



AUTOINFORME SEGUIMIENTO curso 19/20

(Convocatoria 20/21)

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>https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas</i>
<i>Web del Centro</i>	<i>https://www.us.es/centros/facultad-de-comunicacion</i>

Análisis

Análisis

Análisis

Análisis

6. Indicadores

P1 - EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO

Código		Indicador	Valor	Justificación
P1-1.1		TASA DE OCUPACIÓN	100.00% numerador:142 denominador:142	Se trata del porcentaje más alto en los últimos tres cursos. Comparándolo con el curso anterior, este se ha incrementado en 3,52 puntos. La cifra más cercana data del curso 2016-2017, donde se contaba con el 98,59%.
	1.1.1	ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO EN EL TÍTULO	147	
	1.1.2	OFERTA	142	
P1-1.2		DEMANDA	94.37% numerador:134 denominador:142	El porcentaje de demanda es el más alto con respecto a los cursos 2018-2019 (88,03%), curso 2017-2028 (92,96%) y el curso 2016-2017 (86,62%). De estas cifras se interpreta claramente que el grado de Publicidad y Relaciones Públicas despierta un gran atractivo entre el alumnado.
P1-1.3		NOTA MEDIA DE INGRESO	9.85 numerador:1447.95 denominador:147 N.I.en1ERcurso:142	La nota media de ingreso se mantiene idéntica a la del curso 2018-2019. Se destaca, además, que es la nota más alta desde el curso 2016-2017. De estos datos se deduce que el perfil del alumnado solicitante ha ido aumentando progresivamente desde 2016-2017. La calidad del perfil del estudiantado se mantiene, lo cual sin duda redundará favorablemente en la calidad de la enseñanza y los resultados de evaluación.

P1-1.4		NOTA DE CORTE Ó NOTA MÍNIMA DE ADMISIÓN	8,743 PREF	Este indicador presenta un descenso respecto a la nota de corte de cursos pasados (Curso 2016-2017: 8,58; curso 2017-2018: 8,67; curso 2018-2019: 8,85). Tras revisar el histórico, sin embargo, se comprueba que la diferencia es mínima, lo cual indica que el Grado se mantiene estable en cuanto a sus criterios de admisión.
P1-1.5		Nº TOTAL DE ALUMNOS MATRICULADOS	Xa:634 Xb:615	El total de alumnado matriculado en este curso sufre un descenso respecto al curso anterior (curso 2018-2019: Xa: 641, Xb: 622). Aun así, es superior a las cifras de los cursos precedentes (curso 2017-2018 y curso 2016-2017).

P1-1.6		TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO	<p style="text-align: center;">90.54%</p> <p style="text-align: center;">numerador:30663 denominador:33867</p>	<p>La tasa de rendimiento del título, en el presente curso, ha aumentado 4,58 puntos con respecto al curso anterior (85,96%). Se convierte, también, en la tasa de rendimiento más alta respecto al curso 2017-2018 (88,01%), y 2016-2017 (87,76%). Si continuamos la dinámica propuesta en los informes anteriores, y comparamos estos datos con los propios de las asignaturas impartidas en este Grado, por cuarto curso consecutivo se observa cómo el alumnado adquiere mejores rendimientos en aquellas materias adscritas al área de conocimiento propia de la Facultad de Comunicación (los porcentajes superan el 90% en la mayoría de los casos). En contra, las que no son adscritas al área de conocimiento continúan mostrando resultados inferiores, como evidencian los casos de "Lengua Española y Publicidad" (68,37%) y "Economía Aplicada a la Publicidad" (78,31%).</p>
--------	--	--------------------------------	--	---

