



AUTOINFORME GLOBAL DE ACREDITACIÓN DE TÍTULOS curso 20/21

(Convocatoria 21/22)

Datos de Identificación del Título

Universidad de Sevilla	
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	
ID Ministerio	2502294
Curso académico de implantación	2010/11
Web del Centro/Escuela de Posgrado	https://www.us.es/centros/facultad-de-comunicacion
Web de la Titulación	https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas
Convocatoria RA1	2015/16
Convocatoria RA2	2021/22
Convocatoria RA3	
Centro o Centros donde se imparte	Facultad de Comunicación

I. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE.

Criterio 1: El título proporciona la información pública suficiente y relevante de cara al estudiante y a la sociedad.

ANÁLISIS

Difusión Web y otras acciones de difusión y publicidad del título

La Información Pública Disponible (IPD, en adelante) del título se estructura en dos niveles: el primero, alojado en la página institucional de la Universidad, alberga la información de corte institucional sobre el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (EVIDENCIA 55.1).

En el segundo, encontramos la web de la Facultad de Comunicación (<https://fcom.us.es/titulos/grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>), centro propio donde se imparte el título, y la web de EUSA, centro adscrito (<https://www.eusa.es/grados-universitarios/publicidad/>). En ambas, el estudiante del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas puede acceder a los horarios, el calendario académico y de exámenes, los objetivos formativos y competencias del plan de estudios, los procedimientos de acceso y matriculación, la información relativa al Sistema de Garantía de Calidad del Título (SGCT), el directorio de profesorado (PDI) y personal de administración y servicio (PAS), el Plan de Ordenación Docente (POD), las directrices y planes estratégicos del Centro, las guías editadas sobre Trabajos Fin de Grado, la normativa de prácticas en empresas, los resultados de aprendizaje y las salidas profesionales del título, los programas de movilidad, los trámites administrativos, las actuaciones en el ámbito del emprendimiento, la actualidad de eventos, actividades y oferta complementaria de la vida académica, etc. En el caso del centro adscrito, esta información se incluye también en slides dinámicos con un objetivo más comercial acorde con sus principios.

Desde el curso 2015-2016, fecha en la que se realizó la primera renovación de la acreditación (RA, en adelante), ambas páginas web han venido experimentando diversas mejoras, adaptaciones y modificaciones para facilitar la correcta ubicación del visitante en la misma, agilizar la búsqueda de contenidos académicos, así como el resto de los servicios y recursos existentes en el centro propio y el adscrito (EVIDENCIA 55.2). Debemos prestar especial atención a la flexibilidad en la estructura de ambas webs para poder dar cobijo a nuevas necesidades informativas, como ha sido, por ejemplo, la intensa normativa generada por el impacto de la pandemia en la vida académica.

De manera paralela a la implementación de los servicios web, se han desarrollado diversas mejoras en los sistemas de difusión y publicidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para adaptarse a las necesidades de los distintos grupos implicados en el título: creación de perfiles en las redes sociales más empleadas por el colectivo de estudiantes, fundamentalmente Instagram (EVIDENCIA 55.3) y desarrollo de campañas sociales y de sensibilización en ellas, diseño de nuevos formatos (audiovisual y sonoro, a través de podcasts, microformatos de audio, canales en YouTube y experiencias en IGTV) más consumidos entre los jóvenes, etc. (EVIDENCIA 55.4).

También se han consolidado otros canales habituales de comunicación como, por ejemplo, el circuito interno de monitores de la Facultad de Comunicación, que se ha actualizado con información de interés para la comunidad universitaria. Esta acción se ha implementado con equipos tecnológicos de vanguardia y el contenido que se distribuye en formato audiovisual está enlazado con las redes sociales de la Facultad de Comunicación. También continúa la publicación del Boletín de Noticias de la Facultad de Comunicación, creado en 2014, y que se distribuye regularmente los viernes de cada semana. Con fecha de octubre de 2021 se han publicado 262 números (<https://fcom.us.es/boletines>). En el caso del centro adscrito, continúa la publicación de un periódico digital, con gestión de los propios alumnos y profesores, en el que se publican, entre otras, noticias relacionadas con los títulos de Grado e internas del centro (EVIDENCIA 55.7).

La proyección externa del título también se beneficia con la activa participación de la Facultad de Comunicación y del centro adscrito en diversas iniciativas imbricadas en el tejido social y profesional de la ciudad y la comunidad autónoma.

La Facultad de Comunicación es un centro muy activo y son muchas las actividades que permanentemente se ponen en marcha de carácter académico, profesional o cultural. De forma constante se mantiene contacto con el Festival de Cortos y Salud Mental o con el Festival de Cine de Sevilla, siendo alumnos del Grado miembros del Jurado en una de las secciones. Todos los años se organiza un acto de apertura del curso académico en la Facultad de Comunicación al que suelen asistir personalidades relevantes. Por ejemplo, entre otros, el magazine de Canal Sur Radio “La mañana de Andalucía” se trasladó a la Facultad de Comunicación el 22 de octubre de 2020 con motivo de la Jornada “La Universidad, los mejores años de nuestra vida”. El programa se emitió en directo desde el centro propio y contó con la participación de representantes de la comunidad universitaria (PDI; PAS y alumnos) a través de conexiones en directo desde distintos espacios. Asimismo, se conecta de manera permanente con los medios de comunicación a través de actividades como las Jornadas de la Cadena SER “Somos radio”, que ya van por su XIII edición, o Experiencia TV con la RTVA. También han tenido lugar en la Facultad de Comunicación la desconexión regional del telediario de la RTVE así como algunos programas de Canal Sur TV (todas estas noticias pueden encontrarse en el buscador que se localiza en la web), todos emitidos en directo.

En el caso del centro adscrito, se presenta información sobre la proyección de los profesionales de las titulaciones, tanto a nivel local como internacional. También se realizan visitas de profesionales, jornadas de orientación y emprendimiento, que completan la información institucional ofrecida en la web de la Universidad de Sevilla. Asimismo, se edita la guía oficial de estudios de la provincia de Sevilla, publicación que lleva realizándose más de 20 años y que se difunde, de forma gratuita, en un número de 35.000 ejemplares, por los centros de educación secundaria, de formación profesional, equipos de orientación, y facultades y centros educativos de la provincia (EVIDENCIA 55.5).

Finalmente, debemos indicar como otro importante mecanismo de difusión del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas la participación del título en el Salón del Estudiante y Ferisport, organizado por el Vicerrectorado de Estudiantes de la Universidad de Sevilla (EVIDENCIA 55.6). En su edición de 2019, el cartel promocional del evento fue diseñado por un alumno del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Comunicación.

Mecanismos de actualización de la información relativa a: calendarios, guías docentes, organización docente, actividades formativas, prácticas, horarios, listado de centros de prácticas,...

El procedimiento general para la actualización de la información se canaliza a través de la página web de la Facultad de Comunicación y del centro adscrito. El protocolo (EVIDENCIA 54.1) permite adecuar la información a las demandas de los distintos grupos de interés. De este modo, se puede acceder a información actualizada sobre los horarios y el calendario lectivo, el plan de estudios, el Plan de Organización Docente, los programas y proyectos docentes, las prácticas, diversas guías, manuales y normativas donde se puede conocer el protocolo de gestión del Centro, etc. En la actualización de información colaboran de forma permanente miembros del equipo decanal así como personal de Secretaría.

Cualquier incidencia relativa al normal discurrir del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es comunicada, además, a los servicios de Conserjería de ambos centros para que den pública información de esta, bien de manera oral, bien a través de cartelería impresa distribuida en espacios estratégicos, de los monitores de televisión internos (en el caso de la Facultad de Comunicación) o a través de las RRSS. Finalmente, los tablones de anuncios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, situados físicamente en el edificio, recogen también toda la información actualizada.

También debe señalarse la importante labor que realiza la Plataforma Virtual (EVIDENCIA 55.8) que

emplean tanto el centro propio como el centro adscrito, donde se dispone de un sistema de anuncios y avisos que informa cuando alguna documentación ha sido subida para su consulta o cuando se produce una actualización o modificación de cualquier aspecto relacionado con las actividades y organización docente.

El centro adscrito, por su parte, trabaja con herramientas en la nube de Google Suite de manera que toda la información académica, las tareas de documentación, las evaluaciones, etc. se desarrollan a través de la herramienta Google Classroom. Además de esta herramienta de información y gestión académica, el centro adscrito dispone de un gestor de eventos en el que profesorado, alumnado y personal de administración y servicios pueden registrar y conocer de primera mano todas aquellas actividades realizadas en el campus.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Difusión a la comunidad universitaria del centro propio de información específica y de interés a través de un boletín semanal. El envío se realiza desde 2014, con una repercusión positiva en toda la comunidad universitaria del Centro. Este boletín recoge las noticias que se actualizan de forma constante en la web de la Facultad de Comunicación. Se dispone también de un buscador de noticias que permite localizarlas con fluidez ofreciendo también un completo e importante histórico de las actividades de la Facultad.
2. La web de ambos centros se nutre a diario de noticias de interés para los alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas relacionadas con convocatorias becas, premios, jornadas y publicaciones.
3. El diseño y la facilidad de acceso de ambas páginas webs para la búsqueda de la información básica del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
4. La capacidad adaptativa de ambas webs a las demandas informativas.
5. Las redes sociales de ambos centros, en las que se difunden noticias de interés para los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, se actualizan de forma diaria y cuentan con un número de seguidores e interacciones en permanente aumento.
6. Los distintos canales informativos han sabido adaptarse rápidamente a las demandas de información sobre COVID-19 para todos los colectivos del Centro, favoreciendo, además, campañas de responsabilidad social entre los estudiantes, el PDI y el PAS.
7. La Facultad de Comunicación apuesta por nuevos formatos como los podcasts y microformatos de audio para acercar la actualidad del Centro a los colectivos de estudiantes. A ello debe sumarse, también, el posicionamiento de la Facultad de Comunicación en Instagram y en servicios de video como IGTV y Youtube, donde se dispone de canal propio para favorecer las prácticas de streaming.
8. Se pone en valor la actividad docente e investigadora de los miembros del Personal Docente e Investigador del centro propio. En el caso del centro adscrito, se resalta el perfil profesional del título.
9. La proyección externa del título se beneficia por las actividades en las cuales participa la Facultad de Comunicación y el centro adscrito, altamente implicados en el terreno social, profesional y humanitario de la ciudad y la provincia.
10. El centro adscrito cuenta con un periódico digital, con gestión de los propios alumnos y profesores, en el que se publican, entre otras, noticias relacionadas con los títulos de Grado de carácter general e internas del centro.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. El registro de accesos a la IPD sobre el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas disponible en la web de la Facultad de Comunicación en el curso 2019-2020 (5514) indica un descenso sobre la cifra observada en el período previo, 2018-2019 (12.349). Hay que tener en cuenta que el correo electrónico y la plataforma de Enseñanza Virtual se convirtieron en el segundo cuatrimestre del curso 2019-2020, afectado por la pandemia, en la herramienta básica de comunicación entre docentes y alumnos, lo cual ha podido detraer visitas a la web oficial del centro propio. También influye 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. Consideramos, pues, necesario retomar la normalidad académica para valorar si se pone en funcionamiento alguna acción de mejora destinada a incrementar el número de visitas a la web.

2. El centro adscrito cuenta con una plataforma de comunicación e información interna que organiza toda la información y documentación del centro, donde alumnos, profesores y personal de administración disponen de diversas herramientas que facilitan el trabajo diario. No obstante, esta plataforma dificulta el acceso a personas ajenas a esta Comunidad Universitaria.

Acción de mejora: reforzar los mecanismos y los espacios en la web del centro adscrito donde se pongan en valor principios de transparencia del título.

Responsable: Responsable de Calidad del centro adscrito

Fecha de actuación: noviembre-diciembre de 2021

EVIDENCIAS

54.- Información sobre el procedimiento para la actualización de la IPD del título.

- 54.1 Procedimiento para la actualización de la IPD del título

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzMyMDIxMTAyNTE0MjQucGRm>]

55.- Página web del título. En caso de que el título se imparta en más de un centro o Universidad, el título debe contar con un único acceso.

- 55.1 Página web del título

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

- 55.2 Informe de actualización de la web

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.3 Actuaciones RRSS

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTMyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.4 Nuevos formatos

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzAyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.5. Guía oficial de estudios de la provincia de Sevilla

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODYyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.6 Salón del Estudiante y Ferisport

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTAyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.7 Periódico digital EUSA

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

- 55.8 Plataforma Virtual centro propio y adscrito

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

II. INFORMACIÓN RELATIVA A LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE LA CALIDAD Y DE SU CONTRIBUCIÓN AL TÍTULO

Criterio 2: El título posee un Sistema de Garantía de Calidad (SGC) determinado e implementado con los mecanismos necesarios para obtener la información sobre el desarrollo de la implantación del título y orientado a la mejora continua.

