



AUTOINFORME SEGUIMIENTO curso 16/17

(Convocatoria 17/18)

Datos de Identificación del Título

<i>Universidad de Sevilla</i>	
<i>ID Ministerio</i>	<i>2502292</i>
<i>Denominación del título</i>	<i>Grado en Comunicación Audiovisual</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>http://www.us.es/estudios/grados/plan_192</i>
<i>Web del Centro</i>	<i>http://www.us.es/centros/propios/centro_47</i>

Análisis

Análisis

Análisis

Análisis

6. Indicadores

P1 - EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO

Código	Indicador	Valor	Justificación
P1-1.1	TASA DE OCUPACIÓN	99.30% numerador:141 denominador:142	En un sentido histórico, la tasa de ocupación ha estado siempre muy cercana al 100% (97,33% - 98% - 97,89% - 95,77% - 97,89% - 99.30%), es decir muy próxima a la ocupación plena. Esto contrasta con una nota de corte que progresivamente, aunque no de forma muy acusada, ha ido subiendo con el paso del tiempo (8,66 - 8,34 – 8,38 – 8,65 – 8,90 - 9.21), lo que previsiblemente implicará una mejora de la tasa de éxito y de rendimiento en los cursos venideros. De hecho, la tasa de ocupación de este año ha sido la más alta de los últimos seis años. En cuanto a los estudiantes de nuevo ingreso y la oferta, a pesar de la competencia actual para la realización del Grado en Comunicación Audiovisual (la Universidad Loyola de Andalucía, el centro adscrito a la Universidad de Sevilla, EUSA, etc.), mantiene su ritmo ascendente tanto en número de estudiantes de nuevo ingreso como en plazas ofertadas. Los indicadores se muestran normales para con un grado de éxito entre la oferta de la Universidad de Sevilla (US).
	1.1.1	ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO EN EL TÍTULO	145
	1.1.2	OFERTA	142

P1-1.2		DEMANDA	<p>84.51%</p> <p>numerador:120</p> <p>denominador:142</p>	<p>La demanda del Grado ha ido descendiendo progresivamente (103,33% - 95,33% - 88,73% - 63,38% - 76,76% - 84,51%), lo que implica que los estudiantes han ido eligiendo este Grado cada vez menos como primera opción. Sin embargo, los indicadores actuales muestran un repunte que nos lleva a porcentajes de tres años atrás. Como dijimos anteriormente, la progresiva aparición de centros en un entorno próximo en los que se imparte la titulación, como pueden ser el Centro Adscrito a la US EUSA o la Universidad Loyola Andalucía-Sevilla, hicieron merma en la demanda del título, pero una vez estabilizada la oferta de estos estudios, el título de la US vuelve a copar porcentajes que auguran un crecimiento en los próximos años. No podemos olvidar que este 84,51% indica el número de alumnos que han escogido el grado de Comunicación en primera opción, lo que demuestra, a pesar de las dificultades, el atractivo de su plan de estudios.</p>
P1-1.3		NOTA MEDIA DE INGRESO	<p>10.18</p> <p>numerador:1476.1</p> <p>denominador:145</p> <p>N.I.en1ERcurso:141</p>	<p>En los últimos años, el histórico de la nota media de ingreso ha sido el siguiente: 9,86 - 9,79 - 9,59 - 9,66 - 10,07 - 9,92 - 10.18. Como puede observarse, la nota media de este indicador es la más alta de los últimos años. Además del atractivo del título, este dato vaticina un aumento venidero de su tasa de éxito.</p>

P1-1.4		NOTA DE CORTE Ó NOTA MÍNIMA DE ADMISIÓN	9.21	Las notas de corte de admisión han ido manteniéndose en una cifra similar durante los últimos años (8,66 - 8,34 - 8,38 - 8,65 - 8,9 - 8,59 - 9.21) pero se observa un aumento notable en la de este indicador para este año de más de 1/2 punto. Posiblemente, este aumento esté relacionado con el buen momento que vive el título y con el atractivo de su oferta.
P1-1.5		Nº TOTAL DE ALUMNOS MATRICULADOS	Xa:606 Xb:570	El porcentaje de alumnos matriculados sin reconocimiento de créditos ($xb / xa * 100$) es del 94.05%. El indicador posee dos derivadas que no podemos calibrar por no tener un histórico de datos para comparar. En primer lugar resalta el alto porcentaje de alumnos que sin reconocimiento de créditos acceden al título, es decir, se muestran interesados por el atractivo de su oferta. Por otro lado, el 5.95% son alumnos a los que sí se les ha reconocido algún crédito porque ya lo han superado en otro plan de estudios y acceden al Grado por la vía de Traslado de Expediente. En el futuro, con más datos sobre este indicador, podremos calibrar si el decrecimiento o crecimiento, o viceversa, de ambas instancias del indicador demuestran buena o mala salud del título.

P1-1.6		TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO	<p>87.33%</p> <p>numerador:30264</p> <p>denominador:34656</p>	<p>El histórico de la tasa de rendimiento del título ha sido el siguiente: 82.05% - 83.75% - 87.43% - 90,39% - 88.20% - 87.83% - 87.33%. Como puede observarse, este indicador mantiene una cifra muy similar a la pasada y una coherencia con el resto de datos de años anteriores. En general, el indicador demuestra algunas debilidades que no permiten su correcta calibración: ¿deben poseer idéntico rendimiento las asignaturas obligatorias que las optativas, las específicas que las no específicas? ¿Sería más apropiado escindir el indicador en varios tipos de asignaturas? Por otro lado, los porcentajes más bajos siguen manteniéndose, como en años anteriores, en los Trabajos Fin de Grado y en algunas asignaturas no específicas como son Lengua Española o Sociología de la Comunicación.</p>
--------	--	--------------------------------	---	---

P1-1.7		TASA DE ÉXITO DEL TÍTULO	<p>95.03%</p> <p>numerador:30264</p> <p>denominador:31848</p>	<p>Este indicador, que cifra la superación de los créditos a los que se han presentado los estudiantes en las convocatorias del curso 2016-2017, revela la consolidación de un crecimiento sostenido, cuyo histórico registra los siguientes porcentajes: 89,21% - 89,48% - 93,09% - 94,85% - 94,22% - 93,77% - 95,03%. El aumento decidido de la tasa de éxito que se observa entre las dos últimas convocatorias no parece corresponderse con el ligero descenso de la tasa de rendimiento en los mismos cursos académicos: 87,83% - 87,33%. Si bien el índice absoluto de los créditos superados (rendimiento) presenta aquí una relación dispar con su índice relativo (éxito), esta se limita a estos dos últimos cursos, ya que ambos índices mantienen una relación proporcional en el resto de cursos. Esta anomalía sugiere la posibilidad de una investigación más detallada en torno al índice de rendimiento, ya que la tasa de éxito es más permeable a la conducta selectiva-estratégica de los estudiantes. Por otra parte, cabe notar que los porcentajes significativamente más bajos se registran en las asignaturas Derecho Audiovisual, Lengua Española y Economía de los Medios Audiovisuales.</p>
--------	--	--------------------------	---	---

P1-1.8		TASA DE EFICIENCIA DEL TÍTULO	97.64% numerador1Cred.Tco.:240 numerador2Titulados:59 denominador:14502	El histórico de la tasa de eficiencia, que expresa la relación entre número de créditos del plan de estudios y número de créditos cursados, denota un descenso brusco en el curso 2016-2017, como demuestran los porcentajes: 99,87% - 99,45% - 99,66% - 97,64%. En el curso 2016-17 se aprueba en Junta de Centro una tabla de reconocimiento de créditos correspondientes a asignaturas cursadas en Ciclos Superiores, lo que explica el descenso señalado en este curso. Si bien el índice sigue siendo muy elevado, dista de rozar el 100% como hacen sus precedentes.
P1-1.9		TASA DE GRADUACIÓN DEL TÍTULO	70.42% numerador:100 denominador:142	Los porcentajes del histórico (73,29% - 70,55% - 70,42%) muestran un descenso sostenido, aunque escasamente notorio en el último curso.
P1-1.10		NÚMERO DE EGRESADOS POR CURSO	69 acred.lingüística:69	No procede el análisis diacrónico en este punto, dado que el dato no cuenta con precedentes en el histórico.
P1-1.11		TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO	15.49% numerador:22 denominador:142	La información del histórico no permite establecer una pauta en los índices observados (13,01% - 11,49% - 15,49%). Sí puede decirse que el dato de la tasa de abandono en el año 2016-2017 contrasta con la tasa de éxito del título, la mayor del histórico en ambos casos, cuando podría pensarse que en ciertos aspectos se trata de índices antitéticos. Por el contrario, el índice sí parece presentar coherencia con el descenso observado en la tasa de eficiencia en el mismo año.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Sin duda es una fortaleza del título el crecimiento progresivo, según determina el histórico de datos, de la tasa de ocupación, que con un 99.30% roza la plenitud
2. Consideramos una fortaleza el sostenimiento de la demanda actual del título dada la competencia existente en el mercado actual de la educación de planes de estudios similares. Caso llamativo el de EUSA, un ente que expide títulos acreditados por la propia US cuando realmente supone una competencia para nuestros alumnos, nuestros profesores y nuestro compromiso con la calidad docente. Por tanto, un 84.51% indica una muy buena salud del título, escogido en primera opción por 120 alumnos.
3. Consideramos como una fortaleza el crecimiento de la nota de corte mínima. Este indicador revela que la oferta de nuestro plan de estudio es competitiva.
4. El sostenimiento de la tasa de éxito del título

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. El crecimiento de la tasa de abandono. Entendemos que existe una aparente discordancia entre ésta y la tasa de éxito, en la medida en que ambas crecen y en principio resultan antitéticas.

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	63	<p>El porcentaje de profesores doctores implicados en el Grado en Comunicación Audiovisual (CAV) ha aumentado 0.6 puntos respecto al dato correspondiente del curso 2015/16 (79.31%) (P03-I05). La evolución ha sido ascendente durante los tres últimos cursos, lo cual puede interpretarse como consecuencia de la necesidad del doctorado para poder acceder a acreditaciones en figuras contractuales de tiempo completo; pero también como resultado de la elevada cualificación de los profesores sustitutos interinos y del aumento de la carga docente por profesor. El indicador referente a los sexenios ha cambiado de un porcentaje de los sexenios reales respecto a los sexenios potenciales del profesorado implicado en el Grado en CAV (2015-2016, P03-I11) a un número absoluto de sexenios acumulados por el profesorado implicado en el Grado. En consecuencia, no se pueden comparar los dos datos. El porcentaje de profesorado asociado implicado en el Grado ha disminuido 4.68 puntos respecto al dato correspondiente del curso 2015/16 (18.97%) (P03-I09). El porcentaje de profesorado con vinculación permanente implicado en el Grado en CAV ha disminuido 9.41 puntos respecto al dato correspondiente del curso 2015/16 (79.31%) (P03-I08) El porcentaje de profesores titulares de universidad implicados en el grado de CAV</p>
--------	--	------------------------------------	----	---

ha disminuido 4.19 puntos
respecto al dato correspondiente
del curso 2015/16 (79.31%)
(P03-I05) El porcentaje de
catedráticos de universidad
implicados en el grado de CAV
ha disminuido 1.86 puntos
respecto al dato correspondiente
del curso 2015/16 (79.31%)
(P03-I05)

	2.1.1	PROFESORES DOCTORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	79.37% numerador:50 denominador:63	
	2.1.2	SEXENIOS RECONOCIDOS AL PROFESORADO	28	
	2.1.3	PROFESORADO ASOCIADO IMPLICADO EN EL TÍTULO.	14.29% numerador:9 denominador:63	
	2.1.4	PROFESORADO CON VINCULACIÓN PERMANENTE IMPLICADO EN EL TÍTULO.	49.21% numerador:31 denominador:63	
	2.1.5	PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	28.57% numerador:18 denominador:63	
	2.1.6	CATEDRÁTICOS DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	1.59% numerador:1 denominador:63	

P2-2.2		<p>NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA ACTUACIÓN DOCENTE DEL PROFESORADO</p>	<p>4.12 Respuestas:1813 Universo:63</p>	<p>En general, este indicador experimenta una muy pequeña subida respecto al curso anterior (2015-16, P02-I01), manteniéndose así en unos valores elevados y superiores a los correspondientes al conjunto de la docencia impartida en la Facultad de Comunicación. Se mantienen en los mismos valores el interés por las asignaturas; la dificultad percibida de las asignaturas; la asistencia a clase; y la asistencia a tutorías. Asimismo mantienen idéntica valoración las cuestiones P1, P5 Y P17. Experimentan un descenso poco significativo (0.1-0.3 puntos) las valoraciones correspondientes a las cuestiones P2, P13 y P16. Experimentan un incremento poco significativo (0.1-0.3 puntos) las valoraciones correspondientes a las cuestiones P7, P9, P10, P11, P12, P14, P15 y P18; esta última indica la satisfacción general con la actuación docente en el Grado, la cual aumenta de 4.10 a 4.12. Experimentan un incremento muy ligero (0.09-0.13 puntos) las valoraciones correspondientes a las cuestiones P3, P4, P5 y P8. La evolución de la satisfacción general con la actuación docente del profesorado ha sido ascendente durante los tres últimos cursos (desde 2013/14), lo cual puede interpretarse y valorarse en términos favorables.</p>
--------	--	---	---	--

P2-2.3		GUÍAS DOCENTES: PROGRAMAS Y PROYECTOS PUBLICADOS EN PLAZO ESTABLECIDO	-	Al igual que en el curso anterior (2015/16, P02-I04), la totalidad de los programas de asignaturas de CAV ha sido publicada dentro del plazo establecido. En cuanto a la publicación de los proyectos docentes de las asignaturas, este indicador ha evolucionado favorablemente puesto que el cumplimiento de los plazos de entrega ha aumentado en (unos muy considerables) 7.78 puntos respecto al curso anterior (2015/16, P02-I05).
	2.3.1	PROGRAMAS DE ASIGNATURAS PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO	100.00% numerador:38 denominador:38	
	2.3.2	PROYECTOS DOCENTES PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO.	85.00% numerador:51 denominador:60	
P2-2.4		PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE	3.17% numerador:2 denominador:63	A juzgar por este indicador, la participación del profesorado en proyectos de innovación docente ha experimentado un descenso significativo (12.35 puntos) desde el curso anterior (2015/16, P02-I04).
P2-2.5		GRADO DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA LA ELECCIÓN Y REALIZACIÓN DE LOS TRABAJOS FIN DE GRADO/MÁSTER.	3.07 Respuestas:46 Universo:606	No constan referencias previas directas de este indicador para establecer una valoración comparativa desde un punto de vista diacrónico.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. La valoración mejora en prácticamente todos los apartados de este indicador susceptibles de comparación, respecto a unas evaluaciones que ya eran muy favorables

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Aunque continúa una tendencia ascendente en su grado de cumplimiento, aún puede mejorarse la publicación de proyectos docentes dentro del plazo establecido para ello (P2-2.3.2). A este respecto se considera apropiado insistir en las notificaciones de recordatorio de tales plazos y la obligación de cumplirlos por parte de los Secretarios de Departamento en junio y septiembre de 2018.

2. Ha disminuido considerablemente la participación del profesorado en proyectos de innovación docente (P2-2.4). Para remediarlo se plantea la necesidad de una reunión por parte del Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia con el equipo docente del Grado a celebrar entre mayo y octubre de 2018, con el fin de informar e incentivar la

implicación del profesorado en estas iniciativas.

P3 - EVALUACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y RECURSOS

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

P3-3.1		GRADO DE SATISFACCIÓN CON LAS INFRAESTRUCTURAS.	<p>Xa:3.00 Xa)(Respuestas:126 Xa)(Universo:606 Xb:3.21 Xb)(Respuestas:34 Xb)(Universo:50 Xc:3.68 Xc)(Respuestas:19 Xc)(Universo:61</p>	<p>En general, los niveles de satisfacción de los diferentes colectivos con las infraestructuras se situaron con niveles aceptables, si bien no existen datos para compararlos con años anteriores. De un lado, el nivel de satisfacción del colectivo de estudiantes tuvo un valor de 3.00 puntos sobre un total de 126 respuestas de un universo de 606 encuestados. Con respecto al nivel de satisfacción del colectivo del PAS, el nivel se situó con un valor de 3.21 puntos sobre un total de 34 respuestas de un universo de 50 encuestados. Por último, en cuanto al nivel de satisfacción del colectivo del profesorado, se situó con un valor de 3.68 puntos sobre un total de 19 respuestas de un universo de 61 encuestados.</p> <p>Contextualmente, merece la pena aportar información extra. En términos generales, las infraestructuras y recursos para el Grado incrementan sus niveles de dotación, gracias a las diferentes ayudas obtenidas: 1) Por un lado, la resolución del plan de docencia 2016 (http://planpropio.us.es/referencia_1_2_16), en su Anexo I relativo al componente estructural de ayuda para materiales destinados a prácticas, el centro recibió un total de ayuda estructural de 15.940,60€. De dicha cantidad, 12.940,60€ correspondió a material fungible y 3.000,00€ a material inventariable. Por otro lado, en su Anexo II, correspondiente a la mejora de infraestructuras y equipamientos de los espacios docentes, el centro solicitó sillas para el Aula de Edición Digital 2, recibiendo un importe de 1.230,60€. Por otra parte, en cuanto a la ayuda para la adquisición de software con fines docentes, el centro solicitó licencias para Adobe Creative Suite Master Collection, Adobe Creative Cloud y Final Cut Pro, obteniéndose una ayuda de 16.716,16 € para la financiación del 50% de su coste. 2) Según se indica en la Memoria Final de Gestión (2014-2017), en su apartado III, correspondiente al Vicedecanato de Infraestructuras y Desarrollo de Proyectos, el centro ha desarrollado la renovación de las Salas de Edición 1 y 2 (mobiliario y equipos); la creación y dotación de mobiliario para el nuevo Aula de MediaLab con 41 puestos electrificados y conectados a Internet. Por otra parte, se ha adquirido mobiliario nuevo para la Sala de Lecturas (52 mesas y 120 sillas); mobiliario nuevo para las Aulas de Informática (100 sillas); adquisición de cámaras fotográficas y de vídeo por valor aproximado</p>
--------	--	---	--	--

de 6000 euros; instalación de nuevos focos en el Plató 2; renovación de los proyectores de todas las aulas (y se ha comenzado la renovación de las pantallas 16:10); adquisición de 50 ordenadores para los distintos servicios y aulas del centro.

P3-3.2		GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA.	3.15 Respuestas:125 Universo:606	A partir de los datos obtenidos conjuntamente del nivel de satisfacción de estudiantes y del profesorado, se obtuvo un valor de 3.15 sobre un total de 125 respuestas de un universo de 606 encuestados. De esta forma el grado de satisfacción de los recursos se sitúan en niveles aceptables, si bien no existen datos para comparar con cursos anteriores.
P3-3.3		GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL.	Xa:2.57 Xa)(Respuestas:120 Xa)(Universo:606 Xb:3.79 Xb)(Respuestas:19 Xb)(Universo:61	En relación al grado de satisfacción con los recursos de orientación académica, no existen cifras de años anteriores para establecer una evaluación comparativa. Por un lado, el nivel de satisfacción del colectivo de estudiantes fue aceptable, situándose con un valor de 2.57 a partir de un total de 120 respuestas sobre un universo de 606 encuestados. Respecto al grado de satisfacción del colectivo del PAS, el nivel se situó con un valor de 3.79 sobre un total de respuestas de un universo de 61 encuestados.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. En términos generales, las infraestructuras y recursos para el Grado incrementan sus niveles de dotación, gracias a las diferentes ayudas obtenidas

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. A pesar de las mejoras mencionadas, la principal debilidad derivada es limitación presupuestaria para la renovación regular de las infraestructuras y recursos. Al tratarse de una Facultad que precisa de una gran cantidad de tecnología audiovisual para el desarrollo de las prácticas, hay una fuerte limitación presupuestaria que impide poner al día los diferentes equipamientos, que exigen inversiones además en su mantenimiento, insuficientes hasta el momento.
2. Se debería elaborar un plan de análisis que reflejara con cierta anticipación las necesidades de las infraestructuras y recursos. De esta manera se evitaría un desfase entre los recursos tecnológicos utilizados por el centro frente a la realidad profesional.

P4 - ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Código	Indicador	Valor	Justificación
P4-4.1	TASA DE ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	3.68% numerador:21 denominador:570	La tasa respecto al curso anterior se ha incrementado en más de un 1%; por lo tanto, la previsión hace esperar una mejora de este indicador de forma progresiva. Si se analizan comparativamente los datos desde el curso 2010-2011 (P04-I02) se puede observar un crecimiento desde el 0% hasta el 2,60% del curso 2015-2016 (P04-I02).