P1-1.7		TASA DE ÉXITO DEL TÍTULO	<p style="text-align: center;">96.22%</p> <p style="text-align: center;">numerador:30663 denominador:31869</p>	<p>La tasa de éxito ha aumentado 3,17 puntos con respecto al curso anterior (en que alcanzaba un 93,05%). Dicho porcentaje se sitúa por encima asimismo de los cursos anteriores: curso 2017-2018 (93,59%) y curso 2016-2017 (94,48%). Así, se observa que la tasa de éxito del título es superior a la de rendimiento, comentada supra (rendimiento 90,54%). En cuanto a las asignaturas cursadas destaca que la tasa de éxito supera el 81% en todas las asignaturas, siendo "Lengua Española y Publicidad" la que soporta el índice más bajo (81,21%). Se ha de señalar que, aunque los porcentajes de éxito son altos, y si bien existen asignaturas que se acercan al 100% de éxito, otras lo logran plenamente: "Psicología Social de la Publicidad", "Creatividad Publicitaria", "Redacción Publicitaria", "Teoría e Historia de la Propaganda", "Contexto Artístico de la Publicidad", "Evolución de la Economía Europea y Española y su Entorno", "Comunicación Política", "Deontología y Responsabilidad Social en Publicidad", "Estrategias Discursivas de la Comunicación Verbal en Publicidad y de las Relaciones Públicas", "Teoría e Historia del Diseño Publicitario", "Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea", "Comunicación en el Punto de Venta", así como las "Prácticas en Empresas", "Proyecto Fin</p>
--------	--	--------------------------	--	--

de Grado” y “Los Créditos Optativos en Movilidad I, II, III, IV, V”. No es casual que la mayoría de estas asignaturas sean específicas del área de conocimiento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

P1-1.8		TASA DE EFICIENCIA DEL TÍTULO	<p style="text-align: center;">99.34%</p> <p style="text-align: center;">numerador1Cred.Tco.:240 numerador2Titulados:60 denominador:14496</p>	<p>Si bien a grandes rasgos se mantiene en la línea del curso anterior (curso 2018-2019), el indicador demuestra una mínima diferencia de carácter decreciente: 0,13 puntos. Esta puntuación también es menor que en el curso 2017-2018: 99,63%. En cualquier caso, puede decirse que lo que mide este indicador (relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios en los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de titulados del curso objeto de estudio y el número total de créditos en los que realmente han tenido) se mantiene estable diacrónicamente.</p>
--------	--	-------------------------------	---	--

P1-1.9		TASA DE GRADUACIÓN DEL TÍTULO	66.91% numerador:93 denominador:139	La tasa de graduación del título muestra un descenso importante de 3,38 puntos respecto al curso anterior. Se trata asimismo de la cifra más baja respecto a los datos de cursos anteriores. Curso 2018-2019 (70,29%), curso 2017-2018 (70,98%), curso 2016-2017 (74,65%). Desde el punto de vista de la valoración, consideramos que hay que tener en cuenta las excepcionales circunstancias que han rodeado el curso 2019-2020, con una pandemia y una situación de confinamiento (con variaciones en el modo de afrontar la docencia y la evaluación de la misma) que han podido influir en la tasa de graduación.
P1-1.10		NÚMERO DE EGRESADOS POR CURSO	132 acred.lingüística:95	El número de egresados se ha incrementado notablemente respecto al curso anterior (curso 2018-2019: 110). Resulta, de hecho, el número más elevado si se tiene en cuenta años precedentes como, por ejemplo, curso 2016-2017 (66) y curso 2017-2018 (69).
P1-1.11		TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO	10.07% numerador:14 denominador:139	Si comparamos esta cifra con la de cursos anteriores se observa un descenso en el abandono del título, lo cual debe ser interpretado favorablemente, y en términos del interés que despierta el Grado. Curso 2018-2019 (14,49%), curso 2017-2018 (13,14%). En el caso del curso 2016-2017, la tasa de abandono fue la más baja (9,15%), no obstante.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. La tasa de ocupación y la demanda del grado presentan los mejores datos en tres cursos consecutivos. El mantenimiento de la nota de media de los estudiantes denota el alto perfil del estudiantado en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
2. La tasa de rendimiento del título y la tasa de éxito del título son también las más altas en tres cursos consecutivos, con un incremento destacado respecto al anterior. La tasa de eficiencia se mantiene.
3. Aumenta el número de egresados de manera considerable respecto al anterior curso, a pesar de la situación socio-sanitaria en que nos encontramos.
4. La tasa de abandono disminuye respecto a los dos últimos cursos, lo cual indica que el Grado despierta interés entre sus estudiantes.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. La nota de corte o nota mínima de admisión ha descendido respecto al curso anterior, si bien de forma mínima.
2. La tasa de graduación vuelve a disminuir respecto al curso anterior. Aunque sería aconsejable indagar los motivos de este hecho, es indudable que la situación en el curso 2019-2020, con la pandemia de COVID-19, el confinamiento de meses de duración y, en definitiva, el estrés al que ha sido sometido el sistema, ha incidido en el descenso de la tasa de graduación.

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

Código	Indicador	Valor	Justificación
P2-2.2	NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA ACTUACIÓN DOCENTE DEL PROFESORADO		Ante la ausencia de datos en el sistema LOGROS, y bajo la recomendación del Decanato de la Facultad de Comunicación, se toman como referencia los del curso anterior, hasta recibirlos actualizados. Nivel de satisfacción: 4.02. El nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado disminuye 0,14 puntos respecto al curso 2017-2018, siendo esta una cifra que se asemeja a los números del curso 2016-2017 (4,01)

P2-2.1		PROFESORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	60	<p>En cuanto al total del profesorado implicado en el título, se observa un aumento respecto a los cursos anteriores (curso 2018-2019: 58; curso 2017-2018: 55; curso 2016-2017: 57). Atendiendo al perfil del profesorado se sabe que el número de doctores ha incrementado en 1,03 puntos con respecto al curso 2018-2019, lo cual debe interpretarse favorablemente. En la misma línea, el número de profesorado con sexenios ha aumentado en dos. El número del profesorado asociado disminuye en 3,79 puntos respecto al curso anterior, lo que puede interpretarse positivamente como una progresiva estabilización de la plantilla (la Universidad de Sevilla ha lanzado una nueva modalidad que permite a los profesores asociados con acreditación de "Contratado Doctor", optar a este tipo de plazas que suponen una relación contractual fija con la institución). El profesorado de vinculación permanente aumenta en 3,79 puntos (año anterior: 40%). El profesorado con categoría titular disminuye (curso anterior: 31,03%). Finalmente, en cuanto al profesorado con categoría de catedráticos la cifra mengua con respecto al curso previo (1,72% curso 2018-2019).</p>
	2.1.1	PROFESORES DOCTORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	70.00% numerador:42 denominador:60	
	2.1.2	SEXENIOS RECONOCIDOS AL PROFESORADO	32	

	2.1.3	PROFESORADO ASOCIADO IMPLICADO EN EL TÍTULO.	10.00% numerador:6 denominador:60	
	2.1.4	PROFESORADO CON VINCULACIÓN PERMANENTE IMPLICADO EN EL TÍTULO.	40.00% numerador:24 denominador:60	
	2.1.5	PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	30.00% numerador:18 denominador:60	
	2.1.6	CATEDRÁTICOS DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	1.67% numerador:1 denominador:60	
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 coinciden con los ofrecidos en el curso 2017-2018 y, en cualquier caso, deben ser apreciados favorablemente como un indicio del compromiso del profesorado con el título.
	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:72 denominador:72	
P2-2.4		PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE	23.33% numerador:14 denominador:60	En el curso 2019-2020, la participación del profesorado en proyectos de innovación docente disminuye en 14,6 puntos con respecto al curso 2018-2019. Aunque es un dato claramente mejorable, hay que tener en cuenta que el segundo cuatrimestre del curso 2019-2020 alteró radicalmente los procesos docentes (básicamente, con un confinamiento que obligó a docencia exclusivamente online), lo cual puede haber interrumpido los proyectos de innovación.

P2-2.5		GRADO DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA LA ELECCIÓN Y REALIZACIÓN DE LOS TRABAJOS FIN DE GRADO/MÁSTER.	2.67 Respuestas:3 Universo:634	El grado de satisfacción del alumnado sobre el procedimiento para la elección y realización de los Trabajos Fin de Grado/Máster disminuye respecto al curso anterior (curso 2018-2019: 3,09), si bien no lo hace de manera significativa. En todo caso, y sabiendo que el procedimiento de selección es idéntico al de cursos anteriores, deducimos que el estado de ánimo de los estudiantes podría haber provocado esta situación de descontento.
--------	--	---	--------------------------------------	---

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, junto con el del curso anterior. De estos datos se deduce el compromiso y la buena disposición del profesorado.
3. Nota importante: En el momento del análisis, la aplicación Logros no muestra el dato relativo a "Nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado".

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. El número de profesorado titulares y catedráticos ha disminuido respecto al curso pasado y este continúa siendo reducido. Un año más subrayamos que este dato es consecuencia directa de los criterios de ANECA, los cuales resultan altamente complejos. 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.
2. La participación del profesorado en proyectos de innovación docente disminuye. Teniendo en cuenta los datos del curso anterior, la cifra de este año académico puede verse dañada a causa de la COVID-19. La nueva situación de pandemia provocó una reestructuración en el modo de la actuación docente, derivándolo todo al ámbito online. Es probable, pues, que la nueva situación haya provocado una menor participación en este tipo de proyectos.
3. El grado de satisfacción del alumnado con el procedimiento para la elección y realización de los trabajos Fin de Grado/Máster ha disminuido respecto al curso anterior, algo que resulta llamativo.

P3 - EVALUACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y RECURSOS

Código	Indicador	Valor	Justificación
P3-3.1	GRADO DE SATISFACCIÓN CON LAS INFRAESTRUCTURAS.	Xa:2.42 Xa)(Respuestas:6 Xa)(Universo:634 Xb:2.71 Xb)(Respuestas:7 Xb)(Universo:48 Xc:3.28 Xc)(Respuestas:17 Xc)(Universo:52	Después de dos cursos de valoraciones y número de respuestas en notable ascenso se observa un importante descenso en el número de respuestas, dado el grave e inesperado contexto de pandemia sufrido el curso pasado, que resta representatividad a unos datos que bajan en el sector estudiantes. Las valoraciones bajan en este curso también, pero ligeramente, en el sector PAS y PDI. Es evidente, por otro lado, que resulta difícil medir la satisfacción con las infraestructuras en una situación de confinamiento donde apenas se pudieron utilizar dichas infraestructuras.
P3-3.2	GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA.	3.16 Respuestas:6 Universo:634	A pesar del grave contexto de pandemia, estos niveles bajan, pero de forma muy poco significativa (teniendo en cuenta la grave situación) desde el curso anterior de 3.46 a 3.16 puntos. Cabe destacar además que el año pasado este ítem sufrió un destacado ascenso, por lo que los niveles de este año se consideran favorables en cualquier caso, destacando las acciones del POAT que se han podido desarrollar en el contexto online de docencia y tutorización.

P3-3.3		GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL.	<p>Xa:1.40 Xa)(Respuestas:5 Xa)(Universo:634 Xb:3.80 Xb)(Respuestas:15 Xb)(Universo:52</p>	<p>Desciende la valoración de los estudiantes en este indicador. Dado el numero de respuestas, en todo caso, podría interpretarse que quien ha respondido por parte de este sector lo ha hecho para dejar de manifiesto su desacuerdo en este aspecto. Este hecho produce un sesgo importante que hace que el dato no sea estadísticamente representativo. Por el contrario, el dato baja muy levemente en el sector del profesorado.</p>
--------	--	--	---	---

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. A pesar de la grave situación, y de que se trata de datos marcados por la pandemia en relación con la participación y las valoraciones, los niveles se mantienen o bajan levemente, lo que debe considerarse un importante logro dadas las circunstancias.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Se considera oportuno insistir en las mismas decisiones de mejora previstas en años anteriores, que estaban arrojando datos cada vez más positivos en valoraciones y número de respuestas hasta la irrupción de la crisis sanitaria por la COVID19. Es importante destacar que estas medidas solo tendrán un éxito notable si se alcanzaran circunstancias sanitarias normalizadas. El grave contexto actual va a dificultar la implementación de las decisiones de mejora que hasta ahora estaban surtiendo efecto.

P4 - ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Código	Indicador	Valor	Justificación
P4-4.1	TASA DE ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	5.99% numerador:38 denominador:634	El curso pasado se incrementó este dato en dos puntos, con un 8,89% respecto a años anteriores. Evidentemente, la grave crisis sanitaria ha afectado obviamente a la movilidad de los estudiantes. Aún así, y a pesar del contexto de pandemia mundial que ha arrasado con el transporte, el turismo y la movilidad a nivel mundial, los datos de este ítem se mantiene en niveles notables en el contexto descrito.
P4-4.2	TASA DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	20.66% numerador:131 denominador:634	A pesar de la COVID19 este dato supone un incremento de 6 puntos respecto al año anterior, lo que supone niveles excelentes que evidencian que la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla es un destino de éxito a pesar de la grave crisis sanitaria.
P4-4.3	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	Xa:4.64 Xa)(Respuestas:11 Xa)(Universo:33 Xb:SD Xb)(Respuestas:SD Xb)(Universo:SD	También se incrementa respecto al año anterior el nivel de satisfacción de los estudiantes en programas de movilidad. Este dato revela el éxito de la gestión y seguimiento de la movilidad de nuestros estudiantes en otras universidades.

P4-4.4		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	<p>Xa:4.58 Xa)(Respuesta:12 Xa)(Universo:118 Xb:4.50 Xb)(Respuesta:2 Xb)(Universo:13</p>	<p>Baja levemente la satisfacción de los estudiantes de otras universidades y del sector PDI (puede resultar comprensible, por parte del estudiantado, que se valore más negativamente la satisfacción al encontrarse en una universidad ajena en medio de una pandemia mundial). Dado el grave contexto sanitario, estas leves bajadas se observan poco significativas, en todo caso.</p>
--------	--	--	---	--

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. A pesar del grave contexto, que afecta especialmente a la movilidad, los niveles de satisfacción se mantienen o bajan levemente para quienes nos visitan. Se incrementan, además, los datos relativos al número de estudiantes visitantes, lo cual debe considerarse un importante logro. Destaca especialmente el incremento de la satisfacción de los estudiantes en otras universidades, datos que se derivan de los excelentes niveles de gestión y coordinación de los programas de movilidad, a pesar de las dificultades derivadas de la COVID19.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. En un contexto normalizado, cabría indicar acciones de mejora respecto a la tasa de estudiantes en otras universidades, incrementando la movilidad. Sin embargo, la vuelta a la normalidad de la movilidad internacional, en el grave contexto originado por la COVID19, es una cuestión que excede incluso las capacidades de los organismos nacionales e internacionales. Es, por tanto, previsible que sea una cuestión que no tenga respuesta desde la propia Facultad ni desde la Universidad de Sevilla.

P5 - EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

Código	Indicador	Valor	Justificación
P5-5.1	EMPRESAS CON CONVENIO CON ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS EXTERNAS.		En el curso 2019-20 no se han realizado evaluaciones sobre las prácticas externas. Dicho vacío puede deberse a que estas fueron interrumpidas por el Covid-19. Se deja, a nivel orientativo, las puntuaciones y valoraciones de Logros del curso pasado: 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 En resumen, una evolución diacrónica que debe considerarse favorablemente.
P5-5.2	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS		De nuevo, en el curso 2019-20 no ha habido evaluaciones sobre prácticas externas. Dicho vacío puede deberse a que estas fueron interrumpidas por la Covid-19. Aportamos de nuevo, a nivel orientativo, puntuaciones y valoraciones del curso pasado. Así, 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% En cualquier caso, sigue siendo un dato alto y satisfactorio, en general.

P5-5.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES CON LAS PRÁCTICAS.		También en estos ítems, el vacío de datos puede deberse a que las prácticas fueron interrumpidas por la Covid-19. Si consideramos en su lugar los datos del curso pasado, encontramos que 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, 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		
	5.3.2	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS CON LAS PRÁCTICAS.		

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Aunque la falta de evaluaciones de prácticas externas en el curso 2019-20 no permita remarcar un logro claro en dicho curso, consideramos que la tendencia positiva de años anteriores respecto a la evaluación de los tutores externos e internos de las prácticas permite inferir que los alumnos adquieren las competencias requeridas por el sector en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, y generan una buena impresión en el sector empresarial.

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	48.55% numerador:67 denominador:138	Este año el porcentaje de egresados que han encontrado un hueco en el mercado laboral es del 48,55%. Dicha cifra baja cinco puntos respecto al año anterior (53,03%); no obstante, se debe considerar que la pandemia del coronavirus producida a partir del año 2020 ha generado una quiebra en la economía que ha afectado a la mayoría de los sectores comerciales. De hecho, la tendencia histórica de este indicador durante los últimos años era muy favorable, como indican los siguientes datos: 2017-2018 53,03% 2016-2017 48,05% 2015-2016 36,21% 2014-2015 N/S 2013-2014 N/S En resumen, un dato que baja ligeramente respecto a años anteriores, pero que debe interpretarse en un contexto económico muy poco favorable

P6-6.2		TIEMPO MEDIO EN OBTENER EL PRIMER CONTRATO	4.34 numerador:291 denominador:67	El tiempo medio en conseguir un contrato de trabajo se ha mantenido estable a lo largo del tiempo y, de hecho, el curso 2019-20 ha presentado una mejora respecto a años anteriores: 2019-2020 4,34 MESES 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 y de manera concreta al sector que nos ocupa, sumado a la crisis de la covid-19, consideramos que un período de 4 meses es un dato muy favorable.
P6-6.3		ADECUACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL A LA TITULACIÓN	3.30	La adecuación laboral respecto a la titulación es una variable que no ha predominado nunca por un valor alto, pero con un 3,30 se encuentra por encima del valor medio (en un intervalo 1-5) y ha presentado una mejoría respecto al año anterior, de hecho: 2019-2020 3,30/5 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	3.26	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 – 3,26. 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). Cabe mencionar que no disponemos de los datos de evaluación del profesorado de este año, pero la tendencia de años anteriores ha sido positiva.
P6-6.5		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES CON LA FORMACIÓN ADQUIRIDA	4.16	En general, los empleadores sí consideran que los alumnos salen del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con una buena base formativa, en una dirección histórica ascendente, aunque este año haya caído levemente: 2018-2109 4,16 / 5 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 en Publicidad y Relaciones Públicas 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. La pretensión de este informe se encuentra en línea con el anterior y, como decisión de mejora, se recomienda la difusión a los alumnos de conferencias universitarias que planteen las salidas laborales de la carrera y conozcan las expectativas del mercado laboral; 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. En todo caso, y dada la dificultad actual (impuesta por la situación de pandemia) de organizar actos y eventos públicos, consideramos que no es una medida que deba implementarse de forma inmediata.

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	2.17 Respuestas:6 Universo:634	<p>Este dato supone una brusca caída en el nivel de satisfacción respecto al del curso pasado (3.44). No obstante, y dada la situación de pandemia, estrés laboral y situaciones altamente complicadas que han tenido lugar en el curso 2019-2020, es evidente que esta caída en el nivel de satisfacción se debe al exiguuo número de respuestas por parte del alumnado en dicho curso: apenas 6, que contrasta considerablemente con la evolución ascendente que tenía la participación del alumnado en este indicador en cursos anteriores - 177 respuestas en el curso 2016-2017, 182 en el curso 2017-2018, y 195 en el curso 2017-2018. Debemos apuntar que la Facultad de Comunicación había completado antes del decreto del Estado de Alarma las encuestas presenciales en todos los grupos de todos los cursos del Grado en Publicidad. No obstante, esa información no ha podido ser procesada y se ha tenido en consideración un cuestionario posterior remitido de manera online por la Oficina de Gestión de Calidad de la Universidad de Sevilla que no ha tenido la repercusión apropiada entre el colectivo de estudiantes, a pesar de la campaña informativa en Redes, en listas de distribución, etc. Entendemos que, en un contexto de estrés académico, con toda la actividad trasladada al escenario online, incrementar la carga de trabajo por este medio (aunque se trate de un cuestionario que no necesita más de cinco minutos para ser completado) no ha sido la decisión más acertada por parte de los servicios centrales. Es evidente que, frente a las cifras alcanzadas en cursos anteriores, las 6 respuestas de 2019-2020 carecen de</p>
--------	--	--	--------------------------------------	--

cualquier representatividad estadística. Tampoco es casual que, por otro lado, conforme aumentaba la participación entre los cursos 2016-2017 y 2018-2019, también ascendía el nivel de satisfacción del alumnado con el título, que pasó de un 3.12 a 3.24, y de ahí a 3.44. En resumen, interpretamos que el valor de 2.17 del curso 2019-2020 es una excepción fruto de las circunstancias extremas que se están viviendo.

P7-7.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL TÍTULO	4.00 Respuestas:17 Universo:52	Considerando las circunstancias que han rodeado el curso 2019-2020, este indicador debe considerarse muy favorablemente; de hecho, supone un incremento de 0.05 puntos sobre el valor que alcanzó la satisfacción del profesorado con el título en el curso 2018-2019. Considerando de forma más amplia la evolución histórica del indicador, puede considerarse que se encuentra en los valores habituales (es decir, alrededor de 4.00), y, en todo caso, muy satisfactorio. No por casualidad, el número de respuestas en este caso es mucho mayor que en el caso de los alumnos, lo cual indica una mayor representatividad.
P7-7.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON EL TÍTULO	3.40 Respuestas:5 Universo:48	A pesar de las escasísimas respuestas que ha cosechado este ítem entre el Personal de Administración y Servicios (PAS), el indicador se mantiene exactamente igual que en el curso pasado: 3.40. La valoración, como sucedía con el indicador P7-7.1, es en todo caso difícil, ya que la escasa participación convierte este dato en un indicio poco fiable. Contextualmente, debe tenerse en cuenta que la satisfacción del PAS con el título implica valores fluctuantes a lo largo de los últimos años, pero siempre entre 3.40 y 3.90, lo cual puede considerarse satisfactorio en general.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. El nivel de satisfacción del profesorado con el título se incrementa respecto al curso 2018-2019
2. El nivel de satisfacción del PAS se mantiene exactamente igual respecto al curso 2018-2019, si bien la exigua participación en las encuestas hace que el indicador deba entenderse como una excepción no representativa fruto de las circunstancias de la pandemia de COVID-19

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. La caída en el nivel de satisfacción del alumnado con el título podría parecer una debilidad, pero, si observamos la exigua participación del alumnado en las encuestas y la evolución histórica favorable de este indicador, debe entenderse como una excepción no-representativa y fruto de las circunstancias de la pandemia de COVID-19

P8 - GESTIÓN Y ATENCIÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS E INCIDENCIAS

Código	Indicador	Valor	Justificación
P8-8.1	QUEJAS, SUGERENCIAS, INCIDENCIAS Y FELICITACIONES INTERPUESTAS		En el curso analizado se observa un ligero aumento de quejas e incidencias interpuestas. Si bien la cifra es mínima, resulta importante centrarse en ella en aras de la calidad. Así, si comparamos estos datos con los del curso anterior, comprobamos que entonces no se produjo ninguna. Apuntamos que es probable que este aumento se deba a la situación de la COVID-19. A causa de la pandemia, todo el procedimiento docente (teórico y práctico) se vio afectado, teniendo que tomar decisiones variadas siempre ajustadas a las exigencias de las autoridades sanitarias. Es posible que, en el periodo de adaptación del proceso teórico-práctico, el alumnado se sintiera descontento. Aun así, deberíamos conocer el tipo de quejas e incidencias interpuestas para poder valorar su causa con más exactitud, atendiendo en todo momento a los procedimientos de privacidad contemplados en la LOPD.
	8.1.1	QUEJAS INTERPUESTAS	0.32% numerador:2 denominador:634
	8.1.2	INCIDENCIAS INTERPUESTAS	0.16% numerador:1 denominador:634
	8.1.3	SUGERENCIAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:634
	8.1.4	FELICITACIONES RECIBIDAS	0.00% numerador:0 denominador:634

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. A pesar de los datos, se entiende que los problemas fueron mínimos (quejas: 0,32%; incidencias: 0,16%).

Deduciendo que la causa fue la pandemia, estas quejas e incidencias se pueden interpretar en todo caso como enriquecedoras, ya que a partir de ellas se puede aprender y subsanar el problema en cursos futuros.

P9 - MECANISMOS PARA LA DIFUSIÓN DEL TÍTULO

Código	Indicador	Valor	Justificación
P9-9.1	ACCESO A LA INFORMACIÓN DEL TÍTULO DISPONIBLE EN LA WEB	5514	Las visitas a la web institucional del título, a través del portal us.es, han sufrido una bajada muy considerable, pasando de 12.349 (curso 18-19) a 5514 (curso 19-20). Si bien durante el curso anterior las visitas ya bajaron un 17,67%, pasando de 14.999 a 12.349, la bajada de este curso es de un 55,35%, lo que a nivel numérico se traduce en 6835 entradas menos que el curso anterior. Hay que tener en cuenta que la web ha sufrido una reestructuración global en 2019 y que todavía es pronto para valorar el funcionamiento de la misma, dado que el primer año de exposición pública no se ha producido en condiciones normales. En el caso de la Universidad de Sevilla, el correo electrónico y la plataforma de Enseñanza Virtual se convirtieron en el segundo cuatrimestre en la herramienta básica de comunicación entre docentes y alumnos, lo cual ha podido atraer visitas a la web oficial del título. También ha podido influir el activo papel que la Facultad de Comunicación tiene en diversas Redes Sociales (fundamentalmente Twitter e Instagram). Estos canales se convirtieron en los meses de confinamiento en un medio idóneo para llegar de manera rápida y directa a los estudiantes, trasladando todas las actualizaciones que se hacían sobre los procedimientos de docencia, tutorización y evaluación.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Bajada de visitas muy considerable respecto al histórico de los últimos años, si bien para valorar justamente este dato debe tenerse en cuenta la pandemia de la COVID-19, que posiblemente ha frenado ciertas acciones de mejora que podrían haber tenido éxito.
2. El propio indicador ya no desglosa las visitas por meses, como sí lo hacía en el curso 16/17, lo que dificulta estudiar la evolución de las visitas

7. Plan de Mejora del título.

(Se adjunta al final del documento)