



## AUTOINFORME SEGUIMIENTO curso 18/19

(Convocatoria 19/20)

### Datos de Identificación del Título

<i>Universidad de Sevilla</i>	
<i>ID Ministerio</i>	<i>2502294</i>
<i>Denominación del título</i>	<i>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</i>
<i>Centro</i>	<i>Facultad de Comunicación</i>
<i>Curso académico de implantación</i>	<i>10/11</i>
<i>Web del Título</i>	<i><a href="https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas">https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas</a></i>
<i>Web del Centro</i>	<i><a href="https://www.us.es/centros/facultad-de-comunicacion">https://www.us.es/centros/facultad-de-comunicacion</a></i>



**Análisis**

**Análisis**

**Análisis**

**Análisis**

## 6. Indicadores

### P1 - EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO

Código		Indicador	Valor	Justificación
P1-1.1		TASA DE OCUPACIÓN	96.48% numerador:137 denominador:142	Aunque la tasa de ocupación sigue siendo alta en el curso 2018-2019, esta presenta un descenso de 0,7 puntos con respecto al curso anterior, y de 2,11 puntos en comparación con el curso 2016-2017. Así, la tasa de ocupación desciende por segundo curso consecutivo, si bien en una dimensión porcentual poco relevante.
	1.1.1	ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO EN EL TÍTULO	141	
	1.1.2	OFERTA	142	

P1-1.2		DEMANDA	<p>88.03%</p> <p>numerador:125</p> <p>denominador:142</p>	<p>El curso 2018-2019, aunque presenta un descenso con respecto al curso anterior (92,96%), se aproxima a la demanda del curso 2016-2017 (86,62%). A pesar de ello, y tras observar el histórico de evolución de los datos, se sabe que el indicador 'Demanda' muestra una variación relativa que difiere en cuatro o cinco puntos según los distintos años. Atendiendo a los porcentajes disponibles de cursos anteriores ofrecemos los siguientes datos para comprobar la fluctuación de las cifras: curso 2011-2012 (89,44%), 2013-2014 (90,23%), 2014-2015 (85,21%), 2016-2017 (86,62%) y 2017-2018 (92,96%). Aun así, la relación porcentual de estudiantes de nuevo ingreso matriculados que eligieron el título en primera opción frente al total de plazas ofertadas sigue siendo elevada, lo cual manifiesta el interés por el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.</p>
P1-1.3		NOTA MEDIA DE INGRESO	<p>9.85</p> <p>numerador:1388.85</p> <p>denominador:141</p> <p>N.I.en1ERcurso:137</p>	<p>La nota media de ingreso de este curso (9,85) ha aumentado 0,10 puntos respecto al curso 2017-2018 (9,75) y 0,29 puntos si la comparamos con el curso 2016-2017 (9,56). De estas cifras se deduce una progresiva mejoría en cuanto al perfil del alumnado solicitante, y un potencial para incrementar aún más los resultados académicos.</p>



P1-1.4		NOTA DE CORTE Ó NOTA MÍNIMA DE ADMISIÓN	8.85	En lo que respecta a la nota de corte, se obtiene un 8,85. Este dato demuestra un incremento consecutivo respecto al curso pasado (2017-2018: 8,67) y el anterior 2016-2017 (8,58). Así, se entiende que, como consecuencia del indicador P1-1.3, este incremento supone una mejora en cuanto al perfil del alumnado en el Grado.
P1-1.5		Nº TOTAL DE ALUMNOS MATRICULADOS	Xa:641 Xb:622	El total del alumnado matriculado en este curso sufre un incremento por tercer año consecutivo, lo cual, de nuevo, indica que existe una fuerte demanda en relación con el título. Se indica la evolución comparando con los años anteriores: curso 2016-2017 (Xa598, Xb548), y 2017-2018 (Xa:613, Xb:579).

P1-1.6		TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO	<p>85.96%</p> <p>numerador:29403</p> <p>denominador:34206</p>	<p>La tasa de rendimiento del título, en el presente curso, ha disminuido 2,05 puntos con respecto al curso anterior (88,01%) y 1,8 si miramos al curso 2016-2017. Si continuamos la dinámica propuesta en los informes anteriores, y comparamos estos datos con los propios de las asignaturas impartidas en este Grado, por tercer curso consecutivo se observa que el alumnado adquiere mejores rendimientos en aquellas materias adscritas al área de conocimiento propia del centro, las cuales se aproximan al 90% incluso lo superan en varios casos. Así pueden mencionarse asignaturas específicas del título como "Teoría y Estructura de la Publicidad" con 93,23%, "Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas" (81,75%), "Creatividad Publicitaria" (98,44%), "Dirección de Cuentas" (97,50%), "Gabinetes de Comunicación" (90.70%), entre otras. En contra, las asignaturas que no están adscritas al área de conocimiento continúan mostrando resultados inferiores: "Marketing" (69,31%), "Lengua Española y Publicidad" (65,07%), "Planificación de Medios" (78,03%). De este modo, se constata que las materias que poseen una tasa de rendimiento coinciden con las que se vienen comentando en los informes previos. Dado, por otro lado, que la tasa de</p>
--------	--	--------------------------------	---	--

rendimiento mide el número total de créditos superados en un curso por el alumnado y el número total de créditos en los que se ha matriculado en el curso, parece que las asignaturas específicas de Publicidad y Relaciones Públicas tienden a superarse en el mismo curso en el que el alumnado se matricula en ellas.