ANÁLISIS

Breve reseña de aspectos significativos, decisiones y cambios en la aplicación del SGC.

El seguimiento de la calidad en las titulaciones oficiales de la Facultad de Comunicación ha sido uno de los temas centrales de los equipos de gobierno del centro propio desde la implantación de los títulos de Grado en 2010-2011. De este modo, se ha trasladado a nivel del centro el Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos Propios de la Universidad de Sevilla, desarrollando una estructura organizativa que permite coordinar las aportaciones de los distintos colectivos implicados (Personal Docente e Investigador, Personal de Administración y Servicios, estudiantes y agentes externos) en el seno de 7 Subcomisiones (una por cada uno de los títulos oficiales impartidos en la Facultad de Comunicación en Grado y Posgrado), centralizadas en una comisión estatutaria (Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos), con reflejo ad hoc y aprobación por parte de la Junta de Facultad del Centro (EVIDENCIA 2.2). Esta estructura se aplica, igualmente, en el centro adscrito, que crea en 2010 la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y la Comisión de Seguimiento del Plan de Estudios de los Grados y, en el año 2013, pone en funcionamiento el Departamento de Calidad y Evaluación (EVIDENCIA 2.12).

Dicho organigrama se completa con dos elementos a destacar. Por una parte, con la creación de un Vicedecanato que, entre otras funciones, lleva de forma específica las cuestiones relacionadas con la calidad y el seguimiento de las titulaciones. Por otra, con una Comisión Intercentros FCom-EUSA que sigue las orientaciones dadas por el Vicerrectorado de Ordenación Académica de la Universidad de Sevilla en el documento titulado "Propuesta de ordenación de los mecanismos de coordinación entre centros propios y adscritos aplicables a los títulos oficiales que imparten" (EVIDENCIA 2.3). Esta Comisión Intercentros realiza las labores de coordinación en la aplicación del Sistema de Garantía de Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones a través de reuniones periódicas (EVIDENCIA 2.4) y un fluido contacto entre los responsables de calidad de ambos centros.

Esta completa estructura quedó reflejada en la modificación del Reglamento de Funcionamiento Interno de la Junta de la Facultad de Comunicación (artículo 29), ratificado en Junta de Centro el 14 de enero de 2015 y aprobado en Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla con fecha 30 de octubre de 2015. El centro adscrito cuenta también con un reglamento de funcionamiento interno que ha ido modificándose para adaptarse al nuevo escenario de la calidad (EVIDENCIA 2.13).

Desde la primera RA de los títulos de Grado, en 2015-2016, esta nueva y operativa organización de trabajo en el ámbito de la calidad se ha consolidado de manera significativa, formando parte del normal funcionamiento del centro propio y el adscrito para la elaboración de los seguimientos internos y los planes de mejora, así como la propuesta de nuevos títulos (como el Master oficial en Publicidad y Desarrollo de Contenidos propuesto desde la Facultad de Comunicación, que se encuentra en proceso de verificación una vez ha sido aprobada la pre-solicitud por parte de la Consejería competente) o las modificaciones (sustanciales o no) de los ya existentes (EVIDENCIA 2.5). De hecho, esta manera de funcionar en subcomisiones, previamente establecida en la Facultad de Comunicación, ha sido puesta como modelo desde el Rectorado de la Universidad de Sevilla.

Un aspecto reseñable desde la primera RA ha sido la implementación de prácticas de transparencia mediante la puesta en valor y accesibilidad de los documentos generados gracias al trabajo de las Subcomisiones en la aplicación Logros. Estos documentos, que anteriormente solo estaban accesibles para

los miembros de las Subcomisiones y el equipo de gestión del centro propio, se han hecho públicos en un apartado específico de la página web de la Facultad de Comunicación:

<https://fcom.us.es/titulos/sistema-de-garantia-de-la-calidad>. En ella pueden consultarse los informes de seguimiento internos y externos, los planes de mejora, los autoinformes globales de renovación de la acreditación, así como las actas de las sesiones de trabajo. En el caso del centro adscrito, el enlace sobre calidad redirige hacia este apartado concreto de la web del centro propio.

Otra novedad, derivada del impacto de la pandemia en las universidades andaluzas, ha sido la definición de nuevas competencias de las Subcomisiones de cada título y de la Comisión de Centro para evaluar el correcto seguimiento de las titulaciones. De acuerdo con las orientaciones contenidas en el último comunicado emitido por la Comisión de Seguimiento y Evolución del COVID-19 en la Universidad de Sevilla, con fecha 8 de abril de 2020

(<https://www.us.es/sites/default/files/comunicacion/coronavirus/criterios-academicos-de-adaptacion.pdf>), fueron las comisiones de calidad y seguimiento de los títulos las encargadas “de velar por la correcta ejecución y el desarrollo coherente de los planes de estudio de cada titulación, mediante la verificación y control de los proyectos docentes”. Las Subcomisiones de Calidad de cada titulación (Grados y Másteres oficiales), refrendadas por la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos y la Junta de Facultad, fueron las encargadas de cumplir estos objetivos mediante el cumplimiento de las siguientes tareas (EVIDENCIA 2.6):

1. Obtener la información necesaria sobre las asignaturas que se vieron afectadas por la suspensión de las clases. Para ello, las subcomisiones disponían de los siguientes insumos: a) Fichas de docencia no presencial sobre estas materias solicitadas a los Departamentos desde el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado de la Facultad de Comunicación; b) Informes por títulos y por asignaturas de los datos de utilización de Enseñanza Virtual remitidos desde el Vicerrectorado de Ordenación Académica; c) Información aportada por los representantes de la Delegación de Estudiantes.
2. Una vez completado este trabajo, las Subcomisiones de Calidad redactaron una hoja de ruta con las necesidades de cada uno de los grupos definidos y se estableció de forma coordinada con los coordinadores de las asignaturas y/o los directores de Departamento el plan de actuación para cada uno de los tres grupos de asignaturas.

Grado de cumplimiento en el despliegue e implantación de todos los procedimientos incluidos en la Memoria de Verificación.

Los distintos procesos relacionados con la implementación del sistema de garantía de calidad incluidos en el apartado 9 de la Memoria de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se han cumplido en un porcentaje óptimo. Así se puede observar en el grado de consecución de los indicadores correspondientes a la justificación del título, objetivos y competencias generales y específicas, acceso y admisión de estudiantes, planificación de las enseñanzas (módulos, materias y asignaturas), profesorado y otros recursos humanos, adecuación de los medios materiales y servicios, como desarrollaremos de manera más detallada en los distintos epígrafes de este Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación.

Contribución y utilidad de la información del SGC a la mejora del título.

Los análisis de calidad para el seguimiento del título a través de la plataforma Logros han supuesto la cumplimentación de dos documentos de trabajo para cada título: un informe de seguimiento interno y un plan de mejora. En los informes de seguimiento del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, sobre la base de la información incluida en Logros y facilitada por la Oficina de Gestión de la Calidad de la Universidad de Sevilla, se definen propuestas orientadas a la consecución de mejoras para el título. Ello se concreta en los planes de mejora, aprobados por la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del centro y, posteriormente en Junta de Facultad, con acciones y responsables asignados, destinados a subsanar las debilidades detectadas por la Subcomisión de Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas tras la interpretación de los indicadores en Logros. Gracias a ello es posible proponer las modificaciones que se consideren oportunas al objeto de actualizar el programa formativo. Se incluye una valoración de dichas

modificaciones en el punto 1 del Criterio 3 (Diseño, Organización y Desarrollo del Programa Formativo).

Al margen de los cambios efectuados en el programa formativo, derivado del proceso de seguimiento de calidad y de la primera RA se ha modificado la Memoria de Verificación del título en los siguientes aspectos (EVIDENCIA 2.7):

1. Las competencias básicas, generales y específicas que los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas deben adquirir.
2. Los objetivos del título.
3. Los sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y la titulación.
4. Los criterios de acceso y admisión.
5. El número de plazas de nuevo ingreso, tanto en el centro propio como adscrito.
6. Los sistemas de apoyo y orientación a los alumnos de nuevo ingreso (actualización de los servicios de la Universidad de Sevilla).
7. El sistema de reconocimiento de créditos (actualización de la normativa de la Universidad de Sevilla).
8. Los sistemas de medición y análisis del rendimiento académico.
9. Los circuitos de movilidad nacional e internacional ofertados para los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Valoración de la dinámica de funcionamiento de la Comisión de Garantía Interna de la Calidad y cambios significativos.

La dinámica que ha presidido las sesiones de trabajo de la Subcomisión de Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ha sido la del trabajo conjunto y la colaboración, buscando la contribución de todos los colectivos representados en las mismas (PDI, PAS, estudiantes y agentes externos). Igual de relevante es la preparación y búsqueda de material que respalde, a modo de evidencias, los argumentos plasmados en los documentos de seguimiento interno.

A modo de sinopsis se plasma el procedimiento habitual de trabajo de la Subcomisión del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

1. Actualización de los miembros de la Subcomisión -en el caso de que se hayan producido bajas- en contacto con los Departamentos, la Delegación de Estudiantes de la Facultad, el Personal de Administración y Servicios y los agentes externos. Constitución del grupo de trabajo de la Subcomisión a partir de la notificación de plazos y actualización de información en Logros realizada desde el Vicedecanato de Calidad, Investigación e Innovación de la Facultad de Comunicación. La misma información es trasladada, vía Comisión Intercentros, a los responsables del centro adscrito.
2. Estudio y valoración coordinada, por parte de los miembros de la Subcomisión, de los datos de los que se dispone para la elaboración del informe de seguimiento interno (apartado 6 de Logros, correspondiente a los indicadores).
3. Cotejo con las recomendaciones de la Agencia Andaluza del Conocimiento (AAC) sobre el cumplimiento de las propuestas del plan de mejora del año anterior.
4. Remisión de propuestas de acciones de mejora para su inclusión en el plan de mejora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
5. Debate y aprobación, si procede, en la Comisión de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro y, finalmente, debate y aprobación, si procede, en Junta de Facultad.

La estructura de la Subcomisión del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ha estado sujeta a diversos cambios en su composición, pero al mismo tiempo ha conseguido una diversidad de representantes que ha enriquecido el trabajo de la Subcomisión desde la RA (EVIDENCIA 2.8).

Un aspecto muy relevante en la dinámica de trabajo de la Subcomisión en el centro propio se deriva precisamente de una de las propuestas puestas en marcha a raíz de los planes de mejora de los títulos. Nos

estamos refiriendo a la creación de la figura de los Coordinadores de Grado en la Facultad de Comunicación, aprobada en sesión de Junta de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, celebrada el 17 de julio de 2015 (EVIDENCIA 2.9). La incorporación a la Subcomisión del Coordinador de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ha redundado en una mejora de la calidad del trabajo de la Subcomisión. Estamos hablando de una práctica pionera puesta en marcha en la Facultad de Comunicación que después tuvo reflejo en la relación de cargos de la Universidad de Sevilla. De hecho, actualmente los Coordinadores de Grado se detraen un crédito de su encargo, como se recoge en el Acuerdo 6.4/CG 30-5-19, por el que se aprueba la Normativa sobre la dedicación Académica del Profesorado: <http://bous.us.es/2019/BOUS-08-2019/pdf/07Acuerdo6.4.pdf>.

En el caso del centro adscrito, se contemplan distintos órganos colegiados que tienen participación en el Sistema de Garantía de Calidad (Junta de Centro, Comisión de Garantía de Calidad del Centro, Comisión de Garantía de Calidad del Grado y Comisión de Seguimiento del Plan de Estudios). Para facilitar la coordinación entre estos cuatro órganos, y optimizar la comunicación entre ellos, se mantiene una estructura estable en la composición de las comisiones, con representantes de los tres estamentos principales de la comunidad universitaria implicada en el título: alumnos, profesores y personal de administración-equipo directivo.

También debe reseñarse que, tras la creación en 2013 del Departamento de Calidad y Evaluación, se incorporó en la aplicación Logros a su responsable con perfil de “Delegado” para que supervise la elaboración, análisis, mejoras y procesos de aprendizaje en los que están implicados todos los miembros de las comisiones del SGIC. Se trata de un miembro de pleno derecho, con voz y voto, en todas las comisiones del SGIC del centro adscrito.

Disponibilidad de gestor documental o plataforma interna: valoración del uso y aplicabilidad de la misma.

Los miembros de la Subcomisión de Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas disponen de una plataforma interna denominada Logros (EVIDENCIA 5.1), a la que se accede a través del Usuario Virtual (UVUS), que actúa como gestor documental. Gracias a ella es posible acometer un seguimiento interno del título y la toma de decisiones relativas a las acciones de mejora a implementar el siguiente curso académico. Logros se puso en marcha en 2012, en el marco del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio).

Su utilidad y manejo son adecuados, sobre todo tras la reordenación realizada por la Oficina de Gestión de Calidad de la Universidad de Sevilla. El entorno es facilitador y permite el trabajo dinámico con los datos proporcionados. Al respecto debemos indicar que, mediante la aprobación de la versión 5 del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos de la US_SGCT_US_V5 en Consejo de Gobierno el 21 de diciembre de 2016, se ha podido incluir más y mejor información sobre indicadores, niveles de satisfacción (fundamentalmente del colectivo de egresados y empleadores), grado de inserción laboral, tasas de rendimiento, programa formativo y resultados de aprendizaje.

De este modo, a nivel institucional se han dispuesto las medidas necesarias para subsanar las cuestiones relativas a la medición de satisfacción de todos los colectivos implicados en el título. Por ejemplo, en el Informe de Seguimiento del Plan de Mejora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas correspondiente al curso 2018-2019 (EVIDENCIA 5.2) se recoge en la evaluación de la AAC la resolución favorable sobre las siguientes recomendaciones: a) concreción de los indicadores de seguimiento vinculados a la calidad del Grado, informando sobre los procesos de seguimiento y evaluación del Sistema de Garantía de Calidad del título en su conjunto, b) aportar resultados sobre el nivel de satisfacción con la formación recibida por parte del colectivo de egresados.

En el caso del centro adscrito, que tiene acceso también a la plataforma de gestión Logros, la carga de datos se ha realizado tradicionalmente mediante archivos en Excel (EVIDENCIA 5.3) remitidos a la Oficina de Gestión de la Calidad. Para evitar cualquier pérdida de información que pudiera producirse en este proceso, se ha implementado, como buena práctica, mantener una comunicación continua con el centro propio, además de las reuniones correspondientes de la Comisión Intercentros.

El título cuenta con un plan de mejora explícito cuyo seguimiento le permite confirmar el adecuado desarrollo del título.

Aprobada la última versión en Junta de Facultad el 25 de febrero de 2021, el Plan de Mejora (EVIDENCIA 3.1) permite atender las recomendaciones de especial seguimiento recogidas en el Informe de Seguimiento del Plan de Mejora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (curso 2018-2019, curso 2020-2021) elaborado por la DEVA. Su grado de consecución es valorado en el epígrafe final de este apartado.

Las modificaciones para la mejora del título surgen del análisis y las revisiones llevadas a cabo desde los procedimientos del SGC.

El seguimiento del plan de mejora supone una herramienta de gran utilidad para comprobar el desarrollo del título y las mejoras progresivas que se introducen en el mismo.

Atendiendo al histórico de planes de mejora elaborados por la Subcomisión del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (EVIDENCIAS 4.1, 4.2, 4.3, 4.4 y 4.5) se han implementado las siguientes mejoras desde la primera RA (evidencias de las mismas pueden consultarse en los planes de mejora indicados con antelación):

1. Se ha redefinido el calendario de sesiones informativas sobre TFG, adelantando estos eventos para que el estudiante sea conocedor desde octubre-noviembre de los plazos y las dinámicas de trabajo.
2. Se ha creado un proceso de encuestación propio para estudiantes de movilidad nacional e internacional.
3. Se ha establecido, al margen del trabajo de la Subcomisión donde hay un representante del sector de estudiantes, un canal de comunicación entre la coordinación del Grado y los estudiantes para detectar debilidades en el programa formativo.
4. Se ha creado una normativa interna específica para velar por el correcto cumplimiento de las prácticas.
5. Se han mejorado los procesos de transparencia y accesibilidad de la IPD sobre el SGCT. Este trabajo también se ha realizado en el centro adscrito, aportando, por ejemplo, información sobre formación del profesorado.
6. Se ha mejorado la información sobre egresados y empleadores en Logros, tras la implantación de la versión 5 del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos de la Universidad de Sevilla.
7. Se analiza anualmente el programa formativo para detectar debilidades y proponer acciones de mejora.
8. Se han unificado los programas en el centro propio y el adscrito para garantizar la homogeneidad del título.
9. Se ha desarrollado una línea estratégica sobre formación del profesorado en el centro propio y en el adscrito.
10. Se ha establecido una ratio profesor-estudiantes para la tutorización de prácticas.
11. Se elabora anualmente un informe desde la coordinación del Grado para adecuar las actividades formativas y los sistemas de evaluación a las competencias de las materias.
12. Se ha trabajado con la Delegación de Estudiantes para fomentar el uso del buzón de quejas/sugerencias/felicitaciones.
13. Se ha mejorado la IPD en la web sobre las prácticas (normativa, convenios, impresos, etc.).
14. Se han facilitado los procesos de encuestación online para los colectivos implicados en el título.
15. Se ha definido de manera más clara la figura del tutor académico de prácticas en la normativa interna del centro de ambos centros.
16. Se han planteado varias propuestas para remodelar asignaturas que ofrecen poco atractivo para los alumnos en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Valoración del cumplimiento de las acciones para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el informe de verificación, en los informes de modificaciones y/o en las propuestas de mejora derivadas del proceso de seguimiento.

Tomamos como referencia las dos últimas evaluaciones externas emitidas por la DEVA sobre los planes de mejora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas correspondientes al curso académico 2018-2019 y al 2020-2021 (EVIDENCIAS 2.10 y 2.11).

Las 10 acciones de especial seguimiento contempladas en el Plan de Mejora de 2018-2019 han obtenido un grado de cumplimiento adecuado (5 de 10), gracias a la acción conjunta de la Coordinación del título, la Subcomisión de Calidad, el Equipo Decanal de la Facultad de Comunicación y la Comisión Intercentros. También es positivo incidir en que las acciones se consideran adecuadas en un elevadísimo porcentaje (8 de 10) y que 5 de las acciones ya se dan por finalizadas, habiendo logrado la consecución de los objetivos planteados.

Las 5 acciones pendientes de resolución han experimentado una excepcional mejoría en el siguiente Informe de Seguimiento del Plan de Mejora de la DEVA, al considerarse cerradas 4 más. Las 5 acciones definidas se consideran adecuadas para la consecución de los objetivos, lo que ratifica la idoneidad del trabajo realizado por la Subcomisión en sus labores de seguimiento interno anual para paliar las debilidades detectadas. Asimismo, 4 se dan ya por finalizadas lo que evidencia el correcto uso de recursos humanos y materiales el centro propio y el adscrito para velar por el funcionamiento de sus títulos y la mejora constante.

Con respecto a la única recomendación derivada del Informe de Renovación de Acreditación que actualmente permanece abierta, debemos indicar que desde el centro propio y la Oficina de Gestión de la Calidad de la Universidad de Sevilla se va a retomar la presencialidad de las encuestas (como había sido habitual hasta antes de la pandemia para completar la información obtenida a través del proceso de encuestación online) y así mejorar el porcentaje de participantes y conseguir resultados más representativos (EVIDENCIA 1.2).

FORTALEZAS Y LOGROS

1. El proceso de trabajo en garantía de calidad y seguimiento del título ha demostrado la capacidad de adaptación a los cambios de paradigmas que se están produciendo en el seno de las universidades, así como la eficacia de la acción coordinada y el esfuerzo por proponer acciones de mejora derivadas de las necesidades de todos los grupos de interés (PDI; PAS; estudiantes, empleadores, egresados, etc.) que participan en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
2. Los análisis de calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas han supuesto el trabajo coordinado entre los Departamentos que imparten docencia en el título, el Decanato y las comisiones delegadas de Junta de Facultad contempladas en los Estatutos de la Universidad de Sevilla y en el Reglamento de Funcionamiento Interno de la Facultad de Comunicación.
3. El sistema de análisis de calidad de los títulos propios de la Facultad de Comunicación estructurado en Subcomisiones permite la participación de personas de distintos sectores (PDI, PAS, alumnos, agentes externos, etc.) en la evaluación de estos. Dichos miembros se actualizan periódicamente.
4. La existencia de mecanismos de coordinación del trabajo de las distintas subcomisiones de calidad del centro propio y adscrito a través del papel de la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos (refrendada en Junta de Facultad) y de la Comisión Intercentros FCom-EUSA.
5. Se ha procedido al cierre de un porcentaje significativo de las recomendaciones realizadas en el primer Informe Final de Renovación de la Acreditación en 2015-2016.
6. Se han introducido mejoras significativas en los aspectos claves del título: Profesorado, Infraestructuras y Programa Formativo, adecuando el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas a las nuevas necesidades académicas, sociales y profesionales.

7. Mejoras significativas en los datos proporcionados por la Oficina de Gestión de la Calidad de la Universidad de Sevilla para el seguimiento interno anual del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Esto ha tenido una repercusión directa en la efectividad de la plataforma Logros.

8. Las distintas subcomisiones de calidad del centro propio y adscrito han sido las entidades responsables de la correcta ejecución y el desarrollo coherente de los planes de estudio de cada titulación, mediante la verificación y control de los proyectos docentes, en el escenario pandémico causado por la suspensión de la actividad académica presencial.

9. Se han mejorado las prácticas de transparencia al hacer accesible y pública toda la información derivada de los procesos de seguimiento y calidad en el centro propio y el adscrito, con una IPD sobre el SGCST del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas mucho más completa.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

EVIDENCIAS

- 1.- Herramientas del SGC para la recogida de información, resultados del título y satisfacción.
 - 1.1 Documento elaborado con las encuestas, opina y bd corporativas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTMyMDIxMDcyNjEwNTAucGRm>]
 - 1.2 Protocolo de encuestación presencial
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODQyMDIxMTAyMjExNDEucGRm>]
- 2.- Información sobre la revisión del SGC.
 - 2.1 Documento elaborado con referencia a la web del Sdo. con el histórico de revisiones
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjQyMDIxMDcyNjEwNTAucGRm>]
 - 2.2 Estructura organizativa calidad FCom y EUSA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjUyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.3 Propuesta de ordenación de los mecanismos de coordinación entre centros propios y adscritos aplicables a los títulos oficiales que imparten
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODcyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.4 Comisión InterCentros
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzUyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.5 Actas CCST
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.6 Seguimiento CCST COVID-19
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzAyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.7 Modificación MV Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.8 Composición Subcomisión Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjMyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.9 Acta JF 17-07-2015
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTkyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]
 - 2.10 Informe de Seguimiento del Plan de Mejora 2018-2019 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTgyMDIxMTAxNzE3NTkucGRm>]
 - 2.11 Informe de Seguimiento del Plan de Mejora 2020-2021 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDMyMDIxMTAxNzE3NTkucGRm>]
 - 2.12 Sistema de Garantía de Calidad del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODEyMDIxMTAyMjExMzgucGRm>]
 - 2.13 Normativa de régimen interno del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzkyMDIxMTAyMjExMzgucGRm>]
 - 2.14 Actas de la Comisión de Calidad del centro adscrito EUSA

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

3.- Plan de mejora.

- 3.1 Plan de Mejora Curso 2021-22

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDYyMDIxMTAyNjE0MTAucGRm>]

4.- Histórico del Plan de Mejora del Título.

- 4.1 Plan de Mejora Curso 2016-17

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

- 4.2 Plan de Mejora Curso 2017-18

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

- 4.3 Plan de Mejora Curso 2018-19

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

- 4.4 Plan de Mejora Curso 2019-20

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

- 4.5 Plan de Mejora Curso 2020-21

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDUyMDIxMDkyMzA3NDUucGRm>]

5.- Se recomienda disponer de una plataforma propia de documentación del sistema.

- 5.1 Documento elaborado con indicaciones e Ins. Tca. de LOGROS

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

- 5.2 Informe de Seguimiento del Plan de Mejora 2018-2019 del Grado en Publicidad y Relaciones

Públicas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTQyMDIxMTAxNzE3NTkucGRm>]

- 5.3 Indicadores del centro adscrito

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDkyMDIxMTAyMjE3MDUucGRm>]

III. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Criterio 3: El diseño de la titulación (perfil de competencias y estructura del curriculum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo de Grado/Máster.

ANÁLISIS

Breve reseña de los principales cambios y modificaciones adoptados en relación a la Memoria de Verificación y atención de las recomendaciones recibidas

Abordamos en este epígrafe los cambios que ha sufrido el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en relación con el programa formativo. Para el resto de las modificaciones introducidas en el título, remitimos a lo indicado en el Criterio 2 del presente Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación.

Se han normativizado los sistemas de evaluación de las materias con la determinación de una tipología estándar, simplificada y flexible de fórmulas para la evaluación, con arcos de puntuación asimismo amplios, tal como sigue: Examen escrito (0-100%); Examen oral (0-100%); Realización de trabajos (individuales o colectivos) de carácter teórico y/o práctico (0-100%); Participación activa presencial en las actividades docentes (0-20%); Participación en actividades vía telemática: blogs, foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc. (0-20%).

Se ha implantado una tipología estándar, simplificada y flexible de actividades formativas, basadas en la dicotomía principal de actividades presenciales (1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad: 50-100%; 2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad: 0-50%; 3. Intervención de invitados expertos en las materias y asignaturas que componen el módulo. Peso de la actividad: 0-10%) y actividades no presenciales (4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad: 0-100%; 5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad: 0-50%).

Se ha procedido al cambio de nomenclatura de diversas asignaturas y se ha ampliado la oferta de materias optativas para cubrir necesidades formativas de los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Se ha cambiado, también, la adscripción de algunas materias, recogiendo la petición de la Subcomisión de Calidad de abordar determinadas asignaturas desde la óptica específica de la Publicidad y las Relaciones Públicas (ese es el caso de "Deontología y Responsabilidad Social en Publicidad" impartida tradicionalmente por el Área de Filosofía Moral) (EVIDENCIA 11.1).

Sobre la atención a las recomendaciones recibidas, y su grado de cumplimiento, pueden consultarse los epígrafes 7 y 8 del Criterio 2.

Avances en el desarrollo normativo, instrumentos de planificación.

Desde la primera RA, se ha procedido a la actualización/mejora de los siguientes instrumentos de desarrollo normativo del Centro (EVIDENCIA 12.2):

1. En respuesta a la recomendación número 19 del Informe Provisional de la primera renovación de la acreditación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se acordó la confección de un documento que especificase los mecanismos de coordinación vertical y horizontal. Los distintos responsables de la Facultad (coordinadores de Grado) acometieron la tarea y, se generó un documento titulado "Protocolo de coordinación vertical y horizontal del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas". (EVIDENCIA 12.3). El documento aporta la organización de la coordinación horizontal del Grado, mediante funciones como la coordinación entre profesores de asignaturas impartidas en un mismo curso, la gestión de posibles disfunciones que puedan originarse en cuanto al contenido académico de las asignaturas (tales como solapamientos y reiteraciones de contenido), o la coordinación de los periodos de docencia de cada profesor en el caso de grupos compartidos en una misma asignatura. Se trata de un marco amplio de trabajo donde

los distintos agentes implicados (Coordinador de Grado, coordinadores de áreas y profesores) pueden desarrollar todas las estrategias oportunas para mejorar la conexión entre las asignaturas impartidas durante un año académico corriente, convirtiéndose así en un elemento clave para la planificación docente.

2. Modificación de la Normativa de Trabajos Fin de Grado de las titulaciones adscritas a la Facultad de Comunicación. Aprobada en Junta de Facultad de fecha 7 de noviembre de 2017. A final del curso 2016-17 cambió la Normativa de la Universidad de Sevilla para la organización de Trabajos Fin de Estudios (EVIDENCIA 15.1). Este cambio provocó que durante el curso 2017-18 en la Facultad de Comunicación se trabajara para adecuar la Normativa tanto de Trabajos Fin de Grado como de Trabajos Fin de Máster (EVIDENCIA 15.2). En el caso del centro adscrito, y tomando como referencia el marco contextual de la Normativa de la Universidad de Sevilla, se crea en Junta de Centro la Comisión de Trabajo Fin de Grado, que elabora la Guía de TFG de los grados para facilitar a los profesores y estudiantes una guía que facilite el desarrollo y elaboración del TFG. La comisión de Trabajo Fin de Grado asigna los TFG a cada estudiante siguiendo las directrices señaladas en el Anexo 1 de la citada Normativa Interna de TFG (EVIDENCIA 15.3).

3. Modificación de la Normativa interna sobre Prácticas externas de la Facultad de Comunicación en aplicación y desarrollo de la Normativa general de prácticas académicas externas de la Universidad de Sevilla (Acuerdo 10.1/CG 23-5-17). También se ha procedido a la actualización de la normativa de prácticas del centro adscrito (EVIDENCIA 14.2)

4. Implantación (curso 2019-2020) de un sistema automático de control (HORFEUS) de la presencia del profesorado del centro propio dentro de su horario de trabajo.

5. Implantación de un sistema de cita previa en la Secretaría de la Facultad según acuerdo de la Junta de Facultad de fecha 12 de noviembre de 2019.

6. Mejora de la atención a distancia en la Secretaría del Centro: prácticamente todos los trámites pueden gestionarse y resolverse a través de la página web de la Facultad de Comunicación.

7. Aprobación (en Junta de Facultad de 12 de noviembre de 2019) de una solicitud de revisión oficial de los índices de experimentalidad de los títulos oficiales de la Facultad.

8. Constitución de una Comisión específica COVID19 en la Facultad (EVIDENCIA 12.4) que, integrada por representantes de todos los sectores, tiene la misión fundamental de actuar de interlocutora con la Comisión general de la Universidad de Sevilla y la adopción y seguimiento de las medidas preventivas y protocolos de actuación que se han ido generando como consecuencia de la pandemia de COVID19. Esta comisión, en colaboración con todos los colectivos del centro propio, ha trabajado activamente en la aplicación de los diversos protocolos que se han ido derivando de las recomendaciones sanitarias (EVIDENCIAS 12.5 y 12.6). El centro adscrito también ha trabajado activamente en los protocolos COVID del centro, publicando un manual (EVIDENCIA 12.7).

9. Implantación desde junio de 2021 de un sistema electrónico de cumplimentación, cierre y firma de Actas oficiales (PADEL).

10. Generalización del uso del portafirmas de la Universidad de Sevilla, una aplicación corporativa que, conforme a la Instrucción de la Gerencia de la Universidad de Sevilla, está destinada a facilitar a los órganos y personal de la Universidad de Sevilla la realización de la firma electrónica reconocida de documentos administrativos oficiales en el marco de los procedimientos o servicios que se gestionan en la Universidad.

11. Desarrollo e implementación de Aplicación Web de Gestión de Reserva de espacios del Centro propio (SGR), que sirve de apoyo en la planificación y organización de la ocupación de espacios derivadas de los

estudios oficiales (Grado, Doble Grado y Másteres), así como la gestión de las peticiones de uso de los alumnos de la Facultad de Comunicación para la realización de actividades de autoaprendizaje.

Procesos de gestión administrativa del título, reconocimiento de créditos, gestión de movilidad, cursos de adaptación o complementos de formación.

Tal y como se recoge en la Normativa reguladora de Reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad de Sevilla y como queda reconocido en el Reglamento interno de funcionamiento de la Junta de Facultad (aprobado en enero de 2015), la Comisión de reconocimientos de créditos de la Facultad de Comunicación ha venido funcionando con regularidad y cumpliendo con las funciones recogidas en la normativa citada, resumidamente, la resolución de las solicitudes sobre reconocimiento de créditos a partir de otros estudios realizados y la valoración, a los mismos efectos, de la experiencia laboral y profesional de los interesados.

En la Comisión están representados todos los sectores de la Comunidad académica: los estudiantes (con renovación anual de representantes), el PDI (con representación de profesorado de las distintas titulaciones del centro) y el PAS (responsable de la Secretaría de la Facultad), y son miembros natos, además de la responsable de Secretaría, la Decana (que delega en el Vicedecanato de Prácticas en Empresa y Extensión Universitaria) y el Secretario del centro. Puede encontrarse información al respecto en el apartado de trámites frecuentes de la Secretaría en la web del Centro: <https://fcom.us.es/secretaria/tramites>

El proceso es similar en el centro adscrito, donde las solicitudes de reconocimiento de créditos se resuelven por parte de la Comisión de Reconocimiento de Créditos del Centro según las directrices marcadas por la Universidad de Sevilla. Dicha Comisión se reúne valorando cada una de las solicitudes presentadas y resolviendo de manera individualizada, motivando la decisión (EVIDENCIAS 12.8 y 12.9).

En lo que respecta a la gestión de los programas de movilidad, el centro propio lo organiza a través del Vicedecanato de Movilidad y Relaciones Internacionales de la Facultad de Comunicación, que completa la gestión realizada desde la Oficina de Relaciones Internacionales de la Universidad de Sevilla. El Vicedecanato de Movilidad y Relaciones Internacionales de la Facultad de Comunicación ha realizado un informe (EVIDENCIA 13.2) donde se expone el trabajo desarrollado dentro de los servicios de información y orientación ofrecidos a los estudiantes (incluyendo reuniones informativas sobre programas de movilidad y el envío por correo electrónico de guías académicas que abordan todos los trámites y procesos de movilidad: EVIDENCIAS 13.3, 13.4, 13.5 y 13.6), convenios ofrecidos por la Facultad de Comunicación y oferta de plazas de movilidad Erasmus, Internacional y SICUE.

El centro adscrito también garantiza una correcta gestión de la movilidad, que se divide en dos posibles circuitos. Los estudiantes del Centro Universitario EUSA, como centro adscrito a la Universidad de Sevilla, disfrutan de las becas movilidad de Erasmus y SICUE ofrecidas en las convocatorias generales establecidas por el centro Internacional de la Universidad de Sevilla. Además, el centro pone a disposición del alumnado otros programas propios de movilidad como la Beca Eusa Internacional (EVIDENCIA 13.7). La Oficina Internacional de Eusa (<https://international.eusa.es/>) gestiona la atención a los estudiantes y recepciona a los estudiantes entrantes provenientes de otros países.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. La atención a las recomendaciones recibidas ha permitido modificar la Memoria de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para unificar y mejorar los sistemas de evaluación, las actividades formativas, la nomenclatura de determinadas materias, para actualizarlas de acuerdo con la formación demandada por los empleadores, y la adscripción de ciertas materias para hacerlas más específicas y acordes con el Grado.

2. La modificación de la Normativa interna de TFG mejora la organización y evaluación de los trabajos. En el caso del centro adscrito, dicha mejora ha sido acometida gracias a la creación de la Comisión de Trabajo Fin de Grado.
3. La modificación de la Normativa interna de Prácticas mejora el proceso de tutorización de los estudiantes al desarrollarse en su articulado las diferentes competencias tanto de los tutores académicos como de los tutores de empresa.
4. El sistema HORFEUS de control de asistencia del profesorado a clase en el centro propio permite un seguimiento de la actividad docente con rigor y reduce los procedimientos optimizando el tiempo de trabajo de los recursos humanos destinados a esta gestión.
5. El sistema de cita previa en el servicio de Secretaría de la Facultad de Comunicación, que tenía al principio carácter de prueba piloto, se convirtió en imprescindible en el inicio y posterior desarrollo de la pandemia del COVID19 facilitando la gestión y atención a los estudiantes y al profesorado.
6. Mejora del servicio de atención administrativa a los estudiantes a través de las gestiones telemáticas en la Secretaría del centro propio.
7. Mejora del proceso administrativo de cumplimentación, cierre y firma de actas oficiales de calificación en el centro propio a través de PADEL. Además, los estudiantes pueden visualizar sus calificaciones provisionales en su secretaría virtual antes de que el profesorado proceda a su cierre y firma.
8. Han mejorado notablemente los protocolos de gestión de los programas de movilidad internacional y nacional ofertados por la Facultad de Comunicación y el centro adscrito, así como los canales informativos establecidos con los alumnos de movilidad entrante y saliente.
9. Destacable como logro, tanto a finales del curso 2019-2020 como en el desarrollo del curso 2020-2021, el comportamiento y compromiso de la comunidad universitaria de la Facultad de Comunicación y del centro adscrito en relación con la problemática de todo tipo planteada por la pandemia (adaptación inesperada a docencia online, presencialidad parcial, cumplimiento de las medidas de protección, etc.).

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

EVIDENCIAS

7.- Página web del título. - 7.1 Evidencia igual a la 55.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzEyMDIxMDcyNzExMTcucGRm]
8.- Memoria verificada. - 8.1 Memoria de Verificación actualizada [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODUyMDIxMDcyNzExMTcucGRm]
9.- Informe de Verificación - 9.1 Informe de Verificación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzAyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 9.2 Informe de Renovación de la Acreditación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzgyMDIxMDcyNzExMTcucGRm]
10.- Informes de seguimiento. - 10.1 Informe de seguimiento convocatoria 2018/19 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDIyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 10.2 Informe de seguimiento convocatoria 2020/21 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTcyMDIxMDkwOTEyMzlucGRm]
11.- En su caso, informes de modificación. - 11.1 Modificaciones del programa formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjcyMDIxMTAxOTA5NTYucGRm]
12.- Información sobre la gestión e implementación del procedimiento de reconocimiento de créditos. - 12.1 Información sobre la gestión e implementación del procedimiento de reconocimientos de crédito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODMyMDIxMDcyNzExMTcucGRm]

- 12.2 Desarrollo normativo e instrumentos de planificación
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTgyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm>]
- 12.3 Protocolo de coordinación vertical y horizontal del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm>]
- 12.4 Comisión COVID-19
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjgyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm>]
- 12.5 Actuaciones_COVID_19_curso_19-20
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm>]
- 12.6 Actuaciones_COVID_19_curso_20-21
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjAyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm>]
- 12.7 Protocolo COVID centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzEyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm>]
- 12.8 Reconocimiento y transferencia de créditos en el centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDMyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm>]
- 12.9 Reconocimiento de créditos por competencia lingüística en el centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjlyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm>]

13.- Información sobre la gestión e implementación del procedimiento para garantizar la calidad de los programas de movilidad.

- 13.1 Procedimiento para el análisis de los programas de movilidad
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMDcyNzExMTcucGRm>]
- 13.2 Informe sobre servicios de información y orientación proporcionados por el Vicedecanato de Movilidad
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTAyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm>]
- 13.3 Instrucciones académicas movilidad Erasmus e Internacional 20-21
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjQyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm>]
- 13.4 Instrucciones académicas movilidad Erasmus e Internacional 21-22
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTgyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm>]
- 13.5 Guía académica SICUE 2020-2021
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm>]
- 13.6 Guía académica SICUE 2021-2022
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzAyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm>]
- 13.7 Beca EUSA Internacional
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODcyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm>]
- 13.8 Procedimiento y acciones programas de movilidad EUSA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTlyMDIyMDExODExMTkucGRm>]

14.- Información sobre la gestión e implementación del procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas.

- 14.1 Procedimiento para la evaluación de las prácticas externas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMDcyNzExMTcucGRm>]
- 14.2 Normativa de prácticas del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTYyMDIxMTAyMjE3NDQucGRm>]

15.- Información sobre la gestión de los TFM/TFG.

- 15.1 Evidencia igual a la 20.1
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjUyMDIxMDcyNzExMTcucGRm>]
- 15.2 Normativa TFE del CENTRO
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDQyMDIxMTAxOTA5NTkucGRm>]
- 15.3 Normativa TFG centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTQyMDIxMTAyMjE3NDQucGRm>]

IV. PROFESORADO

Criterio 4: El profesorado previsto para el desarrollo de la docencia en el Plan de Estudios es suficiente y adecuado en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.

ANÁLISIS

Valoración de cambios adoptados sobre la plantilla docente respecto a los datos de la Memoria de Verificación y si esos cambios han contribuido a la mejora del perfil del profesorado que imparte docencia en el título. Estos cambios han de ser contrastados con el número de alumnos matriculados.

En la evolución del profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (EVIDENCIA 17.1) desde el curso 2016-2017 debe destacarse una clara tendencia hacia la estabilización (y, en algunos casos, funcionarización) del profesorado. De entrada, 8 profesores del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad -encargado de la mayor parte de la docencia en el Grado- han pasado de Profesores Sustitutos Interinos a Profesores Ayudantes Doctores. Esto supone una mejora respecto a los datos de la Memoria de Verificación, que contemplaba 4 PCDs y únicamente un Profesor Ayudante con título de Doctor. Además de las promociones a Profesor Ayudante Doctor, en los últimos cursos dos profesores han accedido a plazas de Profesor Contratado Doctor, y otros dos docentes han aprobado plazas de Profesor Titular de Universidad. El resto del profesorado que imparte en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas son, sin contar a los Profesores Sustitutos Interinos, PTU +1 pendiente de acreditación a cátedra.

Todo ello ha implicado la mejora de uno de los indicadores de calidad del título: el profesorado con vinculación permanente. Esto debe contextualizarse, además, en una tradición donde el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas presenta un alto índice de profesores doctores (70% según datos correspondientes al curso 2019-2020; prácticamente el mismo porcentaje contemplado originalmente en la Memoria de Verificación). Ello supone un punto muy beneficioso para el grado, puesto que incide en una mejora del nivel de experto de los profesores que imparten clase, con el efecto positivo que conlleva. Otra variable, también relacionada con el perfil investigador de la plantilla docente, es el reconocimiento de sexenios, que ascienden a 32 en el curso 2019-2020 -muy por encima de los 21 contemplados en su momento en la Memoria de Verificación. Así, la mejora del perfil del profesorado puede comprobarse en los sexenios otorgados, o en las acreditaciones dadas por la ANECA en este periodo.

Si contrastamos estos cambios con el número de alumnos matriculados desde el seguimiento 2016-2017 hasta la actualidad, encontramos una evolución interpretable en términos favorables. Aunque la oferta de plazas se ha mantenido constante desde el citado curso -142, divididos en dos grupos, uno de mañana y otro de tarde, de 71 alumnos en cada grupo-, el número de alumnos demandantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el centro propio ha aumentado casi de forma ininterrumpida desde 2017-2018, lo cual indica que el interés por el Grado también ha ido en aumento. La demanda total, por otro lado, también ha aumentado considerablemente: el total de alumnos que solicitan el Grado en 1ª, 2ª o 3ª preferencia es de 996 en el curso 2020-2021, 100 más que en el 2016-2017.

Si tenemos en cuenta al mismo tiempo la evolución de la nota de corte del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (2016-2017: 8,580; 2017-2018: 8,851; 2019-2020: 8,743; 2010-2021: 10,150), se comprueba que, a tenor del incremento más o menos constante experimentado desde el curso 2016-2017, el Grado no solo tiene una demanda ascendente, sino que además atrae a alumnos con un mayor rendimiento.

Los cambios en la plantilla de profesorado, y su estabilización (EVIDENCIA 18.1), no solo pueden relacionarse con una mayor demanda del título, sino también con un incremento en la satisfacción del alumnado con el título, que pasó de un 3.12 en el curso 2016-2017 a un 3.44 en el 2018-2019 (EVIDENCIA 19.1) en el centro propio y que, en el caso del centro adscrito, se mantiene por encima del valor 4 desde el

curso 2017-2018 hasta el 2018-2019. No incluimos los datos del curso 2019-2020 debido a la situación de la pandemia, que distorsionó todo el proceso y la percepción del alumnado sobre la docencia.

En relación con esto, otra cuestión a destacar en cuanto a los profesores del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que pertenecen a la Facultad de Comunicación es el alto nivel de estabilidad que alcanzan en el ejercicio de la docencia de sus asignaturas, frente a aquellos que proceden de otros departamentos externos a la Facultad. Los profesores de los tres departamentos adscritos al centro, por lo general, suelen impartir las mismas materias, es decir, no rotan con el comienzo de cada curso. Esto significa que tienen la posibilidad de consolidarse en asignaturas concretas, ganando así en conocimiento de la materia y en experiencia referente a la enseñanza, a la respuesta de los alumnos, a la posibilidad de actualizar y optimizar su docencia cada año, etc.

Por su parte, las variaciones experimentadas en el profesorado del centro adscrito indican también una mejora de su plantilla, que ha pasado de 9 profesores, según constaba en la Memoria de Verificación original, a 26 (EVIDENCIA 17.2). Este incremento permite dar respuesta de manera satisfactoria a las necesidades formativas de sus estudiantes, quienes mantienen la demanda del título en el centro adscrito en valores más o menos estables entre el 30 y el 40%. Sí debe reseñarse el bajo número de doctores en la plantilla del centro adscrito, que ha puesto en funcionamiento el Plan Promotor en la Actividad Investigadora del Profesorado para aumentar el número de profesores doctores (EVIDENCIA 17.3).

Disponibilidad de criterios de selección del profesorado y asignación de estudiantes para los TFM y TFG. Perfil del profesorado que supervisa TFM/TFG

El proceso de selección y asignación de tutores está claramente definido en las normativas internas del centro propio y el centro adscrito.

En la Facultad de Comunicación es responsable de este proceso el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado. El protocolo de actuación es el siguiente. Desde el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado se calcula el número de tutores que corresponde al Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas en función de los alumnos matriculados y la carga docente. Se solicita a la dirección del Dpto. los nombres de los profesores que deberán encargarse de la tutorización de los TFG (EVIDENCIA 20.3). Una vez recibidas las respuestas, se elaboran las listas de profesores junto al número de plazas que cada uno de ellos oferta (EVIDENCIA 20.4). Esta lista se publica en la web del Centro (<https://fcom.us.es/titulos/trabajo-fin-de-grado>).

Llegados a este punto, los alumnos deben entregar el anexo 1, donde pueden elegir hasta 10 profesores como posibles tutores (por orden de preferencia). En las primeras etapas del TFG este anexo solo se rellenaba con tres nombres, lo que obligaba a hacer varias asignaciones porque muchos alumnos no llegaban a tener plazas. Desde Ordenación Académica se asignan los tutores según el expediente académico de los alumnos, tal y como queda recogido en el artículo 7 de la “Normativa aplicable a los Trabajos Fin de Grado de las Titulaciones adscritas a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla” (EVIDENCIA 20.2). Este proceso se repite a finales del mes de enero tras el periodo de ampliación de matrícula. Una vez que todos los alumnos están asignados se publican las listas en la web de la Facultad de Comunicación y los alumnos ya pueden establecer contacto con sus tutores para planificar el tema y el calendario de trabajo.

El perfil del profesorado que tutoriza, supervisa y califica los Trabajos Fin de Grado (EVIDENCIA 21.1) corresponde a especialistas en las materias que se imparten en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, por lo que tienen un conocimiento del contenido curricular del mismo, fundamental para saber cuáles son las competencias y habilidades que adquiere el alumnado en la titulación y que puede desarrollar y mejorar durante la realización de su TFG. De manera concreta, el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad cubre 133 créditos en esta asignatura, lo que se traduce en 266 estudiantes

realizando su TFG.

En el centro adscrito, es la Comisión de Trabajo de Fin de Grado la que comprueba la validez de todos los trabajos propuestos siguiendo las pautas marcadas en la normativa interna (EVIDENCIAS 20.5 y 20.6). Igualmente, comprueba que los profesores han sido asignados cumpliendo la reglamentación de la Universidad de Sevilla y el reglamento de funcionamiento interno para poder dirigir un TFG, destacando su conocimiento del contenido curricular del Grado para garantizar un óptimo desarrollo de esta asignatura.

Valoración del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones, en su caso.

La asignación de tutores que supervisan las prácticas externas del alumnado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se realiza por estricto orden alfabético desde el Vicedecanato de Prácticas Externas y Extensión Universitaria en el centro propio, y así se recoge tanto en la Guía de Prácticas Externas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (EVIDENCIA 23.2) como en la Guía de Gestión de Prácticas para Docentes Universitarios FCom US (EVIDENCIA 23.3); ambas consultables desde el sitio web oficial de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (<https://fcom.us.es/practicas>). Igualmente, se informa de estas cuestiones en la sesión informativa de prácticas curriculares que cada año se celebra para los estudiantes de Grado (EVIDENCIA 23.4) en modalidad presencial, virtual o híbrida, en función de lo que han permitido las condiciones sanitarias del último año y medio. En los siguientes enlaces de YouTube se pueden ver las dos últimas sesiones: <https://www.youtube.com/watch?v=Hv6eLdYpM8A>
<https://www.youtube.com/watch?v=N4t1nNy16Gw>

Volviendo al proceso de asignación, el hecho de seguir un criterio tan objetivo como es el del orden alfabético supone una ventaja importante desde el punto de la gestión y una mayor transparencia para el estudiantado, pues son estos tutores académicos los que finalmente pondrán las calificaciones. Asimismo, es importante recalcar que el profesorado tutor de la asignatura “Prácticas en Empresas” pertenece al equipo docente del Grado, por lo que tiene un conocimiento del contenido curricular del mismo, fundamental para saber cuáles son las competencias y habilidades que adquiere el alumnado en la titulación y que puede desarrollar y mejorar en su periodo de prácticas.

Además, son los docentes con doctorado de la sub-área de Publicidad y Relaciones Públicas del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad quienes expresan la disponibilidad y el deseo para tutorizar prácticas -hasta un máximo de 2 créditos o 20 estudiantes por curso, aunque en este caso la media es de 1,3, es decir, 13 estudiantes-, lo que significa que tienen un interés especial en las mismas, ya sea por su vinculación con la profesión y/o por su conexión con la docencia e investigación que desarrollan.

De hecho, si atendemos al resto de asignaturas impartidas y a las líneas de investigación del profesorado que ejerce la labor de tutoría, podemos encontrar conexiones con el desempeño laboral de diferentes entidades que ofertan prácticas en el Grado.

Sirvan de ejemplos los casos de Manuel Garrido Lora, actual Director del Secretariado de Comunicación encargado de la gestión de la identidad general de la Universidad de Sevilla y experto en creatividad publicitaria, que ha tutorizado en el curso 2020-2021 prácticas en empresas cuya actividad estaba relacionada, precisamente, con la creatividad y las redes sociales, o Jorge David Fernández Gómez, que ha desarrollado su carrera profesional e investigadora en torno a la estrategia y la gestión de marca, siendo asimismo profesor de asignaturas como “Estrategia Publicitaria” o “Gestión de Marca”; materias teórico-prácticas que también imparte Inmaculada Sánchez Martín, otra de las tutoras de prácticas en empresas. Asimismo, otros tutores como Rodrigo Elías Zambrano o José Antonio Navarro Moreno son docentes de asignaturas eminentemente prácticas como “Dirección de Arte” o “Diseño y Tecnología Digital en Publicidad”, respectivamente, mientras que Gloria Jiménez Marín, aparte de desarrollar su labor docente e investigadora en temas próximos al emprendimiento en marketing y publicidad, fue durante nueve años

Vicedecana de Prácticas en Empresas y Estudiantes, lo que aporta un conocimiento/formación extra al proceso de tutorización (EVIDENCIA 23.5).

En definitiva, el perfil del equipo docente que supervisa las prácticas externas es adecuado tanto desde un punto de vista curricular como desde la perspectiva del interés que puedan tener en esta formación externa del alumnado, algo fundamental si se tiene en cuenta que funcionan como punto de conexión entre el estudiantado, las entidades y el Vicedecanato de Prácticas Externas y Extensión Universitaria.

Esta adecuación de los tutores también se completa en el centro adscrito, donde se garantiza que el perfil del profesorado que supervisa las prácticas posee habilidades curriculares y profesionales para garantizar el desarrollo óptimo de estas por parte del estudiantado. Para ello, la normativa de prácticas del centro adscrito (EVIDENCIA 23.6) indica que el tutor designado deberá ser un profesor con experiencia profesional y conocimientos suficientes para realizar una tutela efectiva. Dicho tutor debe velar por el normal y correcto desarrollo del proyecto profesional garantizando la compatibilidad del horario de realización de las prácticas con las obligaciones académicas formativas, así como de representación y participación del estudiante en el centro. Debe coordinarse con el tutor de la entidad colaboradora y llevar a cabo el proceso evaluador de las prácticas del estudiante tutelado, recabando la información y recopilando los documentos necesarios para realizar la evaluación correspondiente.

Criterios de coordinación del programa formativo para las distintas materias y asignaturas.

La coordinación del programa formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el centro propio y en el adscrito (que replica los mecanismos de la Facultad de Comunicación en este punto) tiene dos dimensiones principales: en primer lugar, la figura del Coordinador de Grado; en segundo lugar, la coordinación particular de cada asignatura por un profesor encargado de la misma.

En cuanto al Coordinador de Grado, su protocolo y funciones se sometieron a debate y aprobación en la Junta de la Facultad de Comunicación del 17 de julio de 2015. El nombramiento de un Coordinador de Grado para el título de Publicidad y Relaciones Públicas se decidió por votación en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, y ratificó en la Junta de la Facultad de Comunicación el 17 de julio de 2015. Esta figura, que informa directamente al Decano y al Director del Departamento, tiene como objeto coordinar: 1. Las distintas materias que se imparten en el Grado; 2. Los programas docentes de las distintas materias; 3. La coherencia académica de cada uno de los cursos; 4. La asistencia a estudiantes y profesores del Grado. En definitiva, se trata de una figura relevante para velar por la coherencia académica, y cuya labor redundará en la satisfacción del alumnado con la docencia; de hecho, el primer Coordinador del Grado ya recibió información por parte de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas. Funcionalmente, la figura del Coordinador de Grado no ha experimentado cambios desde el curso 2016-2017, de forma que sus competencias y criterios de coordinación siguen siendo los mismos que se estipularon en el documento "Protocolo de Coordinación Vertical y Horizontal del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla" (EVIDENCIA 26.3).

Los criterios de coordinación del Grado se han plasmado en los últimos cursos mediante iniciativas y acciones distintas, todas encaminadas a incrementar la calidad de la docencia. Así, en cuanto al criterio de gestionar posibles disfunciones que puedan originarse en cuanto al contenido académico de las asignaturas del Grado, tales como solapamientos y reiteraciones de contenido, el 9 de marzo de 2020 el Presidente de la CGCT y Coordinador del Grado se reunió con representantes del alumnado de los distintos cursos de Publicidad y Relaciones Públicas, con la intención de recabar sus impresiones como delegados de clase y plantear un procedimiento para posibles propuestas de mejora por parte del estudiantado, integrando así sus perspectivas en el proceso de calidad del título (EVIDENCIA 26.4). Por otro lado, y en cuanto al criterio de coordinación horizontal y vertical, el 8 de julio de 2020 el Coordinador del Grado convocó a tres profesores del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad a una reunión virtual dado que, en la ya referida reunión mantenida por el Coordinador con los estudiantes para recibir sus impresiones sobre el

desarrollo del título, se puso sobre la mesa que existen solapamientos de contenido entre las siguientes asignaturas: “Contexto Artístico de la Publicidad”, “Historia de la Comunicación”, “Teoría e Historia del Diseño Publicitario”, “Dirección de Arte” y “Teoría e Historia del Cartel Publicitario”. Tras la reunión con los profesores (coordinadores de estas asignaturas), se adoptó una serie de medidas para evitar redundancias y solapamientos, a través de la coordinación horizontal de ciertos temas tangenciales a todas las asignaturas citadas (EVIDENCIA 26.5). En el curso 2020-2021, por otro lado, el Coordinador del Grado volvió a recabar información sobre satisfacción y quejas, tanto a través de videoconferencia como presencialmente, del alumnado de segundo y tercer curso del Grado. En abril de 2021, además, se celebró una reunión con representantes del Departamento de Literatura Española e Hispanoamericana para abordar la situación de la asignatura “Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea” -ofertada en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, y que cuenta con escasa demanda- con el objetivo de plantear cambios que lleven a ofrecer una enseñanza más provechosa y atractiva para el alumnado (EVIDENCIAS 26.6 y 26.7).

En cuanto al Coordinador de Asignatura, se trata una figura de gran importancia, puesto que cumple un rol esencial en el correcto desarrollo del Grado, influyendo así en el funcionamiento del mismo y, por tanto, en los niveles de calidad exigidos. Su principal función es coordinar al resto de profesores que imparten la asignatura y ejercer un control sobre cuestiones clave como el contenido impartido y el sistema de evaluación. En este sentido, desde el Departamento se está haciendo un esfuerzo especial en el proceso de supervisión y aprobación de los programas y proyectos docentes de las asignaturas, los cuales implican que en ocasiones el Secretario del Departamento (responsable de la supervisión y aprobación) puede contactar con los coordinadores de las asignaturas para gestionar posibles errores o faltas de información en los programas y proyectos (EVIDENCIAS 26.8). Esta labor también se realizó en el centro adscrito (EVIDENCIA 26.9).

En cuanto al proceso seguido en el nombramiento de Coordinadores de Asignaturas, el Consejo de Departamento elige un coordinador entre los profesores que imparten docencia en la asignatura; profesor que, en la medida de lo posible, debe tener vinculación permanente con la US, tal y como se recoge en el Reglamento de la Universidad de Sevilla. Una vez tomada la decisión, se facilita dicha información a todos los miembros del Departamento para que tengan constancia de dichas asignaciones, y se aprueban en Consejo de Departamento.

En definitiva, el coordinador debe establecer coherencia temática, asegurarse de que no hay solapamientos de temario con otras asignaturas y velar por el buen desarrollo de la asignatura en todos los niveles (EVIDENCIA 26.10), tal y como se regula en la Sección 4ª-Capítulo 1º-, en el Título I del Reglamento General de Actividades Docentes de la Universidad de Sevilla. En última instancia, el coordinador se presenta como el responsable de dicha asignatura, por lo que debe responder ante el alumnado y el Departamento.

Como complemento a las figuras de Coordinador de Grado y Coordinador de Asignaturas, la coordinación del programa formativo ha incluido en momentos puntuales la participación de otros servicios y comisiones de la Facultad de Comunicación. Por ejemplo, los alumnos trabajan en los Trabajos Fin de Grado siguiendo las dinámicas marcadas por cada profesor; y desde el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado, y en coordinación con el personal de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación, se ha organizado un curso anual para todos los alumnos matriculados.

También de forma puntual, en abril de 2020, la CGCT repasó la situación por la que atravesaba la docencia del Grado en su modalidad online bajo los efectos de la pandemia. En relación con esto último, el Decanato de la Facultad de Comunicación solicitaba a la CGCT que cotejase datos obtenidos en relación con tres métodos de control estipulados para el correcto desarrollo de la docencia (véase epígrafe 1 del Criterio 2 del presente Autoinforme).

Existen también sistemas de coordinación docente entre centros, dado que el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se imparte en el centro adscrito. El ajuste de los programas formativos de ambos centros es un proceso continuo y controlado por distintas variables. En primer lugar, el profesorado contratado por EUSA debe contar con la venia docendi del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la US. En segundo lugar, existe una comisión Intercentros (remitimos, nuevamente, al Criterio 2 del presente Autoinforme), compuesta por responsables de calidad de la Facultad de Comunicación y de EUSA, que se reúne periódicamente y que está en contacto continuo para cuestiones concretas. En tercer lugar, el sistema de elaboración de proyectos docentes del centro adscrito especifica que los objetivos, competencias y bloques temáticos de las asignaturas se basan en programas que son coincidentes con los de la Universidad de Sevilla. De hecho, incluso en lo relativo a la bibliografía general de las materias, el centro adscrito recomienda consultar la bibliografía publicada por el centro propio, de forma que el ajuste de las guías de ambos centros es automático e interactivo. Por ejemplo, una asignatura impartida en el centro adscrito como “Análisis del Discurso Publicitario” (<https://www.eusa.es/asignaturas/pdf/5370021.pdf>) presenta los mismos bloques temáticos que aparecen tradicionalmente en el programa de esta asignatura en la Facultad de Comunicación (<https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas/2110021>).

Atención de las recomendaciones y sugerencias sobre la plantilla docente en los Informes de Verificación, Modificación y Seguimiento. Acciones llevadas a cabo en relación a la mejora de la calidad docente del profesorado

Informe final RA 2015-2016

1.- Se recomienda que EUSA aporte más información sobre los programas de cualificación docente.

En el Informe de Evaluación del Plan de Mejora 2019-2020 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas emitido por la DEVA se indica lo siguiente al respecto: “La acción de mejora propuesta es adecuada y se aportan evidencias en las que se ha podido valorar la consecución de los objetivos planteados en la recomendación”. En los siguientes enlaces puede observarse el grado de cumplimentación de esta recomendación:

Acciones formativas curso 2019/2020:

<https://logros.us.es/descargas/ficherosPlanesMejoraV4/011202006031059.pdf>

Acciones formativas curso 2020-2021:

<https://logros.us.es/descargas/ficherosPlanesMejoraV4/816202102201640.pdf>

2.- Se recomienda revisar la idoneidad del número de profesores que supervisan las prácticas externas en el Grado.

En el Informe de Evaluación del Plan de Mejora 2018-2019 del Grado en Publicidad y relaciones Públicas emitido por la DEVA se indica lo siguiente al respecto: “La acción de mejora describe y justifica el sistema de adjudicación del PDI que supervisan las prácticas externas en el Grado, conforme a las pautas que traza la normativa de la Facultad de Comunicación. Como evidencia se aporta el listado del profesorado seleccionado y el número de alumnos a los que atiende, que no sobrepasa lo marcado en la normativa. Se da por resuelta la recomendación al cumplirse con lo solicitado”.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Consolidación y estabilización de la plantilla de profesorado en el Grado en el centro propio (perteneciente

al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad). Aumento de la plantilla docente en el caso del centro adscrito.
2. Marcada orientación a la investigación entre el profesorado del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad del centro propio. De hecho, dos profesores del área de Publicidad reciben en 2019 uno de los Premios Universidad de Sevilla a trabajos de especial relevancia, por el artículo "Twitter and video activism as tools for countersurveillance: the case of social protests in Spain", publicado por la revista Information, Communication & Society (https://fcom.us.es/gabinete/premios-y-becas/alberto-hermida-y-victor-hernandez-santaolalla-premio-us-trabajo-de).
3. Perfil altamente especializado en Publicidad y Relaciones Públicas que supervisa y tutoriza la realización del Trabajo Fin de Grado.
4. En la incorporación de nuevos profesores al centro adscrito, uno de los criterios preferentes en la convocatoria pública realizadas es la experiencia profesional relacionada con el título que impartirá. Muchos miembros del Claustro actual en activo en el sector coordinan su labor docente con la labor profesional y ello repercute de manera muy positiva en la formación actualizada de los alumnos.
5. El protocolo de asignación de los Trabajos Fin de Grado obedece a criterios objetivos como es la nota media del expediente académico. Este procedimiento es público y accesible a todos los colectivos implicados en el título gracias a la IPD sobre TFG en la web de la Facultad de Comunicación y el centro adscrito.
6. La tutorización de las prácticas es realizada por el profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, que cuenta con experiencia profesional, docente y/o investigadora para ejercer dicha labor.
7. La asignación tutor-estudiante mediante un criterio objetivo como es el orden alfabético permite una mayor transparencia en la gestión.
8. Las guías de prácticas externas curriculares y la de gestión para docentes de la Facultad de Comunicación, y las propias del centro adscrito, ofrecen toda la información de forma sencilla para el buen funcionamiento de la asignatura.
9. Las reuniones informativas dirigidas tanto al estudiantado como al equipo docente permiten, curso tras curso, el buen funcionamiento de las prácticas y que exista una comunicación fluida entre los diferentes agentes implicados.
10. Los informes de valoración que realiza el alumnado una vez finalizadas las prácticas y el fomento de una comunicación continua entre este, el profesorado y el centro permiten detectar posibles problemas y solucionarlos rápidamente.
11. El programa formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Pública está coordinado gracias a las acciones del Coordinador del Grado y de los Coordinadores de Asignaturas. Estas dos figuras permiten establecer coherencia temática, asegurarse de que no hay solapamientos de temario con otras asignaturas y velar por el buen desarrollo de la asignatura en todos los niveles del título. La coordinación del Grado y de las asignaturas (tanto vertical como horizontal) sigue unos criterios y funciones bien definidas, se supervisa desde diferentes instancias, y se mantiene a lo largo del tiempo.
12. Desde la Coordinación del Grado se ha incorporado la opinión del alumnado a los procesos de mejora del título. En el caso del centro adscrito, se realizan dos evaluaciones a lo largo del curso académico.
13. Los mecanismos de coordinación se complementan con la labor de la Comisión Intercentros, al objeto de garantizar que el programa formativo del título es similar en el centro propio y en el centro adscrito.
14. Se han atendido satisfactoriamente las recomendaciones sobre plantilla docente en los informes de seguimiento de los planes de mejora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas correspondientes a los cursos 2018-2019 y 2020-2021.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. La satisfacción del alumnado con el título y la formación recibida deberían haberse incrementado en mayor medida desde el curso 2016-2017. Acción de mejora. La Comisión de Garantía de Calidad del Título (CGCT) y la Coordinación del Grado

diseñarán herramientas cualitativas (entrevistas, grupos de discusión con estudiantes) para conocer las razones por las que la satisfacción cuantitativa del alumnado no es todo lo alta que debería ser.

Fecha: Curso académico 2021-2022

2. Bajo porcentaje de profesores doctores en el centro adscrito.

Acción de mejora: Analizar la eficacia del Plan Promotor en la Actividad Investigadora del Profesorado para aumentar el número de profesores doctores en el centro adscrito. El centro pone a disposición del claustro ayudas para que aquellos profesores que se encuentren realizando estudios de doctorado puedan finalizarlos de manera óptima y breve.

Responsable: Junta de Centro

Fecha: Curso académico 2021-2022

EVIDENCIAS

17.- Información sobre el perfil y distribución global del profesorado que imparte docencia en el título.

- 17.1 Perfil y distribución global del profesorado que imparte docencia en el título

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjkyMDIxMTAwNjE0MzkucGRm>]

- 17.2 Profesorado del centro adscrito

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

- 17.3 Plan PAIP

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

18.- En su caso, actuaciones y resultados sobre el incremento o disminución del profesorado teniendo en cuenta su cualificación. Esta información debe justificarse con el número de estudiantes matriculados.

- 18.1 Plan de Promoción Asociados (universidad de Sevilla)

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

19.- Satisfacción del alumnado sobre la actividad docente del profesorado.

- 19.1 Satisfacción estudiantes actividad docente profesores

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

- 19.2 Encuesta de Satisfacción EUSA

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

20.- Documento sobre criterios de selección de profesores y asignación de estudios TFM/TFG.

- 20.1 Normativa TFC

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

- 20.2 CENTRO: Criterios particulares o Acuerdos de Junta de Centro o Dpto.

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

- 20.3 Solicitud de tutores TFG

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIxMTAxNzE5MDYucGRm>]

- 20.4 Listado de tutores TFG del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDkyMDIxMTAxNzE5MDYucGRm>]

- 20.5 Normativa de TFG del centro adscrito

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

- 20.6 Guía TFG PUB del centro adscrito

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

21.- Información sobre el perfil del profesorado que supervisa el TFG/TFM.

- 21.1 Perfil del profesorado que supervisa TFG/TFM

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzgyMDIxMDkyMTA5MDQucGRm>]

- 21.2 Normativa Interna Reguladora TFG EUSA

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

- 21.3 Guía TFG Publicidad y RRPP EUSA

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

22.- Satisfacción del alumnado sobre el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.

- 22.1 Satisfacción del alumnado sobre el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de

los TFG/TFM

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

23.- En su caso, información sobre el perfil del profesorado que supervisan las prácticas externas.

- 23.1 Información sobre el perfil del profesorado que supervisan las prácticas externas.

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

- 23.2 Guía de Prácticas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODAyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm>]

- 23.3 Guía de Gestión de Prácticas para Docentes

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTYyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm>]

- 23.4 Carteles sesión informativa Prácticas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTkyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm>]

- 23.5 POD del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm>]

- 23.6 Normativa de prácticas del centro adscrito

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODMyMDIxMTAyMjE5NDQucGRm>]

- 23.7 Reglamento Prácticas Externas del Centro EUSA

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

24.- En su caso, Información sobre la gestión de las prácticas externas.

- 24.1 Documento gestión centralizada del SPE y URL y normativa de la US

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

- 24.2 Protocolo de actuación de las EMPRESAS con respecto a las Prácticas de Formación Académica

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDgyMDIxMTAxODA4NTQucGRm>]

- 24.3 Normativa interna de prácticas de la Facultad de Comunicación

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzYyMDIxMTAxODA4NTQucGRm>]

- 24.4 Reglamento Prácticas Externas Centro EUSA

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

25.- En su caso, satisfacción del alumnado con las prácticas externas.

- 25.1 Datos desagregados de la encuesta de satisfacción del estudiante

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

- 25.2 Satisfacción con las practicas externas EUSA

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

26.- Información sobre la coordinación académica horizontal y vertical.

- 26.1 Documento Calendario Académica, RGAD, Coordinación y Documento de Coordinación publicado en la IP

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

- 26.2 POD y horarios

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

- 26.3 Protocolo de coordinación horizontal y vertical del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTQyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm>]

- 26.4 Acta de reunión con el alumnado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDIyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm>]

- 26.5 Informe de la Coordinación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjlyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm>]

- 26.6 Modificación Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTIyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm>]

- 26.7 Acta reunión Publicidad - Literatura

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm>]

- 26.8 Adaptación Memoria de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDMyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm>]

- 26.9 Adaptación Memoria de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (centro adscrito)

<p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDMyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm]</p> <p>- 26.10 Ejemplos de coordinación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTYyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm]</p>
<p>27.- Plan de formación e innovación docente.</p> <p>- 27.1 Documento elaborado con web del PPD Vigente. [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMDcyODIzMjEucGRm]</p> <p>- 27.2 Participación del profesorado en Acciones Formativas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTYyMDIxMTAxMTEyMDIucGRm]</p> <p>- 27.3 Acceso página web del Secretariado de Formación y Evaluación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTMyMDIxMDcyODIzMjEucGRm]</p> <p>- 27.4 Formación Docentes Centro EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTcyMDIyMDExODEyMzQucGRm]</p>
<p>28.- Documento donde se especifique la política de recursos humanos.</p> <p>- 28.1 Resolución Transitoria Dedicación Académica del Profesorado [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjUyMDIxMDkxMDEyNTgucGRm]</p> <p>- 28.2 Reglamento para la Elaboración de los Planes de Asignación de Profesorado a los Planes de Organización Docente [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTEyMDIxMDcyODIzMjEucGRm]</p>

V. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

Criterio 5: Las infraestructuras, recursos y servicios para el normal funcionamiento del título son los adecuados para las características del título, así como los servicios de orientación e información.

ANÁLISIS

Valoración de la adecuación de la infraestructura y los recursos disponibles a las características del título.

La infraestructura, servicios y dotación de recursos para el normal funcionamiento del programa son los adecuados a las características del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, tanto en el centro propio como en el centro adscrito. Ello puede verse reflejado en el nivel de satisfacción de los alumnos, que se define en valores muy similares en los cursos previos a la pandemia, manteniéndose siempre por encima del 3 y, en algunos casos, del 3,5 en el centro propio (2016-2017: 3.21; 2017-2018: 3.68; 2018-2019: 3.62) y en valores cercanos o superiores al 4 en el centro adscrito (2016-2017: 3.93; 2017-2018: 4.38; 2018-2019: 4.03; 2019-2020: 3.92). Esto resulta en un claro reconocimiento a las labores de actualización de los servicios e infraestructuras del centro.

Atendiendo a las características del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, las infraestructuras y recursos disponibles (cuya valoración se indica en los dos siguientes epígrafes de este apartado), permiten la adquisición de las competencias específicas definidas en la Memoria de Verificación, pues en ellas se relacionan las técnicas y estrategias para producir distintos tipos de mensajes publicitarios en entornos profesionales y con medios técnicos como los que ofrece la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Pasamos a enumerarlas (EVIDENCIA 30.2 y 30.11): E21; E24; E25; E29; E30; E31; E32; E33; E36 y E38.

Valoración de la adecuación del personal de administración y servicio y del personal de apoyo, en su caso.

Además de los medios e infraestructuras materiales, el centro propio y el adscrito cuentan con un gran equipo humano que redundará en la calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, y que está organizado por servicios (Administración, Secretaría, Consejería, Biblioteca y Videoteca, Medios Audiovisuales y Aulas Informáticas), cuyo trabajo garantiza el mantenimiento y el buen funcionamiento de las instalaciones y de los laboratorios de medios. De hecho, según los datos recogidos en el último de los seguimientos (correspondiente al curso 2019-2020), el grado de satisfacción del Personal Docente e Investigador de la Facultad de Comunicación con la atención recibida por parte del Personal de Administración y Servicios es muy positivo: los profesores del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas lo valoran en casi un 4.

El centro adscrito, a los servicios indicados ya en el centro propio, suma las siguientes unidades: Departamento de Orientación Vocacional y Educativa (que informa y asesora de forma personalizada sobre aspectos académicos y generales de la comunidad educativa); International Office (que en el caso del centro propio está representado en la figura del Vicedecanato de Movilidad y Relaciones Internacionales), el Departamento de Nuevas Tecnologías (equivalente a los servicios técnicos del centro de Medios Audiovisuales y Aula Informática), Plataforma Educativa y Zona iPad, y el Departamento Empréstate 360º (equivalente a los servicios de emprendimiento del centro propio y que desarrollaremos en siguientes epígrafes de este Criterio 5).

Volviendo al centro propio, todos los servicios de la Facultad de Comunicación continuamente informan de las eventualidades y de las reparaciones necesarias al Administrador del Centro y al Vicedecano de Infraestructuras, Nuevas Tecnologías y Desarrollo de Proyectos. Para la coordinación de los diferentes servicios de la Facultad de Comunicación se organizan reuniones con sus jefes de servicios en los que se

exponen las fortalezas y debilidades para el comienzo del nuevo curso académico, procurando una coordinación entre la labor del profesorado en las aulas, el comportamiento de los alumnos en el edificio y las condiciones laborales del Personal Administrativo y de Servicio (EVIDENCIA 30.3).

El grado de implicación del Personal de Administración y Servicios del Centro en la mejora del Centro ha tenido como resultado su participación en la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos con 1 representante de este colectivo (<https://fcom.us.es/conoce-fcom/institucional>). Asimismo, todas las Subcomisiones de los títulos de Grado y Máster cuentan también con representación del sector del PAS, tanto en el centro propio (<https://fcom.us.es/titulos/sistema-de-garantia-de-la-calidad>) como en el adscrito (puede consultarse nuevamente el Criterio 2 del presente Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación).

En la situación vivida por el impacto de la pandemia, el centro propio y el adscrito han trabajado de manera exhaustiva considerando las medidas preventivas contra el COVID-19 indicadas por la Universidad de Sevilla en la organización de los espacios mediante la señalización del edificio, así como informar sobre el protocolo de comportamiento dentro de sus dependencias (distancia de seguridad, uso de mascarilla, limpieza con gel, etc.). Para el seguimiento de estas medidas se constituyó, por ejemplo, una Comisión COVID-19 de la Facultad de Comunicación, a la que podían dirigirse todas las consultas de los miembros del centro sobre medidas de seguridad frente al virus, y que coordinaba las acciones recomendadas por la Universidad de Sevilla (puede consultarse más información sobre la misma en el epígrafe 2 del Criterio 3 del presente Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación). En la realización de estas tareas participaron activamente los jefes de los diferentes servicios que ajustaban las medidas preventivas a sus responsabilidades.

La Consejería de ambos centros ha gestionado toda la señalética del edificio y se ha encargado del protocolo de comportamiento de las personas que utilizaban las instalaciones. Los jefes de los servicios técnicos han cuidado en sus espacios el cumplimiento de las medidas recomendadas por la Universidad de Sevilla.

La Secretaría de la Facultad de Comunicación (EVIDENCIA 30.10) se ha visto afectada, al igual que el resto de los servicios del centro propio, por la pandemia COVID 19. De esta situación han salido reforzados los procedimientos en cuanto a la fluidez en la comunicación entre la Secretaría, los estudiantes y los profesores. Los procedimientos habituales, tales como Certificados académicos, solicitud de Títulos, Anulaciones, Reconocimiento de créditos, Devoluciones o Trabajos fin de Estudios, se pueden ya realizar online a través de la web. Esto supone una descarga importante de alumnos en la ventanilla, en la que se gestionan otros procesos, como hemos indicado ya, con previa cita. Este sistema ha supuesto una regulación de la atención al público necesaria en esta pandemia. El programa distribuye los servicios que ofrece la Secretaría y que deben realizarse de manera presencial, tales como recogida de Títulos, entrega de documentación requerida o matrícula presencial de alumnos de Traslado, Adaptaciones o Movilidad. Asimismo, se ha implantado en la Secretaría de alumnos los programas de HORFEUS para la gestión de los horarios de clases y control de firmas y PADEL para la firma de las actas de forma digital (ver epígrafe 2 del Criterio 3 del presente Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación). Estas mejoras facilitan la labor al profesorado en su actividad docente.

En cuanto al personal de la Secretaría, la convocatoria de plazas de auxiliar administrativo (Resolución 13 de febrero de 2019, publicada en BOE del 26 de febrero de 2019) ha supuesto una estabilización del personal, cubriendo tres plazas con funcionarios de carrera y cinco plazas con interinos de larga duración. También se han cubierto las plazas previstas en la Relación de Puestos de Trabajo, lo que ha mejorado los recursos humanos disponibles en este servicio para ofrecer una atención de calidad a estudiantes y docentes.

Valoración de las mejoras y cambios en la infraestructura, servicios y recursos.

La mejora de las infraestructuras y los recursos técnicos es una de las evidencias más contundentes de mejora en las instalaciones tanto del centro propio como del adscrito. Pasamos, a continuación, a enumerar las principales, pudiendo consultarse el informe de cada unidad para obtener una información más detallada.

De acuerdo con el Plan de Renovación de las Infraestructuras del Centro propio (EVIDENCIA 30.4), diseñado a comienzo del mandato de este Equipo Decanal, se planificó a medio plazo la adquisición de bienes, equipos, medios para sus laboratorios y aulas de informática, haciéndose hasta la fecha una inversión total de 361.503,28 € entre el 1 de enero del 2017 y el 4 de octubre del 2021. Desglosamos los conceptos: Material audiovisual 149.066,52 €; Equipos audiovisuales (cámaras fotográficas, complementos y de video) 46.759,08 €; Mobiliario 11.760,29 €; Informática 117.017,14 €; Proyectoros y pantallas 36.900,25 €. Destacamos la adquisición de 2 estudios de televisión nuevo (uno actualmente en concurso público en el que la Facultad de Comunicación participó en la Mesa Técnica del Concurso Público de Ofertas de las Empresas); la reposición de ordenadores nuevos para dos aulas de informáticas (PC y MAC) y la adquisición de cámaras robotizadas para todas las aulas del centro y Salón de Grados para la docencia en régimen de semipresencialidad durante la pandemia (EVIDENCIA 30.5).

El acceso de los medios técnicos y aulas se gestiona de manera centralizada y eficiente a través del Sistema de Reservas de la Facultad de Comunicación, tras la organización de espacios para la docencia reglada que gestiona el Vicedecanato de Infraestructuras. Todos los finales de curso se remite a la lista PDI del centro propio una solicitud de medios y laboratorios para su docencia oficial del curso (EVIDENCIA 30.6). A principio de septiembre se ingestan en el sistema informático todas las peticiones para la docencia oficial. Luego se abre un plazo para ingresar, por parte de profesores, otras actividades académicas (títulos propios, seminarios, conferencias, congresos, etc.). Tras organizar toda la docencia oficial y actividades académicas a comienzo del curso, el sistema informático, de acceso restringido a la comunidad del centro propio queda abierto, y PDI, PAS y estudiantes disponen de todos los medios y espacios, ateniéndose a las normativas de uso de MMAA y aulas de informáticas para el desarrollo de sus prácticas. El enlace al sistema de reservas se encuentra en la página web de FCOM: <https://servidorfcom.us.es/sgr/welcome>

Para la coordinación de los sectores de la Comunidad Universitaria en Infraestructuras se han tenido reuniones periódicas en la Comisión de Medios Audiovisuales y en la Comisión de Aulas de Informática (EVIDENCIA igual a 30.3). En estas reuniones se hace un seguimiento de las necesidades nuevas en la docencia de las prácticas de laboratorio y aulas de informática, así como del estado de satisfacción de los alumnos con el equipamiento de la Facultad de Comunicación. En estas comisiones la comunicación fluctúa entre los distintos sectores (PDI, PAS y alumnos) y se alcanzan acuerdos importantes sobre la prioridad de las infraestructuras y las necesidades del personal para la correcta ejecución de sus funciones.

La situación excepcional de la pandemia ha hecho que en el año 2020 todos los esfuerzos de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación, uno de sus servicios más importantes, se hayan centrado en adaptar el funcionamiento de esta a los requerimientos que el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de la Universidad de Sevilla (SEPRUS) iba estableciendo y que han ido cambiando conforme los datos epidemiológicos fueron evolucionando. La Biblioteca hizo: 1) Formación sobre LIBGUIDES: sistema de gestión de contenido web 2.0 para la elaboración de guías de biblioteca; 2) Se ha reestructurado y actualizado la web de la Biblioteca, la Guía de Comunicación y la Guía del Investigador en Comunicación; 3) Se ha diseñado un tutorial de la base de datos My News, especializada en prensa para ayudar en la localización de la información; 4) Se ha realizado un tutorial de la base de datos Dialnet, mayor portal bibliográfico del mundo en lengua española; 5) Se ha hecho un tutorial de la base de datos de Publicidad The Work: Cannes Lions; 6) Estos tutoriales también fueron ofertados para las prácticas de alumnos en nuestra biblioteca a través del programa de prácticas de la Universidad; 7) Se ha reforzado la presentación de la página web en los cursos de formación que se imparten desde la Biblioteca a todos los niveles

(EVIDENCIA 30.7).

En este escenario, debemos resaltar muy positivamente que la Biblioteca de la Facultad de Comunicación no ha dejado de desatender los procedimientos de gestión que ha venido desarrollando tradicionalmente en el Centro y que se traslada a un asesoramiento a profesores, investigadores y estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. En primer lugar, la Biblioteca de la Facultad de Comunicación apoya a los profesores facilitándoles los accesos a los recursos impresos y electrónicos, así como adquiriendo la bibliografía recomendada en los programas/proyectos docentes de las asignaturas (EVIDENCIA 30.8). En segundo lugar, la Biblioteca actualiza los perfiles de los profesores en Dialnet, ORCID; Google Scholar, ResearchID y demás espacios relacionados con la calidad de la investigación. Ello permite que los alumnos tengan información actualizada sobre el perfil de los profesores que forman el cuadro docente. En tercer lugar, la Biblioteca también presta asesoramiento a los profesores en los procesos de Acreditación, así como en la preparación de la documentación para los Sexenios, lo que redundará en la consecución de estándares de calidad y excelencia investigadora para los profesores del título. Como último aspecto importante debemos mencionar la inclusión en IDUS, el Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla, de publicaciones de profesores del título, lo que permite a los alumnos tener disponibles materiales de trabajo para su correcto desarrollo formativo en el Grado.

La Biblioteca de la Facultad de Comunicación también apoya a los alumnos del título, en primer lugar, haciéndolos usuarios de la misma, facilitándoles los accesos a los recursos impresos y electrónicos, adquiriendo la bibliografía recomendada y participando en su formación a través de distintas iniciativas: Acto de Bienvenida, cursos formativo para alumnos de nuevo ingreso a través de la Plataforma Virtual, formación en la búsqueda y recuperación de la información, formación para la elaboración de los Trabajos Fin de Grado, etc.). Asimismo, también facilita a los alumnos el visionado de materiales y la consulta de medios en el seguimiento y el complemento de la docencia, así como para el progreso de sus investigaciones. Toda la información está disponible en la web de la Biblioteca de Comunicación: <https://bib.us.es/comunicacion/>

El Servicio de UNITIC (<http://institucional.us.es/unidadcticcom/>) ha mejorado también sus infraestructuras y servicios, como detallamos a continuación: 1) Renovación Sistema de proyección: 7 espacios; 2) Renovación Sistema de microfonía/sonido: 30 espacios; 3) Adquisición de Web Motorizada: 30 espacios; 4) Renovación componentes internos equipamiento informático (ampliación de memoria, disco y placa base): 26 equipos (puesto del docente), 15 equipos (aula de informática); 5) Renovación de 30 equipos Pc (Aula Informática 2.1); 6) Renovación de 21 equipos Apple (Aula Mac 1); 7) Renovación Sistema de Refrigeración Sala de Servidores. Además, la oferta de servicios prestados a la Comunidad de la Facultad de Comunicación ha mejorado en: 1) Habilitar acceso remoto equipos informáticos para actividad práctica por parte del alumno; 2) Acceso a Licencias de Adobe desde casa para facilitar la actividad práctica durante el periodo semipresencial; 3) Publicación web del servicio; 4) Soporte para las labores desarrolladas por los docentes en la Plataforma de Enseñanza Virtual; 5) Implementación de sistema de despliegue de software y configuración de equipos de forma desatendida; 6) Implementación Sistema de Inventario; 7) Uso de la aplicación Teams de Microsoft para la mejora de la comunicación, gestión de tareas y coordinación de los integrantes del Servicio; 8) Participación en los Grupos de Mejora de la Universidad; 9) Participación en los canales establecidos para la coordinación con el resto de Unidades TIC de otros Centros, con la supervisión y coordinación del SIC (Servicio de informática y Comunicaciones de la Universidad de Sevilla) (EVIDENCIA 30.9).

Evidencia de la mejora del desempeño personal de la Unidad ha sido también la superación de procesos selectivos de acceso de dos técnicos que prestan sus servicios en el Centro. Además, todo el personal ha realizado cursos de formación para el PAS (FORPAS) en diferentes tareas: Gestión de puestos de trabajo con Opengnsy; Introducción a la virtualización de sistemas. ¿Por qué no tener varios sistemas operativos ejecutándose al mismo tiempo?; Administración del gestor de contenidos Drupal (nivel básico); Curso de Adobe Premiere Pro (nivel medio); Curso de Adobe Premiere Pro cc (nivel avanzado); Formación básica en

seguridad informática; Recursos y herramientas básicas en el laboratorio de informática; Curso de administración de Opengnsys 1.2, etc.

En lo que respecta al apoyo a la docencia, se ha lanzado también la convocatoria “Polimedia”. Coordinada por el servicio de realización de videos de apoyo docente para el profesorado de la Facultad de Comunicación, tiene como finalidad la realización de contenidos multimedia de apoyo a la docencia: <https://fcom.us.es/gabinete/actividades-y-eventos/convocatoria-de-apoyo-la-docencia-polimedia-en-la-fcom>

En otro orden de cosas, y más allá de los recursos técnicos disponibles para la correcta adquisición de las competencias del título, debemos resaltar que servicios sociales complementarios para el estudiantado, como la cafetería y el comedor, también han obtenido valoración positiva por webs especializadas. