

PLAN DE MEJORA Curso 2016/17

Universidad/es: Universidad de Sevilla

Id.Ministerio: 2502294

Denominación título: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Centro/s: Facultad de Comunicación

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

			1			
Número:	1	Origen:	RES (Recomendación	de Especial Seguimiento)		
Doc.Origen:	IRA (A (Informe de Renovación de la Acreditación)				
Descripción de la	Acción	de mejora:				
Campaña por corr	eo elec	ctrónico para a	umentar la participación e	en las encuestas.		
Justificación:						
Necesidad de fom	entar la	a participación	de los distintos grupos de	e interés en las encuestas de satisfacción.		
Responsable:						
Vicedecanato de 0	Calidad	, Postgrado e l	Investigación de la Facult	ad de Comunicación		
Fecha inicio previs	sta:	01-10-2018	Fecha fin prevista:	01-05-2019		
Indicador:						
P7						
Valor del indicado	r:					
Acción finalizada:		No				
Observaciones:						
Número:	2	Origen:	Al (Análisis interno)			
Doc.Origen:	AUS	(Autoinforme	Seguimiento)			
Descripción de la	Acción	de mejora:				
Adelantar las sesi	ones ir	ıformativas par	ra el Trabajo fin de Grado	o (TFG). Las sesiones informativas sobre TFG, organizadas por e		
Decanato debería	n adela	ıntarse al inicio	o del curso académico cor	n el objetivo de mejorar la planificación anual del estudiante.		
Justificación:						
La tasa de rendin	niento	es muy baja y	y consideramos que ade	lantar la información sobre el procedimiento permitirá mejorar la		
planificación acad	émica d	del estudiante.				
Responsable:						
Vicedecanato de 0	Ordena	ción Académic	ca y Docencia			
Fecha inicio previs	sta:	10-09-2018	Fecha fin prevista:	05-10-2018		
Indicador:			1	'		
P2/2.5.						
Valor del indicado	r:					
Acción finalizada:		No				
Observaciones:		•	'			
Número:	3	Origen:	Al (Análisis interno)			
Doc.Origen:	AUS	(Autoinforme	Seguimiento)			
Descripción de la	Acción	de mejora:				
Cambiar el nombre	e de la	asignatura opt	tativa "Teoría del Consum	no" por "Promoción de Ventas y Consumo".		
Justificación:						
Este cambio de no	mbre t	iene por objeto	o especializar la materia r	especto a la gestión profesional de la publicidad como instrumento		
que acelera el con	sumo.	De este modo	, la asignatura permitiría a	ampliar su enfoque y adaptarla a la realidad profesional.		
Responsable:			·			
	Calidad	, Postgrado e I	Investigación, y Vicedeca	nato de Ordenación Académica y Docencia		
Fecha inicio previs		17-09-2018	Fecha fin prevista:	16-09-2019		
Indicador:						
-	Y ME.	JORA DEL RE	NDIMIENTO ACADÉMIC	0		
Valor del indicado						
Acción finalizada:		No				

Observaciones:			
Número:	4	Origen:	Al (Análisis interno)
Doc.Origen:		<u> </u>	Seguimiento)
Descripción de la		-	
	e de la	asignatura opt	ativa "Tecnología Digital aplicada a la Publicidad" por "Teoría del Consumo Digital".
Justificación:			
•		•	jeto especializar la materia en función de la gestión profesional de la publicidad como De este modo, la asignatura permitiría ampliar su enfoque y adaptarla a la realidad
profesional.			,,,,,,,
Responsable:			
-	Calidad	l. Postarado e	Investigación, y Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia
Fecha inicio previs			Fecha fin prevista: 16-09-2019
Indicador:		1 00	
	Y ME.	JORA DEL RE	NDIMIENTO ACADÉMICO
Valor del indicado			
Acción finalizada:		No	
Observaciones:			
Número:	5	Origen:	Al (Análisis interno)
Doc.Origen:			Seguimiento)
Descripción de la		·	
•			igatoria "Diseño Publicitario Digital" por "Diseño y Tecnología Digital en Publicidad".
Justificación:		arang manarar ara	garena Disensi administra Digital per Disensi y resnotagia Digital en radioada r
	por ob	jeto responde	a una realidad cambiante en el sector de la Publicidad y las RR.PP. En concreto, con esta
ł	-	•	omplementar el diseño digital con las herramientas tecnológicas que son consustanciales a
entorno online.		•	
Responsable:			
·	Calidad	l, Postgrado e	Investigación, y Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia
Fecha inicio previs			Fecha fin prevista: 16-09-2019
Indicador:		I	
P1 EVALUACIÓN	Y ME.	JORA DEL RE	NDIMIENTO ACADÉMICO
Valor del indicado			
Acción finalizada:		No	
Observaciones:		1	
NIGOTA		0	A1 (A., 51:: :
Número:	6	Origen:	Al (Análisis interno)
Doc.Origen:	L	•	Seguimiento)
Descripción de la		<u>-</u>	
	a cam	pana informati	va y de promoción con el objetivo de fomentar la participación en las encuestas sobre
movilidad.			
Justificación:			
			s muy baja, tanto en alumnos extranjeros como nacionales; por este motivo, el Decanato
	ectorac	do de Internaci	onalización, debe hacer una campaña que incentive la participación de los estudiantes.
Responsable:	A	1 D ' '	
Vicedecanato de M	viovilida	ad v Relacione	s internacionales

Fecha inicio previs	ta:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	16-09-2019				
Indicador:								
P4-4.3 NIVEL DE	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:	7	Origen:	Al (Análisis interno)					
Doc.Origen:	AUS	(Autoinforme Seguimiento)						
Descripción de la Acción de mejora:								
Reuniones periódicas con los representantes de los estudiantes. La comisión de garantía de calidad del título (CGCT) propone								
realizar reuniones periódicas con los representantes de los estudiantes con el objetivo de mejorar la tasa de satisfacción con el								
título.								
Justificación:								
La tasa de satisfad	cción d	el título ha baja	ado en los últimos años, y	por este motivo se debe mejorar la comunicación los estudiantes				
con el fin de conocer sus demandas.								
Responsable:								
Presidenta de la CGCT y Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas								
Fecha inicio previs	ta:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	16-09-2019				
Indicador:								
P7-7.1 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO CON EL TÍTULO								
Valor del indicador	:							
Acción finalizada:		No						
Observaciones:								