias de resultados del título	https://www.uma.es/media/tinyimages/file/Graduado-a en Publicidad y Relaciones Publicas ultima Memoria_VERIFICADA_1.pdf
Informes Seguimiento de la DEVA	http://deva.aac.es/API/1/seguimiento/informe/publico/489/9/3
Autoinformes de Renovación de la Acreditación previos	https://www.uma.es/media/tinyimages/file/AutoinformePUBLICIDAD.pdf
Informes de Renovación de la Acreditación DEVA	http://deva.aac.es/seguimientoTitulos/common/verInformeFinal.asp?idtitulo=489&idconvocatoria=2&tipo=ACRED
Publicación de los resultados del título	<p>De forma personalizada se publican una tabla resumen de indicadores en la página web del título</p> <p>https://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas</p> <p>Tabla resumen de los indicadores del título que se publica en la web</p> <p>https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiM2U0NzU4YTItNDgyOC00MmYwLWlzM2UtMmQ5ODk1ZmMzY2ExliwidCI6ImU3ZjUzZjNmLTZyNmItNDNhZC04MDdlLTU3Yzk2NmZmN2RiOCIsImMiOiJh9</p>
Sistema de Garantía de la Calidad	https://calidad.cv.uma.es/course/view.php?id=2
Plan de Estudios del Título	https://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas/info/9705/plan-de-estudios-publicidad-y-rrpp/



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

INDICADOR	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN28	X	3,51	3,32	X	5
IN52	X	X	3,78	5	3

IN28. Nivel de satisfacción del estudiante con la información pública del título en la web (1-5)

IN52. Nivel de satisfacción del profesor con la información pública del título en la web (1-5)

2. Aplicación del sistema de garantía interno de la calidad

Análisis

El Sistema de Garantía de la Calidad aplicable al título es el del Centro al que está adscrito dicho título.

En la Universidad de Málaga se diseñaron, siguiendo las directrices del Programa AUDIT de la ANECA, Sistemas de Garantía de la Calidad de Centros. El alcance de dichos Sistemas son los títulos oficiales de Grado y Máster adscritos a dicho Centros.

La documentación relativa a dichos Sistemas se encuentra en una [Sala de Campus Virtual](#). En dicha Sala se puede consultar el mapa de procesos, los planes de mejora, las memorias de resultados, etc.

Además, en el curso 2020-21 se crea un entorno de trabajo en SharePoint para gestionar toda la información relativa a los Sistemas (documentos, indicadores, informes, etc.):

https://uma365.sharepoint.com/sites/COA_Centros

Una de las utilidades destacables de esta herramienta es que permite a los usuarios la descarga de los informes de indicadores para su análisis.

El objetivo a medio/largo plazo es trabajar con este entorno de trabajo puesto que parece ser mucho más útil que el Campus Virtual.

Por otro lado, en la página web del Servicio de Calidad se publica (para la consulta por parte de cualquier usuario interno y externo) el Observatorio de Resultados de la Universidad. En dicho Observatorio, seleccionando el título deseado se pueden consultar los resultados de los indicadores a lo largo de los últimos cursos:

<https://www.uma.es/calidad/info/108545/informacion-estadistica-calidad/>

En el siguiente [enlace](#) se pueden consultar los Indicadores que se recogen en el Sistema, así como su fórmula de cálculo.

En el proceso [PE03. Medición, análisis y mejora](#) del Sistema se establece que el Sistema se debe revisar de forma periódica, con vistas a una mejora continua.

En la página web de cada Centro se recoge un apartado denominado "Calidad" donde se publica la información del Sistema que se considera útil para el usuario: composición de la Comisión responsable del Sistema, actas de dicha Comisión, Memorias de Resultados, etc.

Indicadores del SGC relacionados con el Criterio 2

INDICADOR	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
-----------	---------	---------	---------	---------	---------



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

IN45	8,29%	20,74%	13,78%	1,82%	0,18%
IN46	17,02%	13,59%	21,37%	X	X
IN51	X	X	17,9%	3,8%	12,9%

IN45. Tasa de respuesta del cuestionario de estudiantes del SGC
 IN46. Tasa de respuesta del cuestionario de egresados del SGC
 IN51. Tasa de respuesta del cuestionario de profesores del SGC

3. Diseño, Organización y Desarrollo del Programa

Análisis

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

El título de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga fue verificado en 2010 y modificado en 2015. En 2019, además, la Comisión de Seguimiento de Ciencias Sociales y Educación de la Agencia Andaluza del Conocimiento, ha emitido un informe de seguimiento del Plan de Mejora. En 2021, se aprobó el autoinforme de renovación de acreditación del título de Publicidad y Relaciones Públicas.

En lo que respecta a la atención a las recomendaciones recibidas, los aspectos reseñables son:

En las memorias anuales (<https://calidad.cv.uma.es>) el nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de apoyo a la formación ha descendido ligeramente; mientras que el grado de satisfacción con respecto al cumplimiento de la planificación ha ido aumentando progresivamente desde el curso 2016-17, hasta alcanzar una puntuación de 4,42 sobre 5.

En las memorias anuales (<https://calidad.cv.uma.es>) se hace una revisión de la **satisfacción de prácticas externas y movilidad** (recomendación 10 del Informe de Seguimiento) y de la **satisfacción del PAS y los empleadores** (recomendación 11). En ambos casos, existen datos sobre el Título recogidos en el Observatorio (<https://calidad.cv.uma.es/mod/page/view.php?id=375>) que nos ofrecen información sobre este aspecto.

Esa misma línea se observa en las encuestas que miden la satisfacción general de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas aunque los datos no están actualizados para el curso académico que nos ocupa.

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN27. Nivel de satisfacción del estudiante con la coordinación del profesorado (1-5)	2,22	2,81	2,55		
IN28. Nivel de satisfacción del estudiante con la información pública del título en la web (1-5)	3,07	3,51	3,32		5,00
IN29. Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de apoyo a la formación (1-5)	3,29	3,98	3,56	3,75	3,00
IN48. Nivel de satisfacción general del profesorado con el título (1-5)			3,44	5,00	3,83
IN30. Nivel de Satisfacción la guía docente (P1 CANP)	4,00	3,99	4,28	4,37	4,40
El profesor cumple con la planificación establecida en la guía docente	4,04	4,00	4,36	4,47	4,47
IN31. Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P11 CANP)	3,83	3,80	4,02	4,14	4,40
IN31. Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P12 CANP)	3,86	3,77	4,16	4,21	4,23
IN33. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares (1-10)			8,05	7,77	
IN49. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares (1-10)			8,08	7,58	
IN34. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas extracurriculares (1-10)	8,22	7,71	7,89	8,19	
IN35. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas extracurriculares (1-10)	9,33	7,92	7,83	8,64	8,72
IN37. Nivel de satisfacción movilidad saliente	4,57	4,63	4,89	4,52	4,50
IN39. Nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la actividad docente Título CANP(1-5)	3,98	3,94	4,25	4,30	4,34
IN50. Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de orientación profesional (1-5)	3,96	3,64	3,33	3,46	4,72
IN40. Nivel de satisfacción del estudiante con los servicios del Centro (1-5)	3,47	3,66	3,66	3,29	3,40
IN41. Nivel de satisfacción del estudiante con las instalaciones (1-5)	3,71	3,30	3,21	3,00	2,00
IN42. Nivel de satisfacción del estudiante con los estudios (1-5)	3,05		3,25		4,00
IN43. Nivel de satisfacción general del egresado con el título (1-5)	2,72	3,62	3,36	3,23	3,47



Ante los bajos niveles de participación, se ha planteado una acción de mejora, se ha puesto en marcha una campaña de motivación para ampliar el margen de participación en las encuestas (<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?d=27&rid=18735&filter=1>).

El informe de seguimiento de 2019 recoge la recomendación (número 4) de **modificar la guía docente y PROA para detallar horas de dedicación estudiante** (https://www.uma.es/centers/subjects_center/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/5022/). De acuerdo a esta indicación, se ha procedido a publicar en las guías docentes las horas de dedicación del estudiante, acción de mejora (<https://calidad.cv.uma.es/mod/data/view.php?d=27&rid=17133&filter=1>)

Sobre el Título (y en respuesta a la recomendación 6) se celebran puntualmente actividades de **gestión y orientación profesional**. Se han iniciado una Subcomisión de Orientación Profesional de la Facultad de CC. de la Comunicación el pasado 21 de octubre de 2020, para el conocimiento por parte del alumnado de un servicio de orientación profesional, prácticas y empleo dentro de la universidad. Una segunda necesidad que se detecta es la de crear en el estudiantado novel una actitud más proactiva en el diseño y puesta en marcha de su proyecto formativo-profesional e ir proporcionándole, a medida que avanza en su formación, información, herramientas, competencia y habilidades que le faciliten su tránsito a un nivel de formación superior o su acceso al mundo laboral. En tercer lugar, señalar la escasa inquietud emprendedora que se detecta en el alumnado en general y el desconocimiento de esta opción como vía para su desarrollo profesional. https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/navegador_de_ficheros/SecretariaCCCCOM/descargar/CALIDAD/PAOS/PAO_CC.Comunicacion_19_20-2.pdf

En lo que se refiere la recomendación 16 (**prospección empresas de prácticas**) la normativa de prácticas de la facultad tiene como exigencia para hacer efectiva la práctica para el alumnado, el que el tutor de empresa sea graduado/licenciado en Comunicación (<https://www.uma.es/media/files/NormativaPracticasCCCCOM.pdf>). Por este motivo, algunas de las ofertas realizadas a través de Ícaro (la primera fase de esa oferta de prácticas) no se materializan (es decir, no pasan a una fase de acuerdo con la Universidad). Este requisito es imprescindible para garantizar el objetivo último de la realización de estas prácticas por el alumnado.

A través de contactos de docentes con el mundo empresarial, ha habido un acercamiento de empresas que se han interesado por estas prácticas, siempre que se cumplan los requisitos establecidos en la normativa.

Avances en el desarrollo normativo, instrumentos de planificación.

Aunque se trata de normas de aplicación a toda la Facultad, a continuación, se relacionan las normativas vigentes para el Título de Publicidad y Relaciones Públicas. Todas ellas son accesibles desde <https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/128806/normativa/>

1. Reglamento de funcionamiento interno de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (2020).
2. Reglamento Comisión de Ordenación Académica y Calidad (2020)
3. Normativa Trabajo Fin de Grado (2021)
4. Normativa Prácticas Curriculares (asignatura de prácticas profesionales) (2019)
5. Reglamento de Concesión de Premio Extraordinario Grados (2017)
6. Procedimiento de Asignación de Grupos de Docencia (Grados) (2021)
7. Reglamento de Verificación de la actividad docente (2017)
8. Reglamento del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (2021)

Procesos de gestión administrativa del título; reconocimiento de créditos, gestión de movilidad, gestión de prácticas externas, cursos de adaptación o complementos formativos.

Los principales órganos colegiados y comisiones que participan activamente en el Grado son los siguientes:



- Departamento: a través de él se gestiona la asignación docente, elaboración de guías y su aprobación en el Consejo de Departamento.
- Comisión de Ordenación Académica y Calidad: elaboración de informe sobre Guías Docentes y supervisión de la aplicación del reglamento, estudio de quejas y reclamaciones, aprobación del calendario del curso académico y análisis de cualquier incidencia relacionada con estos temas.
- Junta de Centro: aprobación definitiva de las modificaciones en la oferta de los títulos oficiales y títulos propios, aprobación de las guías docentes, asignación docente, calendario académico, horarios y fechas de exámenes del Grado.
- Coordinación de Grado: se encarga de establecer acciones de coordinación docente, elabora el autoinforme de seguimiento del grado, trata de detectar las deficiencias de carácter académico que impacten en el grado, así como proponer acciones de mejora a las mismas, así como asesoramiento en la elaboración de las guías docentes por el profesorado.
- Comisión de reconocimiento de créditos que se encarga de valorar las solicitudes del alumnado con respecto a las equivalencias de asignaturas cursadas durante sus estancias en otras universidades -Erasmus, Séneca-, por prácticas profesionales o la realización de cursos formativos que complementan la adquisición de determinadas competencias.

La información relativa a las prácticas curriculares se localiza en la url <https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/100708/practicas-profesionales-2016-2017/>

En el último curso, 70 estudiantes realizaron sus prácticas curriculares en 33 empresas diferentes. Toda la información para la gestión de las prácticas curriculares se desarrolla a través de la plataforma Ícaro (<http://icaro.ual.es/uma>). Existe una coordinadora de las prácticas profesionales en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas que se reúne al inicio de cada curso con los alumnos para explicar la dinámica de las prácticas y, posteriormente, realiza un seguimiento individualizado de cada caso durante todo el proceso, a través de consultas personales, correos electrónicos, mensajes en Campus Virtual... Además, hay un vídeo explicativo que se encuentra alojado en el Campus Virtual de la asignatura y que busca ofrecer una descripción clara de todo el procedimiento. Por su parte, el Vicedecano de alumnos supervisa el correcto desarrollo de las prácticas y el cumplimiento de la normativa referida a las mismas.

Más allá de estas prácticas curriculares, la Universidad de Málaga, oferta un conjunto de prácticas de carácter extracurricular. La información concerniente a las mismas se puede encontrar en el site del centro, en el apartado <https://www.uma.es/practicas/info/59449/practicalsextracurriculares/>. En el último curso académico (2020-21), han realizado prácticas extracurriculares 51 alumnos, el doble del curso anterior 2019-20, con solo 25 alumnos.



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

TIPO	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
GRADO						
Total prácticas curriculares+extra	87	97	147	132	85	121
IN32. Prácticas curriculares matriculadas	73	76	69	84	86	80
Prácticas curriculares superadas	64	64	56	56	60	70
IN33. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares				4,02	3,89	4,21
Nivel satisfacción de las empresas curriculares				4,04	3,79	4,05
Nivel satisfacción estudiante con la supervisión del tutor laboral prácticas curriculares				4,44	4,20	4,51
Nivel de satisfacción con la disponibilidad del tutor académico prácticas curriculares				4,08	4,08	4,58
Prácticas extracurriculares	23	33	91	76	25	51
IN34. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas extracurriculares	4,10	4,11	3,86	3,95	4,10	3,74
Nivel satisfacción estudiante con la supervisión del tutor laboral prácticas extracurriculares	4,28	4,03	3,66	4,03	4,10	3,96
Nivel de satisfacción con la disponibilidad del tutor académico prácticas extracurriculares	3,57	3,88	3,61	3,70	4,00	3,55
IN35. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas extracurriculares	4,29	4,30	3,83	3,88	4,06	4,10
IN49. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares				4,04	3,79	4,05

En lo que respecta a la **movilidad**, 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 (<https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/40746/coordinadores/>). La movilidad de los alumnos (así como su nivel de satisfacción) en los últimos años queda recogida en la siguiente tabla:

