

2. Plan de Mejora

Objetivos

- 1.- Mejorar la "Tasa de Éxito" y la "Tasa de Rendimiento" en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de las asignaturas adscritas a departamentos y áreas no afines al Grado.
- 2.- Mejorar la calidad y el número de convenios con organizaciones para la realización de prácticas por parte del alumnado e implicación del profesorado en la evaluación de prácticas externas.
- 3.- Fomentar la dirección de tesis doctorales entre el profesorado especializado en Publicidad y Relaciones Públicas, y también en Comunicación Audiovisual, con el fin de potenciar el conocimiento en materias afines a (o relacionadas con) el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- 4.- Difundir información entre el alumnado y otros miembros de la comunidad universitaria relacionada con el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para que conozcan los cauces relativos a la formulación de quejas, sugerencias, etc.
- 5.- Realizar una campaña de información de la aplicación de la Universidad de Sevilla Expon@us
- 6.- Potenciar la participación del profesorado en proyectos de innovación docente en las asignaturas que estos imparten.
- 7.- Incrementar el número de programas y proyectos docentes publicados en plazo.

Acciones de Mejora

A1-211-2012: Mejorar la información relativa a la realización de tesis doctorales entre el alumnado de postgrado.

Desarrollo de la Acción:

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: MARIA DEL MAR RAMIREZ ALVARADO

Recursos necesarios:

Coste: 0

A2-211-2012: Fomentar entre el profesorado de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual la formación metodológica con el fin de dirigir tesis doctorales

Desarrollo de la Acción: Coste estimado a valorar

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: MARINA RAMOS SERRANO

Recursos necesarios: se debe disponer de las ayudas a la formación específica en los centros, responsable el Instituto de Ciencias de la Educación.

Coste: 0

A3-211-2012: Poner en marcha un programa de breves charlas informativas a los alumnos para que conozcan los cauces relativos a la formulación de quejas, sugerencias, etc. teniendo especialmente en cuenta la aplicación de la Universidad de Sevilla Expon@us, buzón destinado para tal efecto.

Desarrollo de la Acción: El coste estimado a 0 viene determinado por el desconocimiento real del valor económico de esta acción.

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: GLORIA JIMENEZ MARIN

Recursos necesarios:

Coste: 0

A4-211-2012: Analizar periódicamente los informes de Rendimiento y Éxito por asignaturas y que la Comisión redacte informes individuales de las mismas para extraer conclusiones tanto generales como específicas

Desarrollo de la Acción:

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: JORGE DAVID FERNANDEZ GOMEZ

Recursos necesarios:

Coste: 0

A5-211-2012: Realizar reuniones informativas y dar a conocer el Plan Propio de Docencia entre los profesores del grado, de tal modo que se pueda materializar en un mayor número de proyectos de innovación docente.

Desarrollo de la Acción:

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: MARINA RAMOS SERRANO

Recursos necesarios: Es necesario el apoyo institucional y económico de la Universidad de Sevilla.

Coste: 0

A6-211-2012: Desarrollar una campaña entre el profesorado y los departamentos para el cumplimiento de los plazos para la realización de los programas de las asignaturas y proyectos docentes. Establecer un seguimiento y un control de las asignaturas que no hayan cumplido los plazos establecidos en años anteriores.

Desarrollo de la Acción:

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: TRINIDAD NUÑEZ DOMINGUEZ

Recursos necesarios:

Coste: 0

A7-211-2012: Cambiar el título de la asignatura de cuarto de Publicidad y Relaciones Públicas, de “Comunicación Corporativa: el manual de identidad corporativa” a “Imagen y Comunicación Corporativa”, dado que el manual de identidad corporativa es una herramienta más dentro de las áreas vinculadas a la gestión de imagen corporativa y de marca, que implica únicamente el desarrollo visual de la comunicación y las marcas. Sin embargo, “Imagen y Comunicación Corporativa” supone una óptica más amplia y rica de la dirección de comunicación y la gestión de intangibles. Asimismo existen en el plan de estudios asignaturas que tratan la identidad visual corporativa de forma notable, por lo que redundan en contenidos. Por último, estimamos que el manual de identidad corporativa no tiene la suficiente densidad académica como para desarrollar contenidos para una asignatura de 6 créditos.

Desarrollo de la Acción:

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: TRINIDAD NUÑEZ DOMINGUEZ

Recursos necesarios:

Coste: 0

A8-211-2012: Transmitir a la Unidad de Calidad de la US todas las deficiencias y sugerencias detectadas en los análisis de calidad, en especial la necesidad de mejorar la representatividad en la muestra que responde a las encuestas de valoración del título (por alumnos, profesores y PAS).

Desarrollo de la Acción:

Objetivos referenciados:

Prioridad: A

Responsable: MARIA DEL MAR RAMIREZ ALVARADO

Recursos necesarios:

Coste: 0

Fecha de aprobación en Junta de Centro	18-02-2013
--	------------

Pendiente de revisión por la Comisión de Garantía de Calidad de los Títulos de la Universidad de Sevilla