P4-4.2		TASA DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	12.46% numerador:71 denominador:570	La tasa ha aumentado considerablemente respecto al curso anterior, en que fue del 9,08% (2015-2016 P04-I01). Se ha conseguido el valor más alto con respecto a todos los cursos anteriores, situándose ligeramente por encima del curso 2012-2013 (P04-I01), cuando fue del 12,42%. Según los datos agregados, son Francia e Italia los países que más alumnos aportan, seguidos de México y Alemania, entre otros.
P4-4.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	Xa:4.00 Xa)(Respuestas:5 Xa)(Universo:9 Xb:3.75 Xb)(Respuestas:4 Xb)(Universo:12	Los datos del curso 2016-2017 para este indicador han sido formulados en base a una valoración sobre 5, mientras que en años anteriores se hizo en base a 10. Por consiguiente, se ha realizado una comparativa adaptando dicha numeración sobre 10. El nivel de satisfacción de los estudiantes en otras universidades es de 4.00 puntos sobre un total de 5 respuestas de un universo de 9 encuestados para la modalidad Erasmus, mientras que para SICUE la valoración ha sido de 3.70 sobre un total de 4 respuestas de un universo de 12 encuestados. En el curso 2015-2016, el indicador P04-I04 marcaba una puntuación de 8.67 para el programa Erasmus y de 6.00 para el SICUE. En este curso, los datos sobre 10 serían de 8.00 para el programa Erasmus, un ligero descenso respecto al curso anterior, y de 7.40 del programa SICUE, un más que demostrable aumento de 1.40 puntos.

P4-4.4		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	Xa:4.18 Xa)(Respuesta:11 Xa)(Universo:68 Xb:S/D Xb)(Respuesta:S/D Xb)(Universo:3	Al igual que ocurre con el indicador P4-4.4, los datos para el curso 2016-2017 han sido elaborados en base a una valoración de 5. El nivel de satisfacción de los estudiantes procedentes de otras universidades es de 4.18 puntos sobre un total de 11 respuestas de un universo de 68 encuestados para el programa Erasmus. Este dato, sobre 10, sería de 8.36, siendo en el curso 2015-2016 (P04-I03) de 8,67, por lo tanto hay un ligero descenso de la satisfacción, aunque se mantiene en unos niveles por encima de la media de otros cursos académicos. Respecto a la información para este indicador del programa SICUE, no hay datos para poder hacer una estimación.
--------	--	--	---	---

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. El aumento de la tasa de estudiantes del Grado con movilidad en otras universidades. El flujo de estudiantes va en progresivo ascenso lo que implica una mejora en las relaciones con otras universidades.
2. También ha aumentado el número de estudiantes procedentes de otras universidades, siendo la tasa más elevada desde el curso académico 2010-2011, lo que demuestra que nuestro centro se está convirtiendo en referente para otros alumnos.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. El ligero descenso del nivel de satisfacción de los estudiantes en otras universidades (solo en el programa Erasmus) es indicativo de alguna anomalía notada por los estudiantes
2. Ligero descenso del nivel de satisfacción de los estudiantes procedentes de otras universidades en el programa Erasmus, aunque la nota media sigue estando por encima de la media de cursos anteriores

P5 - EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

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

P5-5.1		EMPRESAS CON CONVENIO CON ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS EXTERNAS.	116	El número de empresas con convenio en el curso 2016-2017 es de 116, tanto para prácticas curriculares como extracurriculares. Si analizamos los datos respecto a cursos anteriores podemos ver que en el curso 2014-2015 (P05-I03) los convenios fueron 60, mientras que en 2015-2016 (P05-I03) el número ascendía a 115. Por consiguiente no solo se mantiene el número de convenios, sino que se incrementa sustancialmente, por lo que se prevé una mejora progresiva.
P5-5.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS	4.26 Xe)(TE:4.42 Xe)(TI:3.52	Al finalizar las prácticas externas, los estudiantes deben rellenar un informe de valoración donde, además de hacer un comentario valorando su experiencia en las prácticas, califiquen, con una numeración que va de 0 a 5, su nivel de satisfacción. Se adjunta informe del último curso académico completo con datos (2016-2017). El nivel de satisfacción del curso 2016-2017 en general es de 4,26 sobre 5. Xe: Nivel de satisfacción con los tutores externos es de 4.42. El nivel de satisfacción con los tutores internos es de 3.52. Un nivel considerablemente aceptable dentro de la media. No se puede hacer una comparativa con cursos anteriores al hacer una encuesta sobre 5, y no sobre un tanto por ciento, como ocurría en el curso 2015-2016 (P05-I02).

P5-5.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES CON LAS PRÁCTICAS.	-	<p>En relación con el indicador P5-5.3.1, hay que señalar que desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes se recoge de manera manual la valoración que los tutores académicos (tutores internos de la universidad) hacen de las prácticas. Así, la satisfacción de los tutores académicos con las prácticas es de 8.91, media que se obtiene sobre la valoración de 12 tutores académicos (según datos adicionales aportados por el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes), siendo el resultado: 9 con nivel de satisfacción = 10, 2 con nivel de satisfacción = 9, y 1 con nivel de satisfacción = 8. En cuanto a la satisfacción de los tutores profesionales con las prácticas, el 92% de las empresas tienen un nivel de satisfacción con la gestión y realización de prácticas en empresas, así como con los estudiantes adjudicados, valorada con una calificación superior al 9. El 5% de las empresas tiene un nivel de satisfacción con la gestión y realización de prácticas, así como con los estudiantes adjudicados, valorada con una calificación entre el 7 y el 9. El 3% de las empresas tiene un nivel de satisfacción con la gestión y realización de prácticas, así como con los estudiantes, valorada con una calificación inferior al 6. Ha descendido ligeramente el nivel de satisfacción de los tutores externos (92%) respecto al curso 2015-2016 (p05-102), en el que se registró un 98,9%. No obstante, los datos que se aportan del curso 2016-2017 dan un valor del nivel de satisfacción de los tutores externos con las prácticas de 4,47 sobre 5. Una media, por tanto, elevada.</p>
--------	--	---	---	---

	5.3.1	NIVEL DE SATISFACCIÓN TUTORES INTERNOS DE PRÁCTICAS	S/D	
	5.3.2	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS CON LAS PRÁCTICAS.	4.47	

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Mantenimiento y leve incremento del número de empresas que tienen convenio con la Facultad de Comunicación en el ámbito de la comunicación audiovisual, lo que supone una especialización por parte del alumnado para su futuro en el ámbito laboral.
2. El nivel de satisfacción de las empresas con la gestión y la realización de las prácticas sigue siendo elevado. Se ha conseguido un perfeccionamiento de los procesos de adjudicación de empresas a los alumnos.
3. Hay un interés y una implicación activa por parte de los estudiantes en las prácticas en empresa, por lo que se debe considerar el alto nivel de capacitación de los mismos por parte de las empresas

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Descenso de la valoración de la satisfacción de los alumnos con los tutores externos en un 6,9%. No obstante, la puntuación de este indicador no es debido al completo al trabajo ejercido por la Facultad, sino que se deben intentar mejorar los convenios con determinadas empresas para que la valoración sea más elevada y positiva haciendo un seguimiento de las mismas.