	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Núm. Alumnos Matriculados	542	579	593	595	550	555
IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente ERASMUS	44	32	31	34	27	15
IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente (Resto de programas)	10	10	5	5	5	1
IN36. Número de estudiantes que participan en programas de movilidad saliente (Erasmus+Resto)	54	45	38	44	39	20
IN37. Nivel de satisfacción del estudiante que participa en programas de movilidad saliente	4,69	4,57	4,63	4,89	4,52	4,50
IN38. Número de estudiantes que participa en programas de movilidad entrante	49	59	49	58	72	32
IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente para SICUE-SENECA		3	2	5	7	4
Recuento de IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente dividido por Núm. Alumnos Graduados	66,67 %	47,37 %	36,54 %	33,59 %	39,00 %	15,63 %

La oferta de prácticas curriculares ha descendido mínimamente entre el pasado curso (2019-20) y el presente (2020-21), teniendo en cuenta que ha podido **afectar la crisis de la Covid-19** en cuanto la oferta y la realización de las mismas. Los niveles de satisfacción con las prácticas por parte de los estudiantes curriculares están en un 4,21 (sobre 5), por lo que se considera una buena puntuación; siendo un poco más baja la puntuación de las extracurriculares con un 3,74 sobre 5.

Con respecto al empresario, el grado de satisfacción de las prácticas extracurriculares tiene un carácter ascendente progresivo desde el curso 2017-18, llegando al curso 2020-21 a una puntuación de 4,10 sobre 5. En la misma sintonía se encuentra el nivel de satisfacción del empresario con respecto a las prácticas externas curriculares.

Los niveles de **satisfacción de movilidad** de estudiantes del Título se sitúan cercanos a 5 sobre 5 y no sufren grandes oscilaciones en los años de los que se dispone datos. El hecho de una bajada de alumnos que participaran en movilidad saliente puede ser consecuencia de las limitaciones de movilidad de otros países, así



como recomendaciones para viajar a otros países. Puede que la razón del descenso de alumnos de movilidad entrante sea también la crisis de la Covid-19, ya que ha descendido de 27 a 15 alumnos en esta titulación.

La movilidad de los alumnos (así como su nivel de satisfacción) en los últimos años queda recogida en la siguiente tabla:

Curso	Movilidad entrante	Movilidad saliente	Nivel de satisfacción promedio
16/17	59	39	4,57
17/18	49	33	4,63
19/20	58	35	4,89
20/21	36	36	4,5

Finalmente, en lo que respecta a los **cursos de adaptación o complementos formativos** , la información sobre reconocimiento de créditos y convalidaciones se recoge en la web <https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/104603/convalidacion-reconocimiento-y-adaptacion/> . En concreto, para el Título de Publicidad y RR.PP.; en dicho espacio se localizan:

- Tablas de convalidación y/o reconocimiento con otras universidades y/o estudios. <https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/104607/grado-en-comunicacion-audiovisual-convalidacion-otras-universidades/>
- Tablas de reconocimiento por estudios superiores no universitarios. [https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/navegador_de_ficheros/SecretariaCCCCOM/descargar/RECONOCIMIENTO-CAV/FORMACION%20PROFESIONAL/CAV-FP-\(05-12-2019\).pdf](https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/navegador_de_ficheros/SecretariaCCCCOM/descargar/RECONOCIMIENTO-CAV/FORMACION%20PROFESIONAL/CAV-FP-(05-12-2019).pdf)
- Tabla de adaptación de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Málaga) y el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Málaga). https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/navegador_de_ficheros/SecretariaCCCCOM/descargar/RECONOCIMIENTO-CAV/AdaptacionLicenciaturaCAV.pdf
- Tabla de convalidación entre el título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Málaga) y el título de Grado en Periodismo (Universidad de Málaga) y el título de Grado en Comunicación Audiovisual (Universidad de Málaga). https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/navegador_de_ficheros/SecretariaCCCCOM/descargar/RECONOCIMIENTO%20PUBLICIDAD/Reconocimiento%20entre%20grados%20uma.pdf

Por otra parte, los estudiantes de nuevo ingreso, desde el curso 2019-2020 tienen la opción de realizar los denominados Cursos Cero que organiza la Facultad para estudiantes de los tres grados (o participar en las actividades formativas de extensión universitaria (<https://www.titulacionespropias.uma.es/cursos.php?codigo=8&view=all>) que se van proponiendo puntualmente.

Los cursos Cero que imparten los profesores del Departamento son los siguientes:



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

I Curso de Extensión Universitaria Iniciación al Audiovisual, creación, ciencia y técnica al servicio del Conocimiento: lenguaje audiovisual, fotografía, realización, documental, cine, dirección de arte y radio (81558120001-1). (https://www.enseñanzaspropias.uma.es/informacion_curso.php?id_curso=6903241) y el I Curso de Extensión Universitaria presentación de trabajos académicos de Ciencias Sociales: formatos oral, escrito, audiovisual y digital (81557120001-1) (https://www.enseñanzaspropias.uma.es/informacion_curso.php?id_curso=6903239).

Recomendaciones

Se recomienda hacer las prácticas externas obligatorias.

La asignatura de prácticas externas es optativa, y en estos momentos no podemos proceder a cambiar su carácter, pero lo tomaremos en consideración en un futuro plan de estudios o en la modificación del actual.

Evidencias imprescindibles:

Los resultados de los indicadores, así como información detallada de los resultados de las distintas actividades, se publican en la página web del Servicio de Calidad:

<https://www.uma.es/calidad/info/108545/informacion-estadistica-calidad/>

De forma personalizada se publican una tabla resumen de indicadores en la página web del título

<https://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>

La documentación del SGC se encuentra en una Sala de Campus Virtual:

<https://calidad.cv.uma.es/course/view.php?id=2>

Indicadores del SGC relacionados con el Criterio 3

INDICADOR	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN29	X	3,98	3,56	3,75	3
IN30	4,11	4,08	4,34	4,41	4,42
IN32	76	69	84	86	80
IN33	X	X	4,02	3,89	4,21
IN34	4,11	3,86	3,95	4,10	3,74
IN35	4,30	3,83	3,88	4,06	4,10
IN36	32	31	34	27	15
IN37	4,57	4,63	4,89	4,52	4,5
IN38	59	49	58	72	32
IN48	X	X	3,44	X	X
IN49	X	X	4,04	3,79	4,05

IN29. Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de apoyo a la formación (1-5)



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

IN30. Nivel de satisfacción del estudiante con el grado de cumplimiento de la planificación (1-5)
 IN32. Prácticas externas curriculares matriculadas
 IN33. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares (1-5)
 IN34. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas extracurriculares (1-5)
 IN35. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas extracurriculares (1-5)
 IN36. Número de estudiantes que participan en programas de movilidad saliente
 IN37. Nivel de satisfacción del estudiante que participa en programas de movilidad saliente (1-5)
 IN38. Número de estudiantes que participa en programas de movilidad entrante
 IN48. Nivel de satisfacción general del profesorado con el título (1-5)
 IN49. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares (1-5)

4. Profesorado

Análisis

A continuación, se muestra una serie de datos sobre el profesorado que imparte docencia en el Título, que permite realizar una valoración sobre la idoneidad de la plantilla docente.

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN21_Tasa de afiliación a la S.S. a los cuatro años de terminar (Inserción del Ministerio)	79,17 %			
IN22_Profesorado Universidad de Málaga	19	20	18	24
IN22_Profesorado Funcionario	9	10	9	10
IN22_% de Profesorado Funcionario	47,37 %	50,00 %	50,00 %	41,67 %
IN23_Número de profesores evaluados positivamente con DOCENTIA o similar	3	4	3	7
IN23_% de profesores con evaluación docente	16 %	20 %	17 %	29 %
IN24_Profesores que han realizado cursos de formación	13	26	23	24
IN24_% Profesores que han realizado cursos de formación	68,42 %	130,00 %	127,78 %	100,00 %
IN25_Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *	18		18	
IN25_% Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *	94,74 %		100,00 %	
IN26_Profesores doctores	19	20	18	24
IN26_% Profesores doctores	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %
% de profesores de la titulación que tienen un sexenio vivo				
IN27. Nivel de satisfacción del estudiante con la coordinación del profesorado (1-5)	2,81	2,55		
IN28 IPD estudiantes	3,51	3,32		5,00
IN29. Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de apoyo a la formación (1-5)	3,98	3,56	3,75	3,00
IN30_Satisfacción del estudiante con el cumplimiento de la planificación (P2 y 1 CANP)	4,00	4,32	4,42	4,43
IN31_Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P11 y 12 CANP)	3,78	4,09	4,18	4,31
IN32_Prácticas externas curriculares matriculadas	69	84	86	80
Prácticas extracurriculares	91	76	25	51
Total prácticas curriculares+extra	147	132	85	121

Como se puede apreciar en la imagen anterior, ha habido un descenso en el número de profesores funcionarios en el título (IN22), pasando de un 50% a un 41,67%. Esto puede ser debido a las jubilaciones que se han producido y que han sido cubiertas por profesores no funcionarios o profesores sustitutos interinos a la espera que se convoquen las plazas vacantes.

En el momento de realización del informe, se está a la espera de la resolución de seis plazas de ayudante doctor que se encuentran en el último proceso para la contratación, y trece que están siendo suplidas por PSI.El departamento que imparte docencia principalmente en los títulos de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, consta de Catedráticos (2), Titulares (8), Contratados Doctores (20), Profesores Colaboradores (2), Ayudantes Doctores (2), Asociados (10), PSI (14) y externo (1). Lo que supone un 41,67% de personal funcionario.

En las plazas de ayudante doctor, no obstante, el profesorado podría impartir docencia en cualquiera de los títulos del Departamento: Publicidad y Relaciones Públicas y/o Comunicación Audiovisual.



Con respecto a la evaluación del Plan Docencia, el porcentaje de profesores evaluados positivamente corresponden al 27%, siendo un aumento considerable desde el curso 2017-18 que solo era un 16% de los mismos. Otro de los indicadores para la medición de la calidad docente radica en la realización de cursos de formación llegando en este curso al 100% de los mismos; mientras que la participación del profesorado en Proyectos de Innovación Educativa durante el curso 2019-20, fueron 100.

Por último, cabe destacar que el porcentaje de profesores doctores que imparte docencia en el título es de un 100%, cuestión muy importante que se traduce en la calidad de la enseñanza. Además, en el curso 2020-21 el profesorado tiene reconocido 13 sexenios, de los que 12 están vivos. Por último, un 60% de los profesores que pueden solicitar sexenios lo han conseguido, siendo reconocidos 28 en 2020-21.

Como acciones llevadas a cabo en relación a la mejora de la calidad docente del profesorado, destacan las siguientes:

- Incremento de la movilidad internacional del profesorado.
- Incremento del número de proyectos de investigación y contratos firmados.
- Incremento del porcentaje de profesores que siguen cursos de formación.
- Incremento de participación en proyectos de innovación educativa.

Disponibilidad de criterios de selección del profesorado y asignación de estudiantes para los TFM y TFG. Perfil del profesorado que supervisa TFM/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 (https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/navegador_de_ficheros/SecretariaCCCCOM/descargar/NORMATIVAS/REG-TFG-CCCOM-15-12-2021.pdf). Asimismo se ofrece información detallada sobre este asunto en un apartado específico en la web de la titulación (<https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/128978/trabajo-fin-de-grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas/>). Por otra parte, la coordinadora explica todo el procedimiento en las reuniones que anualmente mantiene con los alumnos de último curso.

La tutorización es ejercida por profesorado con dedicación a tiempo completo o parcial, del área de conocimiento al que está adscrita la asignatura (Comunicación Audiovisual y Publicidad). El profesorado contratado a tiempo parcial cuya relación contractual con la Universidad de Málaga sea inferior a un curso académico, el personal investigador en formación, los ayudantes y el personal investigador contratado con obligaciones docentes en sus contratos, puede co-tutorizar trabajos. Cada TFG podrá contar como máximo con un tutor o tutora y un cotutor/cotutora.

El personal docente que actúa como tutor en cada curso académico es propuesto por el Departamento en el proceso de asignación de la 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. El listado de posibles tutores de cada titulación y las líneas temáticas de TFG asociadas, una vez aprobado en Consejo de Departamento, se remite a la coordinadora de TFG y al decanato del Centro, para su posterior aprobación en la COA y en la Junta de Centro.

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 docentes al alumnado matriculado se realiza, de manera ordinaria, en dos fases:

1) En la primera fase, cada estudiante que desee proponer un tema para su TFG, debe contar con el visto bueno del docente que elija, mediante un acuerdo. Asimismo, el personal docente, que lo desee podrá proponer también 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 participará el alumnado que no haya resultado adjudicatario de autorización. En primer lugar, se hará pública una lista de los temas y tutores disponibles. Asimismo, se publicará una lista ordenada de los estudiantes 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 alumnado debe 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 el estudiantado procedente de una 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 aún no asignadas por orden de preferencia.

De acuerdo a lo establecido en el reglamento aprobado en 2021, cada tutor evalúa los TFG de sus estudiantes hasta una calificación de 9. En este apartado se valora, entre otros aspectos, el grado de cumplimiento del cronograma, los recursos bibliográficos y la metodología, la redacción, la originalidad del trabajo. Y los tribunales de TFG realizan la evaluación de aquellos estudiantes que optan a matrícula de honor, entre los mejores proyectos, a propuesta del profesorado que tutorizó los TFG, teniendo en cuenta además de los aspectos mencionados, la exposición y defensa durante 20 minutos.

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

Las prácticas curriculares son supervisadas por la Coordinadora de la asignatura Prácticas Profesionales. Esta labor, en la actualidad, recae en una docente con categoría de Profesora Titular de Universidad. Las funciones de esta tutora 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 <https://www.uma.es/media/files/NormativaPracticasCCCOM.pdf>) :

Sus obligaciones son:

- Realizar todas las funciones encomendadas como coordinador de las asignaturas de prácticas de las diferentes titulaciones, entre las que se encuentra la elaboración de la guía docente de la asignatura y la cumplimentación de los correspondientes informes de las actividades desarrolladas por los estudiantes tutorizados.
- 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 tanto en fechas como en contenidos.
- 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.



- El departamento al que esté adscrito el tutor académico será responsable de su sustitución, temporal o permanente, cuando se den casos de baja prolongada o se produzca la finalización de la relación contractual con la Universidad de Málaga.

- Los derechos y obligaciones de los tutores son los recogidos en la normativa de prácticas externas de la Universidad de la Málaga.

Por otra parte, las prácticas extracurriculares que la Universidad de Málaga oferta a aquellos estudiantes 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 y también enlazado en la web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, se encuentra definido el perfil de los tutores de prácticas, así como sus funciones (<https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/100708/practic-as-profesionales-2016-2017/>).

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

La persona que ejerce la coordinación del Título desarrolla distintas acciones para coordinar el programa formativo.

-Revisión anual de las guías docentes de las diferentes materias que integran el plan de estudios.

-Reuniones con los coordinadores de las asignaturas del título. Además, se han llevado a cabo sondeos entre estudiantes. Con todo ello se busca ofrecer una orientación vertical y horizontal entre las distintas asignaturas y cursos del Título.

-Reuniones de la Vicedecana de Ordenación Académica con los coordinadores de los diferentes títulos impartidos en el Centro.

- Reuniones anuales con los estudiantes de tercer y cuarto curso y con los profesores de optativas para informar de la oferta y de la dinámica específica de cada asignatura.

- Reuniones anuales para informar sobre las prácticas curriculares a las que los estudiantes del título tienen acceso.

- Reuniones informativas anuales sobre el TFG.

A la hora de coordinar las distintas asignaturas del grado se parte del análisis de resultados publicados en las memorias anuales. De manera sistemática se hace una revisión de los contenidos a desarrollar de acuerdo con las guías docentes. Tras esta revisión, y en función de los puntos donde se detectan posibles solapamientos y sinergias se establecen reuniones con el profesorado de las distintas materias. Todo ello, es respaldado con la coordinación horizontal de los tres títulos que oferta el centro.

Se han organizado reuniones con docentes para la coordinación tanto vertical como horizontal, así como la posibilidad de generar sinergias con las distintas asignaturas de grado, para su implementación en el curso 2021-22, con el fin de actualizar las guías docentes para una información y difusión adecuada en tiempo y forma al alumnado.

Además, se han realizado otras acciones como los grupos focales a alumnos de los distintos cursos del grado de Publicidad y Relaciones Públicas para conocer sus opiniones con respecto a contenidos, profesorado, ...de carácter cualitativa para poder implementar mejoras orientadas al alumnado. Las conclusiones de esta investigación han sido tenidas en consideración para mejorar la labor de la coordinación de grado para el curso próximo.



Recomendaciones

-Se recomienda que el profesorado someta su dedicación al Programa Docentia

En relación al procedimiento de evaluación de la actividad docente del profesorado, en sesión ordinaria de [28 de mayo de 2021 del Consejo de Gobierno](#) de la Universidad de Málaga se acuerda aprobar el Programa "DOCENTIA-UMA", procedimiento para la evaluación de la actividad docente del profesorado de la Universidad de Málaga. Actualmente estamos en proceso de verificación por parte de la DEVA. Este procedimiento de evaluación de la actividad docente es único para todo el profesorado universitario con una relación contractual y docencia recogida en el Plan de Ordenación Docente (POD). Por tanto, su alcance es universal, y tendrá carácter obligatorio, si bien la implantación se hará de forma progresiva teniendo en cuenta los recursos humanos y materiales disponibles. La Universidad de Málaga llevará a cabo una planificación anual en la que se establecerá el nivel de participación por Departamentos/Centros.

Actualmente sigue vigente el [procedimiento transitorio](#) de evaluación de la actividad docente del profesorado. Para más información se puede consultar el siguiente [enlace](#).

No obstante, ha habido una evolución favorable desde el curso 2019-20 hasta el curso 2020-21, desde el 17% al 29% del profesorado con Certificado de Calidad, por lo que se han cumplido los términos de esta recomendación.

-Se recomienda aumentar el número de tutores de prácticas externas.

Se realizará un mayor seguimiento de la cantidad de personas que tutorizan las prácticas en empresas y la atención personalizada que reciben. También se realizará un sondeo cualitativo para conocer mejor las prácticas reales y su tutorización.

-Se recomienda seguir tomando medidas para que la satisfacción con la coordinación alcance niveles más elevados. Se han organizado actividades en cuanto a la coordinación docente de forma horizontal como verticalmente, haciendo reuniones con los distintos profesores para que adecuen sus contenidos en cuanto a la graduación de conocimientos, así como de actividades complementarias entre asignaturas. También se ha recordado al profesorado sus funciones como coordinador de asignaturas, así como responsabilidades y obligaciones. Además, tras la realización de *focus group* se han obtenido información muy útil para poder mejorar aspectos relacionados con el alumnado.

-Se recomienda llevar acciones para aumentar el número de profesorado funcionario.

En la actualidad, aunque la plantilla aún cuenta con un alto número de profesorado sustituto interino, en el último curso se han convertido cuatro plazas de profesor Contratado Doctor a Titular. En la actualidad, están convocadas dos plazas más para convertir figuras de Contratado Doctor a Titular. No obstante, estas plazas de profesorado pueden impartir docencia dentro del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, siendo dos titulaciones diferentes.

Además, está en proceso de resolución la contratación de seis profesores ayudantes, y cinco más que están en proceso de proceso de baremación. Este incremento, en los próximos cursos, repercutirá en la reducción del peso de la carga de los profesores sustitutos interinos, convirtiéndose en Ayudantes Doctores.

A través del servicio de calidad se han comenzado a registrar datos de satisfacción del profesorado.

Por último, los perfiles y funciones del profesorado que tutoriza TFG y el profesorado que coordina las prácticas se detallan en las respectivas normativas que se han citado previamente. A pesar de que en el último curso se ha detectado que ha aumentado el porcentaje de alumnos que no se presentan al TFG en el curso en el que se matriculan, cabe destacar que ha aumentado el nivel de sobresalientes como calificación final. Durante el



presente curso se ha intentado a través de charlas motivar al alumnado para que no posponga la realización del mismo al siguiente año académico.

Indicadores del SGC relacionados con el Criterio 4

INDICADOR	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN22	X	47,37%	50%	50%	41,67%
IN23	X	16%	20%	17%	29%
IN24	X	68,42%	130%	127,78%	100%
IN25	X	94,74%	X	100	X
IN26	X	100	100	100	100

IN22. Proporción de profesores funcionarios

IN23. Proporción de profesores evaluados positivamente con DOCENTIA o procedimiento similar

IN24. Proporción de profesores que han realizado cursos de formación

IN25. Participación del profesorado en Proyectos de Innovación Educativa

IN26. Porcentaje de profesores doctores

INDICADOR	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN27	2,22	2,81	2,55	X	X
IN39	3,98	3,94	4,25	4,30	4,34

IN27. Nivel de satisfacción del estudiante con la coordinación del profesorado (1-5)

IN39. Nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la actividad docente (1-5)

5. Infraestructuras, servicios y dotación de recursos

Análisis

Se debe aportar información sobre la adecuación de la utilización y dotación de las infraestructuras y recursos materiales y humanos implicados en la gestión del título (personal de apoyo y personal de administración y servicios), su correcto desarrollo y se valorarán en su caso, los posibles cambios de infraestructuras, recursos materiales para realizar las diferentes actividades formativas, y su adecuación a las necesidades detectadas.

En caso que el título imparta enseñanza semipresencial y no presencial (a distancia y online) se valorará si cuenta con los recursos necesarios en infraestructura y personal de apoyo. Se tendrán en cuenta los posibles cambios sobre el tamaño de los grupos, y cómo afectan el desarrollo de las actividades formativas y las metodologías de enseñanza-aprendizaje.

Se constatará el correcto desarrollo de los servicios necesarios para poder garantizar la orientación académica y profesional del estudiantado.

Merecerá especial atención la información aportada sobre el funcionamiento de los centros e instalaciones en las que el estudiantado realiza prácticas de las asignaturas, prácticas externas y la movilidad. En el caso de que el título oferte prácticas externas se valorará el número de plazas ofertadas en relación con el número de alumnado que ha realizado las prácticas, así como el número y la adecuación de las empresas con las que se tienen convenios de colaboración educativos. En caso de un título verificado condicionado al cumplimiento de compromisos con empresas, se informará sobre los compromisos formalizados en convenios.



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

El título debe informar, en su caso, de cómo ha atendido y resuelto posibles aspectos de mejora/recomendaciones o aspectos de especial seguimiento/recomendaciones de especial seguimiento incluidas en los informes de verificación, modificación, seguimiento o renovación de la acreditación referidas a los contenidos de este criterio. Las acciones de mejora que puedan surgir de atender estos aspectos, deben estar contenidas en el plan de mejora del título.

Se deben incluir los enlaces con las evidencias que apoyen el análisis de este apartado.

Indicadores del SGC relacionados con el Criterio 5

INDICADOR	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN29	3,29	3,98	3,32	X	5
IN40	X	3,12	3,12	2,4	2,83
Biblioteca	X	4,03	4	4	X
Cafetería	X	2,84	2,58	X	3
Conserjería	X	3,62	3,77	X	4
Limpieza	X	4,32	4,21	X	3
Reprografía	X	4,03	4,09	X	4
Secretaría	X	3,01	3,19	3,20	3
IN41	X	3,30	3,21	3	2
IN50	4	X	X	4	5

IN29. Nivel de satisfacción del estudiante con los servicios de apoyo a la formación (seminarios, talleres, charlas, etc.)

IN40. Nivel de satisfacción del estudiante con los Servicios del Centro: biblioteca, cafetería, conserjería, limpieza, reprografía y secretaría (1-5)



IN41. Nivel de satisfacción del estudiante con las instalaciones (1-5)

IN50. Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de orientación profesional (1-5)

6. Resultado e Indicadores

Análisis

Según establece el proceso estratégico [PE03. Medición, análisis y mejora](#) del Sistema de Garantía de la Calidad, los títulos oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Málaga deben hacer un análisis de los resultados de cada curso académico. Este análisis se recoge en la Memoria de Resultados del título, donde además de analizar los resultados del título, se hace un análisis de los planes de mejora existentes y, en su caso, se definen nuevos planes de mejora. Los resultados de los [Indicadores del SGC](#) se publican en el [Observatorio General de la Universidad](#) y en la página web del título se recoge una tabla con los principales resultados, así como el enlace al Observatorio general para ampliar información.

A nivel de Centro se elabora una Memoria de Resultados del Centro (<https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/71163/memoria-anual-de-resultados-del-sgc/>), donde se realiza un análisis del despliegue del SGC, de los resultados, de las líneas estratégicas, de los planes de mejora y en su caso se establecen nuevos planes de mejora.

El [estudio de inserción laboral de la Junta de Andalucía](#), que ofrece para cada promoción de egresados desde el curso 2011-12 hasta el curso 2018-19 información detallada sobre la empleabilidad de los graduados, que se sitúa en un 30,4% en categoría de inserción total laboral; siendo en Andalucía, un 23,3%, y reduciéndose en el resto de España al 7,1% (datos de los egresados del 2018-19)

Valoración de en qué medida las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación están orientados a la consecución de las competencias y objetivos de la titulación: grado de consecución de las competencias enunciadas en el título verificado.

En la totalidad de las guías docentes de las asignaturas del Título (https://www.uma.es/centers/subjects_center/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/5022/) se recogen las competencias y objetivos de la titulación que contemplan, cubriéndose las competencias previstas para cada caso en informe de verificación del grado (<https://www.uma.es/media/tinyimages/file/Graduado-a-en-Publicidad-y-Relaciones-Publicas-ultima-Memoria-VERIFICADA-1.pdf>).

La totalidad de las asignaturas recoge un **sistema de evaluación** específico para el alumnado a tiempo parcial y/o deportistas de alto nivel. Además, en cada caso, se especifican, de manera clara, los procedimientos de evaluación en las distintas convocatorias, incluida el escenario virtual y mixto, que no hemos tenido que implementar, pero las guías estaban preparadas para cualquier escenario docente. Este curso se ha hecho un especial hincapié en proporcionar completa información a todos los alumnos especialmente, sin olvidar a estos alumnos a tiempo parcial y los de alto rendimiento deportivo.

La fórmula metodológica predominante en las actividades formativas es una combinación entre la lección magistral y actividades prácticas. Además, un buen número de asignaturas recrean elementos del mundo profesional no sólo empleando prácticas, sino incluyendo charlas o coloquios de discusión con profesionales del sector. Entre las actividades no presenciales sobresalen la realización de actividades de carácter práctico y los trabajos.

En lo que respecta a la evaluación, destaca la combinación de la realización de pruebas escritas (en muchos casos tests) y la valoración de prácticas, participación y trabajos. El hecho de que todas las asignaturas contengan una parte práctica facilita la evaluación continua de las mismas. Este curso, a raíz de la enseñanza bimodal, se fomentó la evaluación continua basada en muchos casos en prácticas realizadas individualmente y de manera grupal.



Todas las guías docentes recogen el modo de adaptación a los escenarios bimodal y virtual que se plantean en el curso 2020-2021, especificando cuáles serían los cambios en las actividades formativas y de evaluación. Además, se explican, en caso necesario, cuáles serían los cambios en el contenido, motivados por la falta de presencialidad de parte o de la totalidad del alumnado. Finalmente, todas las asignaturas contemplan, en los escenarios bimodal y virtual, la realización de tutorías de forma preferentemente virtual y síncrona.

Valoración sobre las calificaciones globales del título y por asignaturas

En lo que respecta a otros indicadores que nos proporciona también el Observatorio del Servicio de Calidad, podemos subrayar que las plazas ofertadas se mantienen durante todos los cursos en 130 (según el IN01), siendo aumentadas en cada curso, llegando las 136 en la fase final de la matrícula (IN02). Esto nos deja ver que cada año, no solo se cubren las plazas ofertadas, sino que **existe una demanda alta** con respecto al título.

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
IN01. Número de plazas ofertadas Grados	130	130	130	130	130
IN01. Número de plazas ofertadas Máster					
IN02. Matrícula fase final Grados	131	135	129	134	136
IN02. Matrícula fase final Máster					
IN03. Matrícula estudiantes en primera opción Grados	117	120	117	117	112
IN03. Solicitudes 1ª opción Máster DUA					
IN04. Estudiantes de nuevo ingreso	126	130	124	132	134
IN05. Tasa de ocupación Grados (IN02/IN01)	100,77 %	103,85 %	99,23 %	103,08 %	104,62 %
IN05. Tasa de ocupación Máster (IN02/IN01)					
IN06. Tasa de preferencia Grados	205,4 %	182,3 %	177,7 %	197,7 %	191,5 %
IN06. Tasa de demanda Máster (Demanda/oferta)					
IN09. Estudiantes matriculados en la titulación	593	595	550	555	555
IN10. Número medio de créditos matriculados por estudiante	52,27	50,43	51,89	53,18	50,71
IN11. Tasa de Rendimiento (dwh)	89,91 %	89,50 %	92,23 %	94,43 %	
IN12. Tasa de Éxito (dwh)	96,43 %	96,30 %	98,13 %	98,42 %	
IN13. Tasa de Eficiencia RD 1393 (Créditos necesarios/matriculados)	96,97 %	97,35 %	97,42 %	98,04 %	
IN14. Tasa de Evaluación (dwh)	93,24 %	92,94 %	93,99 %	95,95 %	
IN15. Estudiantes egresados	104	131	100	128	

Con respecto al IN03, sobre la matrícula de estudiantes en primera opción, observamos que en el curso 2019-20 ha habido un descenso, pero sigue manteniéndose muy elevada en comparación con las plazas ofertadas. Los **estudiantes de nuevo ingreso** (IN04), en este caso, aumentan con respecto el año anterior, siguiendo una dinámica al alza.

Medir la tasa de ocupación de la titulación (IN05) significa conocer la relación porcentual entre el número de estudiantes matriculados en la titulación y el número total de plazas ofertadas, tras el proceso de admisión. Concretamente en el caso de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, tenemos un dato muy favorable ya que supera el total, con un 103,08%.

Por otro lado, para conocer la relación porcentual entre el número de alumnos que han demandado la titulación en primera opción sobre la oferta total utilizamos el indicador (IN06) en el que observamos en la tabla que tiene una subida en el último año cercana al 200%. Dato óptimo para demostrar el **interés de la titulación para los estudiantes de nuevo ingreso**. Finalmente, también se observa un aumento con respecto al curso anterior de **estudiantes matriculados en la titulación**, a través del indicador (IN09).

Con respecto los estudiantes matriculados en la titulación (IN10) se observa un aumento porcentual, aunque es una cifra no demasiado alta, se puede explicar por el interés de un alumnado que escogen la titulación a tiempo parcial para compaginarla con responsabilidades laborales. Lejos de ser peyorativo, podemos definirlo como alumnos con gran interés en su formación, a pesar de la poca disponibilidad horaria.



La **tasa de rendimiento del alumnado** (IN11) tiene también una dinámica ascendente llegando en curso 2019-20 a los 94,43%. De la misma forma, que la tasa de éxito que asciende a los 98,42%, también en aumento.

El indicador (N13) muestra el exceso de créditos que han requerido los estudiantes de una cohorte para obtener el título, midiendo la diferencia entre el número de créditos efectivamente matriculados por los graduados respecto a los créditos en que debían de haberse matriculado. En este caso, el valor es 98,04%, lo cual significa que **los estudiantes no han tenido que realizar muchas matrículas** en algunas materias del plan de estudios.

Siguiendo con la tasa de evaluación, para conocer la relación entre los créditos matriculados y los presentados, con una tendencia ascendente cada curso y muy cercana al 100% (95,95%), lo que significa que los alumnos en su gran mayoría se presentan a las asignaturas en **convocatoria ordinaria**.

Si contabilizamos los **estudiantes egresados**, según IN15, podemos comprobar que esta cifra ha ido aumentando, a excepción del curso 2018-19. No obstante, en el curso 2019-20 ha aumentado considerablemente con respecto a los cursos anteriores en casi aproximadamente un 30%.

Si analizamos los datos del indicador (IN16) sobre la **tasa de abandono** del título podemos demostrar que desde los últimos ha habido una **reducción de este abandono** destacable, aunque no hay datos actualizados la dinámica de graduación entendemos que ha ido en aumento. Tampoco hay datos actualizados sobre tasa de cambio de estudios en primer año (IN17).

En cuanto a la duración media de los estudios (IN19), el estudiantado tiene una **duración media de 4,67** años en finalizar el grado de Publicidad y Relaciones Públicas, siendo este dato ascendente desde el curso 2016-17 hasta el curso 2019-20, pero en 2020-21 comienza a bajar de nuevo la duración media de estos estudios. Por lo que entendemos que estamos en progresión adecuada en este aspecto.

Con respecto a los estudiantes de **nuevo ingreso o tasa de renovación de la titulación** (IN20) no existen datos del curso 2020-21, pero en el curso anterior era de un 20,90%, superior al año pasado.

En lo referente al IN21, sobre inserción laboral o tasa de afiliación según el Estudio del Ministerio correspondiente (Informe ARGOS: <http://observa-e.uma.es/estudios-propios-observae/argos/> y https://www.universidades.gob.es/stfls/universidades/Estadisticas/ficheros/Informe_de_Insercion_laboral_egresados.pdf), no existen datos actualizados para el curso 2020-21, pero existe un porcentaje elevado de egresados que no están dados de alta en la Seguridad Social. A pesar de la cifra no es muy positiva, tenemos que tener en cuenta que de ese porcentaje hay algunos que deciden seguir formándose a través de Máster o Posgrados especializados.

La **nota media del TFG** correspondiente al curso 2020-21 (IN44) ha aumentado con respecto al curso anterior. Se detecta que en curso 2015-16 hubo un descenso de la nota media de esta asignatura, pero en los últimos cursos la tendencia es positiva.

En cuanto a la tasa de adecuación (IN54), representados por los alumnos matriculados de nuevo ingreso en este grado por preinscripciones realizadas en primera opción ha descendido con respecto a cursos anteriores, aunque no en gran medida, solo unos puntos porcentuales.

Los indicadores correspondientes a **niveles de satisfacción** son todos positivos en comparación con cursos anteriores, produciéndose una evolución ascendente positiva en general:

En primer lugar, el nivel de satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (IN31), en una graduación de 1-5, se puede observar que ha habido un considerable aumento de este nivel de satisfacción en general durante los últimos cursos, alcanzando la puntuación de 4,23.



En segundo lugar, el nivel de satisfacción del estudiante con los estudios (IN42) con el mismo sistema de medición alcanza los 4 puntos, considerándose un aumento con respecto a años anteriores.

En tercer lugar, el nivel de satisfacción general del egresado con el título (IN43), también ha sufrido un positivo aumento progresivo en cuanto a su opinión con respecto al grado, llegando a 3,44 puntos.

En cuarto lugar, la satisfacción del egresado con el trabajo fin de estudios (IN53) ha descendido en unos puntos si lo comparamos con el curso 2019-20.

El área de Marketing y Publicidad del conjunto nacional (<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZmY1OTA3ZmMtNzdmOS00ZTkLWJhODgtYzc4OGMzOGNiMWQyIiwidCI6ImU3ZjUzZjNmLTZyNmItNDNhZC04MDdlTU3Yzk2NmZmN2RiOCIsImMiOiJh9&pageName=ReportSection4eff7e560e3235979a3>), se puede comprobar que las tasas de rendimiento, éxito y evaluación del título superan a las medias nacionales. Concretamente, si comparamos con el caso concreto del Título de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla, que, dentro del ámbito andaluz, es el que guarda mayor semejanza con el de Málaga.

En esta última comparativa, se puede apreciar que las tasas de Málaga superan a las de Sevilla en los tres últimos cursos, siendo la tasa de rendimiento en el último curso superior (en Málaga 94,43%, mientras que en Sevilla fue un 92,37%), la tasa de éxito también supera a la sevillana (en Málaga 98,42%, mientras que en Sevilla, un 97,07) y la tasa de evaluación en la Universidad de Málaga alcanza el 95,95%, mientras que en la Universidad de Sevilla, se queda en 95,15%.

	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Tasa de Rendimiento	90,94 %	91,14 %	89,91 %	89,50 %	92,23 %	94,43 %
Tasa de Éxito	96,56 %	96,37 %	96,43 %	96,30 %	98,13 %	98,42 %
Tasa de Evaluación	94,18 %	94,58 %	93,24 %	92,94 %	93,99 %	95,95 %
Tasa de Graduación cohorte de nuevo ingreso	78,29 %					
Tasa de Abandono	2,26 %	5,34 %	6,35 %	8,46 %	5,65 %	

Nombre Oficial de la titulación	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla								
Tasa de Rendimiento					87,78 %	88,32 %	86,71 %	92,37 %
Tasa de Éxito					94,06 %	93,81 %	93,35 %	97,07 %
Tasa de Evaluación					93,33 %	94,14 %	92,89 %	95,16 %
Tasa de Graduación	75,39 %	69,33 %		72,88 %				
Abandono de 1º año			10,38 %	8,16 %	10,00 %	5,45 %		

Realizando una **revisión global por asignaturas**, se puede indicar que, la mayor parte de los alumnos obtienen la calificación de **notable**, seguidos por sobresaliente y aprobados, según el curso, consiguiendo una tasa de éxito de un 98,42% y una tasa de rendimiento del 94,43%, ambas en crecimiento positivo en los últimos cursos.



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Num. No Presentado	409	438	323	248
Num. Suspensos	112	87	48	27
Num. de Aprobados	906	1013	744	459
Num. Notables	2615	2443	2140	2405
Num. Sobresalientes	945	868	1351	1639
Num. Matrículas de Honor	179	152	171	156
Tasa de Rendimiento (dwh)	89,91 %	89,50 %	92,23 %	94,43 %
Tasa de Éxito (dwh)	96,43 %	96,30 %	98,13 %	98,42 %

El número de estudiantes graduados mantiene una tendencia creciente situándose en los 128 en el curso 2020-21 y la duración de sus estudios se extiende entre los 4,23 y los 4,67 años.

Valoración sobre los TFG.

El número de **alumnos matriculados en el TFG** durante el curso 2020-21 ha sido 154 alumnos, con una **nota media de 8,48** puntos, con una tasa de rendimiento del 99,07% y una tasa de rendimiento de un 69,48%, siendo unos resultados peores que los años anteriores, aunque superiores al curso 2017-18.

Los resultados de los alumnos agrupados por notas, en la asignatura TFG, son los que se muestran en la siguiente figura:

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Num. No Presentado	62	51	43	47
Num. Suspensos	0	0	0	0
Num. de Aprobados	8	15	6	6
Num. Notables	49	64	43	37
Num. Sobresalientes	50	66	50	58
Num. Matrículas de Honor	4	0	10	6
Tasa de Rendimiento (dwh)	64,16 %	73,98 %	71,71 %	69,48 %
Tasa de Éxito (dwh)	100,00 %	100,00 %	100,00 %	99,07 %

Las cifras más elevadas corresponden a los estudiantes con sobresalientes, no presentados, notables y matrículas de honor, en ese orden.

- Valoración sobre las prácticas externas

Con respecto al total de las prácticas externas (curriculares+extra) han aumentado con respecto al curso pasado con un total de 121, de las cuales 70 curriculares han sido superadas y 51 extracurriculares).

Las prácticas externas curriculares han obtenido una calificación de sobresaliente y notable.



	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Num. No Presentado	13	28	26	10
Num. Suspensos	0	0	0	0
Num. de Aprobados	5	7	0	1
Num. Notables	25	25	39	20
Num. Sobresalientes	26	24	21	49
Num. Matrículas de Honor	0	0	0	0
Tasa de Rendimiento (dwh)	81,16 %	66,67 %	69,77 %	87,50 %
Tasa de Éxito (dwh)	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %

En lo que respecta a los niveles de satisfacción, todos los indicadores, con respecto a las prácticas curriculares, ha aumentado **favorablemente** con respecto al curso anterior, siendo:

- Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares (IN33): 4,21
- Nivel de satisfacción de las empresas curriculares: 4,05
- Nivel de satisfacción de los estudiantes con la supervisión del tutor laboral practicas curriculares: 4,51
- Nivel de satisfacción con la disponibilidad del tutor académico: 4,58
- Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares: 4,05

En sentido contrario, la puntuación de las prácticas extracurriculares ha descendido con respecto a curso anterior, a excepción de la opinión de empresario, pero siguen siendo **niveles bastantes aceptables**:

- Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas extacurriculares (IN34): 3,74
- Nivel de satisfacción de los estudiantes con la supervisión del tutor laboral practicas extracurriculares: 3,96
- Nivel de satisfacción con la disponibilidad del tutor académico en prácticas extracurriculares: 3,55
- Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas extracurriculares: 4,10

Recomendaciones

- Se recomienda seguir tomando medidas para elevar la tasa de graduación en plazo.

A través de encuentros con los estudiantes con la coordinadora de TFG se les explica y motiva a los estudiantes para que no aplacen a un curso académico más, la defensa del TFG.

- Se recomienda seguir tomando medidas para elevar la participación en las encuestas.

Se ha motivado al alumnado de la importancia de la participación en estas encuestas, pero los resultados aún no están disponibles a fecha de cierre de este informe. Se recomienda analizar el grado de adecuación al puesto de trabajo es tan bajo entre los egresados recientes.

Indicadores del SGC relacionados con el Criterio 6

INDICADORES DEL SGC QUE NO SE RECOJAN EN CRITERIOS ANTERIORES



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

INDICADOR	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
IN16	X	2,26%	5,34%	6,35%	8,36%	5,65%
IN18	72,36%	78,29%	X	X	X	X

IN16. Tasa de abandono del estudio (cohorte de nuevo ingreso)

IN18. Tasa de graduación RD (cohorte de nuevo ingreso)

INDICADOR	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
IN01	X	X	130	130	130
IN02	X	X	135	129	134
IN03	X	X	120	117	117
IN04	X	126	130	124	132
IN05	X	X	103,85%	99,23%	103,08%
IN06	X	X	182,3%	177,7%	197,7%
IN09	X	593	595	550	555
IN10	X	52,27	50,43	51,89	53,18
IN11	X	89,91%	89,50%	92,23%	94,43%
IN12	X	96,43%	96,30%	98,13%	98,42%
IN13	X	96,97%	97,35%	97,42%	98,04%
IN14	X	93,24%	92,24%	93,99%	95,95%
IN15	X	104	131	100	128
IN17	1,50	1,50	2,38	X	X
IN19	4,47	4,66	4,65	4,75	4,67
IN20	23,05	21,21	19,97	20,90	X
IN21	66,67%	52,53%	46,03%	52,53%	X
IN31	3,86	3,77	4,16	4,21	4,23
IN42	X	X	3,25	X	4
IN43	X	2,93	2,91	3,33	3,44
IN44	8,19	7,91	7,72	7,83	7,87
IN53	X	X	X	3,89	3,22



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO

IN54	X	X	56,96%	55,84%	52,14%
IN01. Número de plazas ofertadas					
IN02. Matrícula fase final (número de plazas autorizadas DUA)					
IN03. Matrículas estudiantes en primera opción					
IN04. Estudiantes de nuevo ingreso					
IN05. Tasa de ocupación de la titulación					
IN06. Tasa de demanda de la titulación					
IN09. Estudiantes matriculados en la titulación					
IN10. Número medio de créditos matriculados por estudiante					
IN11. Tasa de rendimiento					
IN12. Tasa de éxito					
IN13. Tasa de eficiencia según RD 1393					
IN14. Tasa de evaluación					
IN15. Estudiantes egresados					
IN17. Tasa de cambio del estudio en primer año					
IN19. Duración media de los estudios					
IN20. Tasa de renovación de la titulación					
IN21. Inserción laboral - Tasa de afiliación según el Estudio del Ministerio					
IN31. Nivel de satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (1-5)					
IN42. Nivel de satisfacción del estudiante con los estudios (1-5)					
IN43. Nivel de satisfacción general del egresado con el título (1-5)					
IN44. Nota media de TFG/TFM					
IN53. Satisfacción del egresado con el trabajo fin de estudios (1-5)					
IN54. Tasa de adecuación					