P1-1.7		TASA DE ÉXITO DEL TÍTULO	<p style="text-align: center;">93.05%</p> <p style="text-align: center;">numerador:29403 denominador:31599</p>	<p>La tasa de éxito ha disminuido 0,54 puntos respecto al curso anterior (93,59%). Dicho porcentaje se sitúa, además, por debajo de los cursos anteriores (94,48%, 94,14%, 94,29% o 94,12%). Así, se observa que la tasa de éxito del título es superior a la de rendimiento, comentada anteriormente (éxito: 93,05% - rendimiento: 85,96%). En cuanto a las asignaturas cursadas, se sabe que la tasa de éxito supera el 75% en todas las asignaturas, siendo "Economía Aplicada a la Publicidad" y "Lengua Española y Publicidad" las que soportan los números más bajos (75,76% y 77,27%, respectivamente) con respecto al resto (de nuevo, asignaturas impartidas por departamentos externos a la Facultad de Comunicación). Se ha de señalar que aunque los porcentajes de éxito son altos, si bien existen asignaturas que se acercan al 100% de éxito, otras lo logran de hecho: "Creatividad Publicitaria", "Métodos y técnicas de Investigación Social", "Tecnología de los medios audiovisuales", "Teoría e Historia de la Propaganda", "Contexto artístico de la Publicidad", "Teoría e Historia del Cartel Publicitario", "Diseño Publicitario Digital", "Evolución de la Economía Europea y Española y su Entorno", "Historia de la Comunicación", "Deontología y Responsabilidad Social en</p>
--------	--	--------------------------	--	--

Publicidad”, “Historia de la Cultura Contemporánea”, “Prácticas en Empresas”, “Proyecto Fin de Grado”, así como “Los Créditos Optativos en Movilidad I y II”.

P1-1.8		TASA DE EFICIENCIA DEL TÍTULO	<p>99.47%</p> <p>numerador1Cred.Tco.:240</p> <p>numerador2Titulados:52</p> <p>denominador:12546</p>	<p>En el curso 2018-2019 la tasa de eficiencia del título, si bien a grandes rasgos se mantiene en la línea del curso anterior, demuestra una mínima diferencia de carácter decreciente: 0,16 puntos. Aun así, si comparamos estos datos con los del curso 2016-2017 esta se mantiene superior aunque sin llegar a los datos de años previos: 99,51% y 100%.</p>
P1-1.9		TASA DE GRADUACIÓN DEL TÍTULO	<p>70.29%</p> <p>numerador:97</p> <p>denominador:138</p>	<p>La tasa de graduación del título es de 70,29%, lo cual supone una ligerísima disminución con respecto al dato del curso anterior (70,80%). Si comparamos el 70,29% del presente curso con los de cursos previos, se observa que este sigue siendo menor respecto al curso 2015-2016 (75,71%), pero superando ligeramente al curso 2014-2015 donde la tasa de graduación del título era de 70,07%. Con todo ello, se apunta que la tasa de graduación del título continúa disminuyendo, si bien en porcentajes prácticamente irrelevantes.</p>
P1-1.10		NÚMERO DE EGRESADOS POR CURSO	<p>110</p> <p>acred.lingüística:87</p>	<p>El número de egresados en el curso 2018-2019 se ha incrementado notablemente con respecto al curso anterior (69) y el precedente (66), lo cual puede considerarse sin duda un excelente indicador, relativo a que los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas culminan sus estudios.</p>

P1-1.11		TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO	14.49% numerador:20 denominador:138	Si comparamos esta cifra con las de cursos anteriores se observa un aumento en el abandono del título: curso 2017-2018 (13,14%), curso 2016-2017 (9,15%), curso 2015/2016 (6,80%), curso 2014/2015 (7,48%), aunque sin llegar a la cifra del curso 2013/2014 cuando esta indicaba el 15,43%. Aunque a tenor de los datos hay cierta fluctuación histórica, una tasa de abandono del título de prácticamente un 15% es un dato mejorable.
---------	--	-----------------------------	---	--

#### Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Si bien muchos indicadores presentan porcentajes elevados, no todos han superado los datos obtenidos en el curso anterior (véanse los indicadores 'Tasa de Ocupación', 'Demanda', 'Tasa de rendimiento', 'Tasa de éxito del título' y 'Tasa de eficiencia del título', superando el 85 y 90% en la mayoría de los casos ). Así, los puntos que a continuación se destacan son los que han aumentado respecto al curso precedente.
2. Aumento de la nota media de ingreso y la nota de corte, lo cual denota el alto perfil formativo del alumnado en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
3. Aumenta el número de alumnado matriculado
4. Aumenta notablemente el número de egresados

#### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Aunque tal y como se ha indicado en las fortalezas, los indicadores presentan altos porcentajes en general, preocupa la "Tasa de Rendimiento" aun teniendo un 85,96%, ya que recoge el porcentaje más bajo en comparación con los cursos 2017-2018 y 2016-2017. En concreto, a esta comisión le siguen preocupando los datos relativos a ciertas materias que no están adscritas a las áreas de conocimiento específicas de la Facultad de Comunicación (es decir, impartidas por departamentos no-específicos del centro), lo cual supone un problema que aparece año tras año en estos informes de seguimiento.
2. La tasa de graduación vuelve a disminuir respecto al curso anterior. La pretensión perseguida continúa en la línea de la marcada en el pasado informe: sería aconsejable conocer los motivos.
3. La tasa de abandono del título ha aumentado nuevamente con respecto al curso anterior siendo el porcentaje de más alto de los últimos años. Deberíamos conocer más en profundidad los motivos de dicho abandono, para poder realizar propuestas de mejoras con las que reducir este porcentaje.

## P2 - EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA Y EL PROFESORADO

Código	Indicador	Valor	Justificación
P2-2.1	PROFESORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	58	<p>En cuanto al total del profesorado implicado en el título, 58, se observa un aumento respecto a los cursos anteriores (curso 2017-2018: 55; 2016-2017: 57), lo cual es un dato favorable en cuanto al personal docente con el que cuenta el Grado. Atendiendo al perfil del profesorado, el número de doctores se ha incrementado en 18,06 puntos respecto al curso 2017-2018 (50,91%), un dato a celebrar dado que indica una conexión potencial entre docencia e investigación. El número de profesorado con sexenios, sin embargo, ha disminuido en 3 (curso 2017-2018: 33 sexenios). El número de profesorado asociado se incrementa en 2,88 puntos en comparación con el anterior curso (2017-2018: 10,91%). Por su parte, el profesorado con vinculación permanente disminuye 7,43 puntos (año anterior: 43,64%). El profesorado con categoría de Titular aumenta ligeramente (31,03% de profesores titulares, frente al 29,09% del curso 2017-2018). Finalmente, en cuanto al profesorado con categoría de catedráticos las cifras menguan con respecto al curso previo (3,64% curso 2017-2018).</p>



	2.1.1	PROFESORES DOCTORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	68.97% numerador:40 denominador:58	
	2.1.2	SEXENIOS RECONOCIDOS AL PROFESORADO	30	
	2.1.3	PROFESORADO ASOCIADO IMPLICADO EN EL TÍTULO.	13.79% numerador:8 denominador:58	
	2.1.4	PROFESORADO CON VINCULACIÓN PERMANENTE IMPLICADO EN EL TÍTULO.	36.21% numerador:21 denominador:58	
	2.1.5	PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	31.03% numerador:18 denominador:58	
	2.1.6	CATEDRÁTICOS DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	1.72% numerador:1 denominador:58	
P2-2.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA ACTUACIÓN DOCENTE DEL PROFESORADO	4.02 Respuestas:2388 PDITítulo:58 Alumnosmatriculados:641	El nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado disminuye 0,14 puntos respecto al curso pasado, siendo sin embargo una cifra que se asemeja a la del curso 2016-2017 (4,01). Aunque el dato es sin duda mejorable, las fluctuaciones son estadísticamente irrelevantes, e indican en todo caso una alta satisfacción con el profesorado (4 sobre 5 puntos) a lo largo del tiempo.
P2-2.3		GUÍAS DOCENTES: PROGRAMAS Y PROYECTOS PUBLICADOS EN PLAZO ESTABLECIDO		Se ha alcanzado el 100% de Programas y Proyectos publicados en el plazo establecido. Estos datos superan los ofrecidos en el curso 2017-2018 y 2016-2017.
	2.3.1	PROGRAMAS DE ASIGNATURAS PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO	100.00% numerador:47 denominador:47	
	2.3.2	PROYECTOS DOCENTES PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO.	100.00% numerador:62 denominador:62	

P2-2.4		PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE	37.93% numerador:22 denominador:58	En el curso 2018-2019, la participación del profesorado en proyectos de innovación docente continúa en crecimiento doblando el porcentaje ofrecido en el curso pasado (18,18%). Esta cifra es la más alta, de hecho, si la comparamos con los dos últimos cursos, y es sin duda un dato a celebrar.
P2-2.5		GRADO DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA LA ELECCIÓN Y REALIZACIÓN DE LOS TRABAJOS FIN DE GRADO/MÁSTER.	3.09 Respuestas:66 Universo:641	El grado de satisfacción del alumnado sobre el procedimiento para la elección y realización de los Trabajos Fin de Grado/Máster también aumenta respecto al curso anterior, siendo este dato el más alto en comparación con los dos cursos previos: 2018-2019: 3,09; 2017-2018: 2,97; 2016-2017: 2,60.

#### Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Aumenta el número de profesorado implicado en el título
2. En el curso 2018-2019, la entrega y disposición de Programas y Proyectos Docentes se ha cumplido en tiempo y forma al 100%. Este dato es el más alto registrado, lo cual indica un profesorado comprometido con el título.
3. Aumenta considerablemente la participación del profesorado en proyectos de innovación docente, indicando un marcado interés de los docentes por los aspectos de mejora de la enseñanza. Aun así, esta cifra se podría mejorar incluso, ofreciendo más información a los docentes sobre cómo y por qué llevarlos a cabo.
4. En el curso 2018-2019, el Grado de satisfacción del alumnado sobre el procedimiento para la elección y realización de los trabajos Fin de Grado/Máster ha aumentado; un indicador que va aumentando cada curso, según los datos del histórico de que disponemos (en aumento desde el curso 2016-2017).

#### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. A pesar de que el número de profesorado titulares ha aumentado respecto al curso pasado, este continúa siendo reducido. Un año más subrayamos que este dato es consecuencia directa de los criterios de ANECA, los cuales resultan altamente complejos y extremadamente exigentes. Del mismo modo, la dificultad de los nuevos criterios de la ANECA sumado al bloqueo de dicha institución en los últimos años, incide en el escaso número de catedráticos implicados en el título.

### P3 - EVALUACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y RECURSOS

Código	Indicador	Valor	Justificación
P3-3.1	GRADO DE SATISFACCIÓN CON LAS INFRAESTRUCTURAS.	Xa:3.62 Xa)(Respuestas:195 Xa)(Universo:641 Xb:3.12 Xb)(Respuestas:32 Xb)(Universo:48 Xc:3.81 Xc)(Respuestas:21 Xc)(Universo:53	Resulta destacable que, por segundo año consecutivo, los resultados se sitúen en un nivel medio-alto, aunque baja de forma no significativa en los tres sectores consultados. Cabe destacar que este dato puede deberse a un decrecimiento en el universo Xb (Personal de Administración y Servicios) y Xc (profesorado) y un paralelo aumento de las respuestas en dichos sectores. En el sector Xc (PAS), además, se observa una paulatina bajada durante dos años consecutivos que conviene observar y corregir. Cabe destacar asimismo que la satisfacción con las infraestructuras sea muy considerable entre el profesorado. En lo relativo a la participación respecto al año anterior, cabe resaltar que crece la participación de los estudiantes con 195 respuestas (frente a las 183 del año anterior) y del sector del profesorado (que mantiene el número de respuestas pero reduce el universo) y se mantiene en el sector PAS.

P3-3.2		GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA.	3.46 Respuestas:196 Universo:641	Es destacable el incremento respecto al año anterior, por lo que los resultados evidencian un grado medio-alto (y en ascenso por dos años consecutivos) de satisfacción de los estudiantes con los recursos de orientación académica. Aunque la ratio de respuestas, en comparación con el universo es mejorable, se trata de un indicador en ascenso y, aunque mejorable, debe considerarse positivo.
P3-3.3		GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL.	Xa:2.86 Xa)(Respuestas:190 Xa)(Universo:641 Xb:4.00 Xb)(Respuestas:19 Xb)(Universo:53	Respecto a la valoración, aumenta en 14 décimas el grado de satisfacción de los estudiantes con los recursos de orientación profesional, por lo que, aún no siendo un dato muy favorable, es muy positiva su evolución en ascenso. Se observa una diferencia importante con la opinión del sector del profesorado, que se mantiene en niveles óptimos por dos años consecutivos. Respecto a la variable de participación, se observa una mayor participación en los sectores consultados.

#### Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Se produce un notable y progresivo ascenso en prácticamente la totalidad de los ítems, lo cual que se erige como un logro relevante, consecuencia de las continuas mejoras propuestas (no solo en materia de infraestructuras y recursos de orientación académica y profesional, sino también en relación con su percepción satisfactoria por parte de los diversos colectivos implicados).
2. Se observa un incremento en la participación de la evaluación, incrementándose el número de respuestas en todos los sectores y todos los ítems observados
3. Excelentes niveles de satisfacción del profesorado en los puntos 3.1. (infraestructuras) y 3.3. (recursos de orientación profesional).
4. Destacables niveles de satisfacción del alumnado en los punto 3.1. (infraestructuras) y 3.2. (recursos de orientación académica).

#### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Valores mejorables en el punto 3.1. (sector PAS) y en el punto 3.3. (sector del alumnado). Este último punto, en

concreto, implica que es necesario acometer medidas desde la Facultad de Comunicación para incrementar la satisfacción del alumnado con los servicios de orientación profesional.

## P4 - ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Código	Indicador	Valor	Justificación
P4-4.1	TASA DE ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	8.89% numerador:57 denominador:641	Notable incremento respecto al año anterior, de casi 2 puntos, pese a la dependencia y cuantía de las becas de movilidad y a la escasa equivalencia en otras universidades con los estudios específicos de Publicidad y Relaciones Públicas. El incremento de este año ratifica de forma notable el crecimiento observado el curso anterior.
P4-4.2	TASA DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	14.20% numerador:91 denominador:641	Se mantiene en la media de otros años aunque baja, por segundo año consecutivo, en 0,65 puntos (es decir, muy levemente) respecto al año anterior.
P4-4.3	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	Xa:4.23 Xa)(Respuestas:13 Xa)(Universo:32 Xb:4.33 Xb)(Respuestas:3 Xb)(Universo:14	Los datos revelan que el grado de satisfacción es muy elevado en Xa (media relativa a alumnos ERASMUS) y Xb (media relativa a alumnos SICUE), subiendo considerablemente respecto al curso anterior. También sube respecto al año anterior el número de encuestas en Xa; no así en Xb donde decrece la participación.
P4-4.4	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	Xa:4.70 Xa)(Respuesta:10 Xa)(Universo:50 Xb:4.67 Xb)(Respuesta:3 Xb)(Universo:10	Los indicadores apuntan excelentes datos y en notable ascenso por segundo año consecutivo, lo cual indica el atractivo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla más allá de su contexto inmediato, y su potencial para atraer a alumnado de otras universidades. Concretamente, en Xa (encuestados ERASMUS) sube un 0,15 y en Xb (encuestados SICUE) crece un 0,67 en el curso observado, lo cual indica el potencial tanto nacional como internacional de las enseñanzas de nuestro Grado.

#### **Fortalezas y Logros del procedimiento**

1. El nivel de satisfacción de los estudiantes de otras universidades es excelente y en ascenso, lo cual indica el atractivo potencial y la calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla en un contexto tanto nacional como internacional
2. El incremento de la tasa de estudiantes en otras universidades es un indicador favorable del enriquecimiento potencial de la formación del alumnado

#### **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento**

1. Baja levemente, por segundo año consecutivo, el ítem 4.2. (tasa de estudiantes procedentes de otras universidades), lo cual podría indicar la necesidad de reforzar la promoción nacional e internacional del Grado.

## P5 - EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

Código		Indicador	Valor	Justificación
P5-5.1		EMPRESAS CON CONVENIO CON ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS EXTERNAS.	154	El número de empresas con convenio con la universidad ha sido ampliado paulatinamente, como indican los siguientes datos: 2017-2018 – 161 2016-2017 – 119 2015-2016 – 127 2014-2015 – 76 2013-2014 –s/d Este año han sido unas plazas menos respecto al anterior, pero se debe considerar que la universidad deja de tener convenio con las empresas que han tenido una mala calificación por parte de los alumnos.
P5-5.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS	4.12 Xe)(TE:4.28 Xe)(TI:3.79	La satisfacción de los alumnos con las prácticas ha seguido una tendencia negativa, si bien no muy destacada, respecto al curso anterior: 2017-2018 – 4,20 2016-2017 – (del 1 al 5) 4,12 2015-2016- 87,34% 2014-2015 – 90% 2013-2014 – s/d En cualquier caso, sigue siendo un dato alto y satisfactorio.
P5-5.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES CON LAS PRÁCTICAS.	-	En el año 2017-2018, la satisfacción de los tutores internos con las prácticas fue levemente superior a la actual: 4,43; en cualquier caso, es un descenso cuantitativamente irrelevante. La satisfacción media de los tutores externos con las prácticas ha sido positiva, y más alta, de hecho, que en cursos anteriores: 2017-2018 -- 4,46 2016-2017 – 4,49 2015-2016 – 100% 2014-2015 – 100%
	5.3.1	NIVEL DE SATISFACCIÓN TUTORES INTERNOS DE PRÁCTICAS	4.38	
	5.3.2	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS CON LAS PRÁCTICAS.	4.55	

### Fortalezas y Logros del procedimiento

- A partir del curso 2019-2020 se ha establecido que los tutores internos de prácticas sean adjudicados según sus líneas de investigación o experiencia profesional, con lo que se vaticina una mejor experiencia del alumnado con las prácticas. En cualquier caso, los datos actuales de satisfacción de los tutores internos ya son bastante favorables.
- Los tutores externos se encuentran satisfechos con las labores del alumnado, por lo que se infiere que los alumnos



adquieren las competencias requeridas por el sector en el Grado, y generan una buena impresión en el sector empresarial

#### **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento**

1. Los alumnos se encuentran menos satisfechos con las prácticas, por lo que es necesario revisar las encuestas que realizan al terminar las prácticas para evaluar si las empresas merecen seguir con el convenio, o si hay otros factores que puedan incidir en el descenso en la satisfacción

**P6 - EVALUACIÓN DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS Y DE LA SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA**

Código	Indicador	Valor	Justificación
P6-6.1	EGRESADOS OCUPADOS INICIALES	53.03% numerador:35 denominador:66	El porcentaje de egresados que han encontrado un hueco en el mercado laboral es superior al 50% y ha ido en aumento cada año, como indican los siguientes datos históricos, de forma que puede considerarse un indicador muy favorable: 2017-2018 53,03% 2016-2017 48,05% 2015-2016 36,21% 2014-2015 N/S 2013-2014 N/S
P6-6.2	TIEMPO MEDIO EN OBTENER EL PRIMER CONTRATO	5.28 numerador:275 denominador:52	El tiempo medio en conseguir un contrato de trabajo se ha mantenido estable a lo largo del tiempo: 2017-2018 5,28 MESES 2016-2017 5,93 MESES 2015-2016 4,73 MESES 2014-2015 N/S 2013-2014 N/S Dado el alto desempleo estructural que, en general, caracteriza al mercado de trabajo español, consideramos que un período de 5 meses no es un dato desfavorable.
P6-6.3	ADECUACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL A LA TITULACIÓN	3.00	La adecuación laboral respecto a la titulación es una variable que no ha predominado nunca por un valor alto, pero con un valor de 3 se encuentra por encima del valor medio (en un intervalo 1-5): 2017-2018 3,00 / 5 2016-2017 3,82/5 2015-2016 85,71% 2014-2015 N/S 2013-2014 N/S

P6-6.4		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON LA FORMACIÓN RECIBIDA	3.31	El grado de satisfacción con la formación adquirida por parte de los alumnos egresados sí ha sufrido una caída desde el curso 2016-2017: 3,44 – 3,28 – 3,31; sin embargo, la satisfacción con la actuación docente del profesorado, con la excepción de un año, ha sido cada año mejor valorada (4,11 – 4,14 – 4,01 – 4,16).
P6-6.5		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES CON LA FORMACIÓN ADQUIRIDA	4.22	Los empleadores sí consideran que los alumnos salen de la facultad con una buena base formativa, en una dirección histórica ascendente además: 2017-2018 4,22 / 5 2016-2017 3,88 / 5 2015-2016 N/S 2014-2015 100% 2013-2014 N/S

#### Fortalezas y Logros del procedimiento

1. El número de egresados ocupados iniciales y el tiempo medio en obtener el primer contrato ofrecen datos moderadamente favorables, incluso en un contexto donde el tejido empresarial no es especialmente destacable
2. Los empleadores se encuentran satisfechos con la formación del alumnado, por lo que se infiere que el Grado realiza una buena labor formativa en su dimensión más profesionalista

#### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. El nivel de satisfacción de los egresados con la formación recibida es mejorable. Como decisión de mejora, se recomienda, en general, un replanteamiento de todo el plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y, más en concreto, desarrollar medidas para acercar al alumnado al mundo profesional. Por ejemplo, en la Facultad de Comunicación se organizan mesas redondas como "¿Hay vida después de la #Fcom?", con egresados que cuentan su trayectoria profesional después de la universidad; recomendaríamos una mayor difusión del evento entre los alumnos para que éstos puedan asistir y conocer las expectativas del mercado laboral.

## P7 - EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL TÍTULO DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS

Código	Indicador	Valor	Justificación
--------	-----------	-------	---------------

P7-7.1		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO CON EL TÍTULO	<p>3.44</p> <p>Respuestas:195</p> <p>Universo:641</p>	<p>Antes de poder realizar la comparativa de dicha puntuación con cursos previos hay que tener en cuenta que este ítem (y ocurre con los otros dos del procedimiento) se evaluaba anteriormente del 1 al 10, y desde el curso 2016-2017 del 1 al 5. En este sentido, las puntuaciones de los cursos anteriores oscilan entre el 2,63 del curso 2013-2014, la más baja, al 3,24 del curso 2017-2018, la más alta. Todas ellas son inferiores al 3,44 obtenido en el curso 2018-2019. Asimismo, la puntuación sigue siendo mayor que la media de la Facultad de Comunicación (3,08) y levemente superior respecto a la media de la Universidad de Sevilla (3,31). Las cuestiones peor valoradas por el alumnado son las referentes a "los recursos de orientación profesional del Título" (2,86), "el sistema existente para interponer y dar respuestas a quejas y sugerencias e incidencias" (2,89), "la coordinación de las asignaturas" (2,85) y "la distribución entre créditos teóricos y prácticos" (3,04). También las cuestiones referentes a las prácticas externas y los trabajos fin de grado, pero en estos casos se acumulan demasiados NS/NC (un 42,64%) como para poder hacer un análisis adecuado. En cualquier caso, todos estos aspectos están considerablemente por encima del nivel medio por lo que ninguno estaría en situación de "suspenso". A ello, hemos de reconocer que todos estos ítems, que también fueron los peor valorados en el curso inmediatamente anterior, han mejorado un promedio de 0,16 puntos. Por su parte, las cuestiones mejor valoradas son "la adecuación de los horarios y turnos" (3,64), "las infraestructuras e instalaciones" (3,62), "la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente" (3,54) y "la</p>
--------	--	--	---	---

orientación y acogida " (3,46). En el curso 2016-2017 "el equipamiento de las aulas" alcanzó un 3,42 y "el profesorado" un 3,36, lo que les colocaba en los puestos tercero y cuarto entre los aspectos mejor valorados. Dichos ítems han obtenido en el presente curso una valoración similar, 3,38 y 3,34 respectivamente, si bien su posición en ese ranking ha descendido a la séptima y novena posición. La puntuación experimenta un notable incremento con respecto a la edición anterior para todas las preguntas, a excepción de tres cuestiones que descienden muy ligeramente: las ya comentadas sobre equipamiento del aula y el profesorado y las infraestructuras e instalaciones. Pero en general podemos afirmar que la puntuación media de todas las cuestiones ha mejorado un 0,12 de media. El índice de participación en la encuesta es de un 30,42%, valor muy similar al de los cursos 2016-2017, cuando participó un 29,6% de los matriculados, y 2017-2018, con un 29,69%. Ambos porcentajes de participación son muy inferiores al correspondiente al curso 2015-2016 cuyo índice ascendía al 43,4%.

P7-7.3		<p>NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON EL TÍTULO</p>	<p>3.40  Respuestas:30  Universo:48</p>	<p>El nivel de satisfacción del Personal de Administración y Servicios experimenta una notable caída respecto al curso anterior, donde se llegó a situar en 3,86, lo que supone un descenso de 0,46 puntos hasta el 3,40 actual. Además, esta puntuación sigue siendo muy inferior a la media de la US, que está en 4,02. Nuevamente, el índice de participación es bastante alto, con un 62,5%. En cuanto a las preguntas concretas, las cuestiones peor valoradas son las referidas al “sistema existente para interponer y dar respuestas a quejas y sugerencias e incidencias” (2,84) y “el equipamiento de las instalaciones en las que realiza su trabajo.” (3,91) que son las mismas que obtuvieron peor puntuación el curso anterior (3,48 y 3,24, respectivamente), lo que demuestra que son áreas sensibles cuyo descontento va en aumento siendo, por lo tanto, aspectos susceptibles para emprender acciones de mejora. Por su parte, las cuestiones mejor valoradas son las que tienen que ver con “el resto de compañeros del personal de administración y servicios” (3,72), “la gestión de horarios” (3,62), y “la gestión de los trámites administrativos del alumnado” (3,48). En general, el PAS valora algo mejor el contacto con los alumnos que a la inversa (3,37 frente al 3,14), a diferencia de lo que ocurre con el profesorado, pues en este caso, los docentes dan una valoración mayor al PAS (4,14) que al revés (3,43). En general, hemos de advertir que respecto al curso anterior ha empeorado la satisfacción del Personal de Administración y Servicios, bajando la puntuación en todas las preguntas y mermando la puntuación de estas una media de 0,42. Los casos más acusados son los relativos al “sistema existente para interponer y dar</p>
--------	--	---	---	--

respuestas a quejas y sugerencias e incidencias" (el peor valorado, como ya se ha comentado), "el cumplimiento de las expectativas con respecto al trabajo desarrollado en los títulos" y "el contacto con el alumnado de los títulos" cuyas valoraciones han disminuido 0,64, 0,51 y 0,5 puntos respectivamente.



P7-7.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL TÍTULO	<p>3.95</p> <p>Respuestas:21</p> <p>Universo:53</p>	<p>La satisfacción del profesorado con el título ha disminuido respecto a los dos cursos anteriores, pasándose de un 4,19 en el curso 2016-2017 a un 4 en 2017-2018 y a un 3,95 en el presente curso. No obstante, la satisfacción del equipo docente con el título se sitúa por encima de la media del centro (3,73), aunque está levemente por debajo de la de la US (3,98). Hemos de indicar que el nivel de participación de dicho profesorado en la encuesta sigue siendo muy bajo, solo un 39,62%, si bien ha experimentado un ligero incremento respecto a los dos cursos anteriores, donde esta cifra se situaba en 38,9% en 2016-2017, y 38,18% en 2017-2018. En cuanto a las preguntas específicas, la peor valorada sigue siendo la referente al "tamaño de los grupos para su adaptación a las nuevas tecnologías de enseñanza-aprendizaje" cuya puntuación es de 2,52 lo que supone, no obstante, un incremento de esta nota en un 0,19 con respecto al año anterior. Estos datos son reflejo de una problemática que se ha venido indicando en diferentes informes: el excesivo tamaño de los grupos de las asignaturas para desempeñar un correcto trabajo docente e implementar métodos de enseñanza innovadores, más prácticos y acordes a los tiempos actuales. La segunda cuestión con baja valoración, aunque con una puntuación muy superior al supuesto anterior, es la referente a "la adecuación de los horarios y turnos" (3,62). Por su parte, los docentes tutores de prácticas académicas muestran un alto nivel de satisfacción (4,38), aspecto este que solo podemos cotejar con el curso inmediatamente anterior por haberse introducido por primera vez en esa edición y donde obtuvo una puntuación algo superior (4,43). La cuestión</p>
--------	--	---	---	--

referente a “la atención recibida por el Personal de Administración y Servicios” es la que ha recibido la segunda puntuación media más alta (4,14). “El trabajo realizado por la Comisión de Garantía de Calidad del Título” y “la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente sobre el Título” ocupan la tercera y cuarta posición de los aspectos mejor valorados, con una puntuación de 4,11 y 4,05 respectivamente. En general, hemos de advertir que con respecto al curso anterior ha empeorado la satisfacción del profesorado, bajando la puntuación en todas las preguntas, excepto en las siguientes cuestiones: “la orientación profesional del Título” (que ha obtenido la misma puntuación), “la oferta de prácticas externas” (ha aumentado en 0,17 puntos) y “el tamaño de los grupos” (ha aumentado en 0,19 puntos). En los 16 ítems restantes la puntuación se ha visto mermada una media de 0,19. Los aspectos más afectados por este descenso en la puntuación han sido “el trabajo realizado por la Comisión de Garantía de Calidad del Título” que, aunque se sitúa en la tercera posición de las cuestiones mejor valoradas como ya se ha comentado, ha bajado 0,43 puntos; “el cumplimiento de las expectativas con respecto al Título” cuya puntuación ha disminuido 0,42 puntos; y “el equipamiento de las aulas” que es valorado con 0,35 puntos menos.

---

### Fortalezas y Logros del procedimiento

1. El nivel de satisfacción del alumnado con el título se incrementa respecto al curso anterior, y es el más alto desde que tenemos datos (curso 2011-2012).

2. Aunque el nivel de satisfacción del profesorado con el título desciende considerablemente respecto al curso anterior, sigue estando por encima de la media del centro, pero por debajo del de la Universidad de Sevilla

### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. El nivel de satisfacción del alumnado con el título, aunque aceptable, no obtiene una puntuación sobresaliente. Como acción de mejora cortoplacista se plantea la pertinencia de seguir organizando reuniones periódicas con representantes del alumnado para conocer y comprender mejor la problemática.

No obstante, y en línea con un trabajo que ya dura años por parte de las distintas CGCT de este Grado, y que arroja conclusiones similares año tras año, concluimos que la acción de mejora general que puede incrementar la satisfacción del alumnado (y también del profesorado) con el título es la puesta en marcha de un nuevo plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

2. El nivel de satisfacción del profesorado con el título va en descenso paulatino desde el curso 2016-2017, lo que demuestra que, o no se están adoptando las medidas de mejora idóneas, o no se están aplicando adecuadamente. Como acción de mejora se plantea que el Decanato de la Facultad de Comunicación contacte con el profesorado para tener información de primera mano sobre su insatisfacción.

3. El nivel de satisfacción del Personal de Administración y Servicios ha disminuido respecto al curso anterior, y sigue siendo notablemente inferior a la media de la Universidad. Al respecto, la acción de mejora propuesta pasa también por la organización de reuniones periódicas desde el Decanato con representantes del PAS para conocer y comprender sus necesidades y problemas.

## P8 - GESTIÓN Y ATENCIÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS E INCIDENCIAS

Código	Indicador	Valor	Justificación
P8-8.1	QUEJAS, SUGERENCIAS, INCIDENCIAS Y FELICITACIONES INTERPUESTAS		De acuerdo con la tónica general de los diferentes cursos pasados, este año no encontramos ninguna queja ni incidencia, ni sugerencia interpuestas, ni tampoco felicitación recibida. Únicamente existe una incidencia interpuesta que solo representa el 0,16%. En el curso anterior nos encontrábamos con una incidencia interpuesta, y en el curso 2016-2017 había dos quejas, lo cual podría hacer pensar que las campañas de comunicación del sistema de quejas estaba funcionando, si bien, con estos nuevos resultados se plantea la necesidad de optimizar estas campañas de difusión para mejorar estos datos. En cualquier caso, no podemos valorar la gestión y atención de quejas ante la ausencia total de las mismas.
	8.1.1	QUEJAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:641
	8.1.2	INCIDENCIAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:641
	8.1.3	SUGERENCIAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:641
	8.1.4	FELICITACIONES RECIBIDAS	0.00% numerador:0 denominador:641

### Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Atendiendo a los datos, no hay quejas ni incidencias presentadas por lo que podríamos decir que el alumnado no las tiene, lo cual redundaría en una impresión favorable acerca del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. La ausencia de quejas, incidencias, sugerencias y felicitaciones puede interpretarse como un desconocimiento por parte del alumnado de este sistema de comunicación. La acción de mejora propuesta, y en la que se está ya

trabajando, es continuar y potenciar las campañas de divulgación sobre el citado sistema de quejas, incidencias, sugerencias y felicitaciones.

## P9 - MECANISMOS PARA LA DIFUSIÓN DEL TÍTULO

Código	Indicador	Valor	Justificación
P9-9.1	ACCESO A LA INFORMACIÓN DEL TÍTULO DISPONIBLE EN LA WEB	12349	La web institucional del título, a través del portal us.es, ha recibido un total de 12.349 visitas lo que supone una considerable caída respecto al curso anterior, cuando registró 14.999. Se trata de una bajada del 17,67%, esto es, un descenso del tráfico en números absolutos de 2.650 visitas. No obstante, si hacemos una comparativa con el curso 2016-2017 hay un ligero aumento con 726 visitas más.

### Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. El número de visitas a la información del título disponible en la web ha disminuido considerablemente respecto al curso anterior. Como acción de mejora se deberían realizar tareas constantes de optimización del sitio web, para mejorar su posicionamiento en los buscadores, así como otras acciones de difusión del título por medios tanto digitales como analógicos. Desde la Universidad de Sevilla debe insistirse en que el sitio web del Grado en el portal us.es es la fuente oficial de información sobre el mismo.

**7. Plan de Mejora del título.**

**(Se adjunta al final del documento)**