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	33.33% numerador:22.00 denominador:66.00	El porcentaje de egresados ocupados al año de su egreso es de 33.33%. Estos datos reflejan una mejora respecto a cursos anteriores donde el indicador P6-6.1 en 2015-2016 se situó en el 29.27%. Se puede afirmar que un tercio de los estudiantes consiguen un puesto de empleo relacionado con su especialización educativa, lo que es bastante significativo, y puede ser consecuencia del aumento del número de productoras y rodajes realizados en Sevilla que han contado con estudiantes egresados o que previamente habían realizado prácticas externas en estas empresas audiovisuales.

P6-6.2		TIEMPO MEDIO EN OBTENER EL PRIMER CONTRATO	5.32 numerador:128 denominador:24	El tiempo medio que tardan los egresados en obtener su primer contrato o ejercer una actividad profesional por cuenta propia en el curso 2016-2017 es de 5.32. Se ha producido un incremento en este indicador respecto al año anterior de más de medio punto porcentual. Las causas pueden deberse a la dificultad y la competitividad que supone el mercado laboral en el sector audiovisual.
P6-6.3		ADECUACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL A LA TITULACIÓN	3.76	Este es el primer año en que se dispone de esta información, por lo que no hay datos en el histórico con los que poder hacer una valoración sobre este indicador. En cualquier caso, un valor de 3.76 sobre un máximo de 5 es un elemento muy considerable, y favorable.
P6-6.4		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON LA FORMACIÓN RECIBIDA	2.94	Este es el primer año que se dispone de esta información, por lo que no hay datos en el histórico con los que poder hacer una valoración sobre este indicador. En cualquier caso, el valor es mejorable.
P6-6.5		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES CON LA FORMACIÓN ADQUIRIDA	4.13	Este es el primer año que se dispone de esta información, por lo que no hay datos en el histórico con los que poder hacer una valoración sobre este indicador. No obstante, resaltamos que es una valoración favorable.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. El porcentaje de egresados ocupados ha aumentado respecto al curso anterior, lo que indica que los alumnos consiguen un empleo relacionado con la especialización educativa recibida

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Ha aumentado el tiempo medio en el que los egresados consiguen el primer contrato, lo cual puede deberse a la

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	2.88 Respuestas:126 Universo:606	El alumnado se encuentra más satisfecho con el título en general, habiendo aumentado la valoración desde el curso anterior (2015-2016) en 0.24 puntos (desde 5.29 sobre 10 i.e. 2.645 sobre 5). Esta mejora se observa en todos los ítems susceptibles de comparación con el cuestionario previo. Mediante datos proporcionados por la secretaria del centro (se adjunta documento) se ha detectado una baja demanda de algunas asignaturas optativas, en particular "Medios de Comunicación y Sociedad del Conocimiento" con tan solo 16 estudiantes.
P7-7.2	NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL TÍTULO	4.00 Respuestas:19 Universo:61	El profesorado se encuentra más satisfecho con el título en general, habiendo aumentado la valoración desde el curso anterior (2015-2016) en 0.71 puntos (desde 6.59 sobre 10 i.e. 3.29 sobre 5). Esta mejora se observa en todos los ítems susceptibles de comparación con el cuestionario previo. En cualquier caso, se trata de un nivel de satisfacción con el título muy notable.

P7-7.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON EL TÍTULO	3.63 Respuestas:32 Universo:50	El personal de administración y servicios se encuentra ligeramente más satisfecho con el título en general, habiendo aumentado la valoración desde el curso anterior (2015-2016) en 0.02 puntos (desde 7.22 sobre 10 i.e. 3.61 sobre 5). Sin embargo, la valoración correspondiente al resto de los ítems susceptibles de comparación ha empeorado, exceptuando la gestión de horarios (+0.51) y aulas (+0.26). En particular ha bajado la valoración (-0.77) del ítem P11, referente al sistema existente para interponer y dar respuestas a quejas y sugerencias e incidencias.
--------	--	--	--------------------------------------	---

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Los niveles de satisfacción de alumnado y profesorado respecto al título han mejorado tanto en términos generales como de manera específica en los distintos ítems sobre los que se han recogido datos. La satisfacción global del personal de administración y servicios ha experimentado una ligera mejoría respecto al curso anterior y particularmente ha aumentado la valoración en la gestión de horarios y aulas.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. La satisfacción global del personal de administración y servicios ha empeorado en la mayoría de los ítems específicos, en particular el relativo al sistema existente para interponer y dar respuestas a quejas y sugerencias e incidencias. A este respecto, el coordinador del Grado elevará al Vicedecano de Infraestructuras la necesidad de mejorar dicho sistema de cara al próximo curso. Esta medida se verificará en la forma de una o varias reuniones entre ambas figuras durante mayo y/o junio de la cual deberán surgir modificaciones en el sistema que el Vicedecanato en cuestión pueda implementar.

2. En el presente curso 2017-2018 el número de estudiantes matriculados en Medios de Comunicación y Sociedad del Conocimiento es de solo 16 alumnos, lo que es indicativo de su baja demanda. Por otro lado, la consulta de su programa ha constatado el solapamiento de un elevado porcentaje de sus contenidos con otras asignaturas, uno de los aspectos que los alumnos más apuntan en sus informes sobre el estado del Grado en Comunicación Audiovisual. Por todo ello se solicita al departamento de Sociología, al cual está adscrita la asignatura, un cambio de título/perspectiva de la misma que pueda incidir en una mayor demanda por parte del alumnado.

3. Aunque no existen indicios de insatisfacción por parte del alumnado, el equipo docente responsable de la asignatura "Diseño y Aplicaciones Multimedia" (4º curso, 1er cuatrimestre) considera conveniente modificar la denominación de la misma a "Diseño de Juegos y Ludonarrativa".

La nomenclatura actual no es muy clara y da lugar a que se impartan contenidos orientados al manejo de software relacionado con el mundo multimedia. El cambio de nombre hace que la asignatura se centre en un campo concreto, el de los juegos, y a su vez se deje de lado la impartición de contenidos técnicos para dar más importancia al diseño como fase vertebradora del producto.

El cambio propuesto se justifica además principalmente por recomendación del Libro Blanco para el Diseño de las

Titulaciones Universitarias en el Marco de la Tecnología Digital. El Libro Blanco para el diseño de titulaciones universitarias en el ámbito de la Economía Digital es fruto de un proceso de actuación llevado a cabo por el Comité de Innovación de Ofertas Formativas Digitales (CIOFD). El CIOFD está integrado por todas las instituciones participantes en el proyecto de elaboración del LB, es decir, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), Red.es, ANECA, varios centros formativos y las principales asociaciones de este pujante sector. El CIOFD es el órgano encargado de validar el trabajo realizado por el resto de órganos participantes: la Comisión Permanente, la Secretaría Técnica y los grupos de expertos. Estos últimos conforman las comisiones sectoriales de las áreas temáticas en las que se ha centrado el estudio: Tecnología de la Innovación, Diseño Visual, Arte y Creatividad, Estrategia y Gestión de Negocio. Entre las tendencias apuntadas por el Libro Blanco se encuentra el sector de los Videojuegos, el más pujante del ocio electrónico con cifras apabullantes. Gracias a los nuevos modelos de negocio de internet, los juegos convergen con disciplinas tan dispares como las redes sociales, el proceso de datos, las narrativas transmedias, etc. Otras de sus aplicaciones que también tendrían cabida en la asignatura propuesta e impacto directo en la formación del alumnado del Grado en Comunicación Audiovisual, con vistas a sus salidas profesionales, son la Realidad Virtual y mundos virtuales, los Serious Games y la Gamificación. Respecto a la Realidad Virtual se abarcan los nuevos sistemas de visualización del espacio 3D, casos de Oculus Rift y otros dispositivos semejantes, auguran un cruce entre estos, los videojuegos y la realidad aumentada. Las aplicaciones de la Realidad Virtual sobrepasan el ocio y pueden aplicarse a un vasto compendio de actividades. Los Serious Games son juegos orientados a necesidades no estrictamente lúdicas pero sí motivacionales con aplicaciones en el ámbito de la salud, marketing, recursos humanos, etc. Finalmente la Gamificación, la aplicación de las reglas y mecánicas de un juego a entornos que no son lúdicos, revierte en entornos como el educativo, empresarial, médico, de gestión, de mediación en conflictos, etc. A ello hay que sumar que de las quince tendencias marcadas por el Libro Blanco para el diseño de futuras titulaciones en el marco de la Economía Digital, diez de ellas están relacionadas con procesos informáticos y 6 con videojuegos, directamente o indirectamente.

P8 - GESTIÓN Y ATENCIÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS E INCIDENCIAS

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

P8-8.1		<p>QUEJAS, SUGERENCIAS, INCIDENCIAS Y FELICITACIONES INTERPUESTAS</p>	0.35%	<p>Al igual que en años anteriores, los resultados de este indicador no ofrecen datos suficientes para poder realizar un análisis en profundidad. Destaca, como ha sucedido con anterioridad (véase al respecto el autoinforme global de renovación), la ausencia de quejas, incidencias y felicitaciones. No obstante, sí aparecen registradas dos sugerencias. Revisadas estas a través de la Oficina de Gestión de la Calidad de la US (documentación disponible para su consulta si ello fuera necesario) se comprueba que una de ellas consiste en la petición de un libro a la Biblioteca de la Facultad de Comunicación y la otra a la habilitación de una fuente en el centro, ambas sugerencias contempladas por los respectivos responsables. En cualquier caso, como se desarrolla a continuación en el apartado de fortalezas y logros, las vías para recoger quejas, incidencias... no se limitan a las contempladas en el indicador, quedando así a disposición de la comunidad universitaria otras alternativas que aportan resultados adicionales útiles para elaborar un análisis más detallado. Querriamos señalar que, como puede apreciarse en la evidencia adjunta (imagen capturada en el momento de elaborar el presente informe), la página web de la Facultad de Comunicación establece en el "faldón" permanente de su diseño un enlace directo y visible a Expon@US, el Buzón Electrónico de Quejas, Sugerencias, Felicitaciones e Incidencias de la Universidad de Sevilla. Asimismo, en la sección equivalente al Grado en CAV también se facilita el enlace de</p>
--------	--	--	-------	--

acceso a la página Web de la Oficina de Gestión de la Calidad de la US. De este modo, la comunidad universitaria tiene presente el acceso online a estos recursos en todo momento, viéndose así incrementada su visibilidad, como se ha propuesto en planes de mejoras previos (véase acción 9 del último plan de mejora - seguimiento 2015/16) con la firme intención de incentivar la participación en esta dirección. A su vez, con independencia de los recursos contemplados por los indicadores, existen también a nivel interno de la Facultad de Comunicación otras vías para acoger las apreciaciones de la comunidad universitaria. De este modo, a Expon@US debe sumarse Delegación de Alumnos y la Secretaría del Centro como otros cauces oficiales para la interposición de quejas, incidencias... De hecho, mediante ambas vías, y con respecto al Grado, se han recibido tres incidencias relacionadas con aspectos de evaluación de diferentes asignaturas, todas ellas resueltas por el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad (documentación disponible para su consulta si ello fuera necesario). Asimismo, también deben contemplarse otras alternativas, como el formulario online de la página web del Departamento, su correo electrónico de atención/información, así como los propios Consejos de Departamento, en los que los alumnos representantes manifiestan sus apreciaciones en múltiples sentidos...

	8.1.1	QUEJAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:570	
	8.1.2	INCIDENCIAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:570	
	8.1.3	SUGERENCIAS INTERPUESTAS	0.35% numerador:2 denominador:570	
	8.1.4	FELICITACIONES RECIBIDAS	0.00% numerador:0 denominador:570	

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Se valora como fortaleza-logro el reducido número de incidencias interpuestas, así como la difusión de diferentes alternativas para que la comunidad pueda expresarse en estas cuestiones

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Debido a los escasos resultados obtenidos en este indicador, como viene sucediendo en años anteriores, debe seguir animándose a la participación de la comunidad universitaria, insistiendo en la existencia de los diferentes mecanismos habilitados para la interposición de quejas, incidencias, sugerencias y felicitaciones. Quizá, a pesar de las mejoras implementadas en su visibilidad online y de la variedad de alternativas, ello no es suficiente. Así pues, debería plantearse, como propuesta de mejora, organizar una sesión informativa para la comunidad universitaria que subraye la existencia de los distintos cauces disponibles. Del mismo modo, se establece otra propuesta de mejora, consistente en habilitar en la Secretaría del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad un buzón específico que añada una nueva opción en esta materia. Así pues, las decisiones de mejora adoptadas en este procedimiento se resumen en:

Mejora 1: Sesión informativa. Fecha: septiembre/octubre 2018. Responsable de la mejora: Equipo decanal.

Mejora 2: Buzón en el Departamento Comunicación Audiovisual y Publicidad. Fecha: septiembre 2018. Responsable de la mejora: Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

2. Puede también considerarse como debilidad la ausencia de 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	12200	<p>Como puede apreciarse en la tabla adjunta, el reparto de las 12200 entradas registradas permite valorar el acceso a la web en relación con la titulación de Comunicación Audiovisual, especialmente respecto a los incrementos de acceso en fechas académicamente significativas. Si bien no se dispone de indicadores previos en este sentido, que permitan trazar comparativas y evoluciones, y teniendo en cuenta que dicho indicador se limita a la información disponible sobre el grado en el dominio web de la US (sin incluir la web específica de la Facultad de Comunicación), la interpretación de los datos queda sensiblemente limitada. Por esta razón, y teniendo en cuenta la ratio de alumnos matriculados, la cantidad de entradas no es especialmente significativa, menos aún al no poder contemplarse cuántos de estos accesos pertenecen a usuarios únicos. Sí cabría destacar, en cualquier caso, el incremento de accesos en meses tan señalados como septiembre y junio, en relación directa con periodos de matriculación y cierre de curso. No obstante, como se valora a continuación en el apartado de fortalezas, parece oportuno tener presente en la elaboración de este indicador los valores de acceso de la página web de la Facultad en la que se inscribe el Grado en cuestión (ver Fortalezas y Logros).</p>
--------	--	---	-------	---

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Cabe subrayar como fortalezas y logros la disponibilidad y actualización de información de relevancia académica para la comunidad universitaria que se lleva a cabo en la página web de la Facultad (<https://fcom.us.es/>). Así, como puede comprobarse en la dirección <https://fcom.us.es/grados/comunicacion-audiovisual>, la sección sobre el Grado de

Comunicación Audiovisual aloja: la distribución del plan de estudios, tablas de reconocimiento de créditos y de adaptación al Grado de la Licenciatura, el horario académico, los calendarios de exámenes de las diferentes convocatorias, los programas de las asignaturas impartidas (tanto de la Licenciatura, para posibles convalidaciones, como del Grado, a través de enlace al dominio general del Plan de Estudios alojado en la web de la US), la normativa-calendario-orientaciones-anexos y otra documentación relativa al Trabajo Fin de Grado o el enlace directo a Oficina de Gestión de la Calidad de la US, entre otra documentación. Todo ello hace del espacio web de la Facultad un recurso de gran utilidad para el desarrollo del año académico en sus diversas etapas, tanto para alumnos como para personal de administración y servicios o personal docente e investigador. De hecho, como puede verse en la evidencia adjunta (imagen extraída de Google Analytics en el momento de elaborar el presente informe), el acceso a las secciones principales de la web sobre el Grado en CAV de la página de la Facultad en el mes de junio de 2017 asciende a 2725, muy por encima de los resultados arrojados en el indicador con respecto al dominio de la US (1796). Asimismo, la web de la Facultad cuenta en su entrada principal con una sección informativa de Novedades, donde se subrayan las noticias más destacadas para la comunidad universitaria, así como cualquier acontecimiento de especial relevancia (período de matriculación, jornadas informativas sobre el TFG...).

Siguiendo en la línea de las páginas web disponibles, también el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad cuenta con su propio dominio (<http://www.departamentocavp.es/>), en el que además de subir noticias y otra información de interés de manera actualizada, se disponen las secciones relativas al profesorado, los estudios, las comisiones, documentos de interés y el acceso a la Revista de investigación Comunicación, gestionada por el Departamento, así como otras revistas de grupos de investigación adscritos al mismo.

A lo anterior deben añadirse otros mecanismos disponibles y utilizados para la difusión del título. De este modo, a las páginas web citadas se suman, entre otras vías la actividad informativa del denominado Gabinete de Comunicación del Centro, que mantiene informada a la comunidad universitaria de las actividades desarrolladas en la Facultad; el boletín interno electrónico de noticias, gestionado por el Vicedecanato de Comunicación y Relaciones Institucionales y en el que se recoge periódicamente la información más destacada de las siguientes secciones: Institucional, Estudiantes, Profesorado y Congresos, Jornadas y Convocatorias; el circuito interno de monitores del Centro completamente renovado (aplicación de mejora reflejada en el autoinforme global de renovación de la acreditación del título de 2015-2016) y que permite informar de manera continua a la comunidad universitaria de las diferentes actividades organizadas por/en la Facultad (emplazamiento de monitores en ubicaciones estratégicas, como el hall de entrada, el acceso principal a los ascensores o la cafetería); los diferentes perfiles oficiales de Twitter que reflejan la actividad de la Facultad; la celebración, por parte de la US, del Salón de Estudiantes, donde la Facultad de Comunicación cuenta con un stand habilitado en el que alumnos y otros miembros del centro informan a los asistentes sobre los títulos que se imparten en la Facultad.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Se insiste en la necesidad de valorar la información disponible en la sección específica del Grado de la web de la Facultad, en lugar de contemplar de manera exclusiva la página de la US. Dicha sección se encuentra en constante actualización, considerándose oportuna y suficiente, como consecuencia de las sucesivas mejoras a las que se ha visto sometido el dominio tras los últimos seguimientos y planes de mejora. No obstante, se ha detectado un error en el enlace de la página del Grado en la web de la US que deberá subsanarse, pues este redirige a la sección del Grado en Periodismo en la página de la Facultad, en lugar de a la del Grado en Comunicación Audiovisual.

Ficheros adjuntos

1. Google Analytics Web FCom Junio 2017

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=SEG&f=MjIzMjAxODA0MTAxNzA3LnBkZg==>]

2. Valoración tutores de prácticas de grado

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=SEG&f=MzM1MjAxODA0MTYxMjU0LnBkZg==>]

3. Valoración prácticas alumnos

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=SEG&f=NzA4MjAxODA0MTYxMjU0LnBkZg==>]

4. Porcentaje de ocupación de la asignatura Medios de Comunicación y Sociedad del Conocimiento

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=SEG&f=MjM0MjAxODA1MjQxNjQwLnBkZg==>]

7. Plan de Mejora del título.

(Se adjunta al final del documento)

8. Tratamiento de las recomendaciones realizadas en el informe de verificación y si procede, de modificación



PLAN DE MEJORA Curso 2016/17

Universidad/es: Universidad de Sevilla

Id.Ministerio: 2502292

Denominación título: Grado en Comunicación Audiovisual

Centro/s: Facultad de Comunicación

Aprobado por la Junta de Centro en fecha: 04-06-2018

Número:	1	Origen:	REC (Recomendación)
Doc.Origen:	IRA (Informe de Renovación de la Acreditación)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Campaña para aumentar la participación en las encuestas de satisfacción.			
Justificación:			
Establecer acciones destinadas a fomentar la participación de los distintos colectivos relacionados con el programa formativo a fin de obtener datos fiables sobre la satisfacción existente con el mismo.			
Responsable:			
Vicedecanato de Calidad, Postgrado e Investigación de la Facultad de Comunicación			
Fecha inicio prevista:	01-10-2018	Fecha fin prevista:	01-05-2019
Indicador:			
P7			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	2	Origen:	REC (Recomendación)
Doc.Origen:	IRA (Informe de Renovación de la Acreditación)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Solicitud a la Universidad de Sevilla de aplicación de desdobles de grupo con aumento en la contratación de profesorado.			
Justificación:			
Un número excesivo de alumnos en las asignaturas optativas puede incidir en la pérdida de calidad de la enseñanza. También se pretende conseguir que la dinámica de trabajo pueda ser más ágil que en las asignaturas obligatorias.			
Responsable:			
Decana de la Facultad de Comunicación			
Fecha inicio prevista:	07-01-2019	Fecha fin prevista:	31-01-2019
Indicador:			
P1 EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	3	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Realizar notificaciones de recordatorio de plazos de publicación de proyectos docentes y la obligación de cumplirlos.			
(Fechas de inicio y final previstas: junio y septiembre de 2018)			
Justificación:			
Aunque continúa una tendencia ascendente en su grado de cumplimiento, aún puede mejorarse la publicación de proyectos docentes dentro del plazo establecido para ello.			
Responsable:			
Secretarios de los Departamentos con docencia en el centro			
Fecha inicio prevista:	01-06-2018	Fecha fin prevista:	29-09-2018
Indicador:			
P2-2.3.2 PROYECTOS DOCENTES PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO			
Valor del indicador:			

Acción finalizada:	No	
Observaciones:		

Número:	4	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Reunión con el equipo docente del Grado, con el fin de informar e incentivar la implicación del profesorado en proyectos de innovación docente.			
Justificación:			
Ha disminuido considerablemente la participación del profesorado en estas iniciativas.			
Responsable:			
Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia			
Fecha inicio prevista:	31-05-2018	Fecha fin prevista:	31-10-2018
Indicador:			
P2-2.4 PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	5	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Llevar a cabo encuestas de satisfacción que tengan una calidad demostrable para implantar mejoras en los programas de movilidad, tanto SICUE como Erasmus, para los estudiantes en otras universidades, así como para los estudiantes procedentes de otras universidades. Asimismo, hay que mantener activo el canal de comunicación entre el Vicedecanato de Movilidad y Relaciones Internacionales y los centros nacionales e internacionales con los que existe convenio.			
(Fechas de inicio y final previstas: desde inicio del curso 2018-2019 hasta septiembre de 2019. Dos fases, una por cada cuatrimestre)			
Justificación:			
Conocer el motivo por el que hay un descenso del nivel de satisfacción entre los estudiantes. Las encuestas son el vehículo por el que el centro tiene acceso a gran cantidad de datos referentes a la calidad y la satisfacción de los estudiantes, por ese motivo deben realizarse de la forma más exhaustiva posible para poder conocer las carencias, debilidades o fortalezas que posee el centro a la par que tener datos de las universidades con las que se tiene un convenio. La importancia de ello no solo reside en la satisfacción de los alumnos que llegan a nuestra universidad, también hay que saber a qué centros van nuestros estudiantes y la calidad de los mismos.			
Responsable:			
Vicedecanato de Movilidad y Relaciones Internacionales			
Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	30-09-2019
Indicador:			
P4-4.3 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES			
P4-4.4 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	6	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Seguimiento de las empresas con las que se tiene convenio para comprobar las actividades que realizan los estudiantes en sus centros.			
Justificación:			
Necesidad de garantizar que las empresas con las que se firma un convenio para que los estudiantes realicen sus prácticas realmente sean empresas que cumplan una labor de formación en el área de especialización, en este caso Comunicación Audiovisual. Los tutores externos deben comprometerse a ejercer esa labor y para ello deben hacerse entrevistas o reuniones con los mismos.			
Responsable:			
Vicedecanato de Prácticas en Empresas			
Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	19-11-2018
Indicador:			
P5-5.2 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	7	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
El Coordinador del Grado elevará al Vicedecano de Desarrollo de Proyectos e Infraestructuras la necesidad de mejorar el sistema existente para interponer y dar respuestas a quejas y sugerencias e incidencias de cara al próximo curso. Esta medida se plasmará en una o varias reuniones entre ambas figuras, de la cual deberán surgir modificaciones en el sistema que el Vicedecanato en cuestión pueda implementar.			
Justificación:			
La satisfacción global del personal de administración y servicios ha empeorado en la mayoría de los ítems específicos, en particular el relativo a dicho sistema.			
Responsable:			
Coordinador del Grado en Comunicación Audiovisual y Vicedecano de Desarrollo de Proyectos e Infraestructuras			
Fecha inicio prevista:	01-05-2018	Fecha fin prevista:	29-06-2018
Indicador:			
P7-7.3 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON EL TÍTULO			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	8	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Sesión informativa sobre los mecanismos para formular quejas, sugerencias, incidencias y felicitaciones.			
Justificación:			
Debido a los escasos resultados obtenidos en este indicador, como viene sucediendo en años anteriores, debe seguir animándose a la participación de la comunidad universitaria, insistiendo en la existencia de los diferentes mecanismos habilitados para la interposición de quejas, incidencias, sugerencias y felicitaciones. A pesar de las mejoras implementadas en su visibilidad online y de la variedad de alternativas, quizá esto no es suficiente.			

Responsable:			
Vicedecanato de Comunicación y Relaciones Institucionales			
Fecha inicio prevista:	03-09-2018	Fecha fin prevista:	31-10-2018
Indicador:			
P8-8.1 QUEJAS, SUGERENCIAS, INCIDENCIAS Y FELICITACIONES INTERPUESTAS			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	9	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Cambio de nomenclatura de la asignatura "Diseño y Aplicaciones Multimedia" (4º curso, 1er cuatrimestre) a "Diseño de Juegos y Ludonarrativa".			
Justificación:			
<p>La nomenclatura actual no es muy clara y da lugar a que se impartan contenidos orientados al manejo de software relacionado con el mundo multimedia. El cambio de nombre hace que la asignatura se centre en un campo concreto, el de los juegos, y a su vez se deje de lado la impartición de contenidos técnicos para dar más importancia al diseño como fase vertebradora del producto. El cambio propuesto se justifica además principalmente por recomendación del Libro Blanco para el Diseño de las Titulaciones Universitarias en el Marco de la Tecnología Digital. Entre las tendencias apuntadas por el Libro Blanco se encuentra el sector de los Videojuegos, el más pujante del ocio electrónico con cifras apabullantes. Gracias a los nuevos modelos de negocio de internet, los juegos convergen con disciplinas tan dispares como las redes sociales, el proceso de datos, las narrativas transmedia, etc. Otras de sus aplicaciones, que también tendría cabida en la asignatura propuesta e impacto directo en la formación del alumnado del Grado en Comunicación Audiovisual, con vistas a sus salidas profesionales, son la Realidad Virtual y mundos virtuales, los Serious Games y la Gamificación. Respecto a la Realidad Virtual se abarcan los nuevos sistemas de visualización del espacio 3D, casos de Oculus Rift y otros dispositivos semejantes, auguran un cruce entre estos, los videojuegos y la realidad aumentada. Las aplicaciones de la Realidad Virtual sobrepasan el ocio y pueden aplicarse a un vasto compendio de actividades. Los Serious Games son juegos orientados a necesidades no estrictamente lúdicas pero sí motivacionales con aplicaciones en el ámbito de la salud, marketing, recursos humanos, etc. Finalmente la Gamificación, la aplicación de las reglas y mecánicas de un juego a entornos que no son lúdicos, revierte en entornos como el educativo, empresarial, médico, de gestión, de mediación en conflictos, etc.</p> <p>A ello hay que sumar que de las quince tendencias marcadas por el Libro Blanco para el diseño de futuras titulaciones en el marco de la Economía Digital, diez de ellas están relacionadas con procesos informáticos y 6 con videojuegos, directa o indirectamente.</p>			
Responsable:			
Vicedecanato de Calidad, Postgrado e Investigación			
Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	28-02-2019
Indicador:			
P7-7.2 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL TÍTULO			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	10	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Revisión del título/perspectiva de la asignatura actualmente denominada "Medios de Comunicación y Sociedad del Conocimiento"			
Justificación:			

Se da una baja demanda continuada de matriculación en la asignatura "Medios de Comunicación y Sociedad del Conocimiento". En el presente curso 2017-2018, el número de estudiantes matriculados es de solo 16. Además, la consulta de su programa ha constatado el solapamiento de un elevado porcentaje de sus contenidos con otras asignaturas, uno de los aspectos que los alumnos más apuntan en sus informes sobre el estado del Grado en Comunicación Audiovisual.

Responsable:

Coordinador del Grado en Comunicación Audiovisual y Comisión de Garantía de Calidad del Título

Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	28-02-2019
------------------------	-------------------	---------------------	-------------------

Indicador:

P7-7.1 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO CON EL TÍTULO

Valor del indicador:

Acción finalizada:	No
--------------------	-----------

Observaciones: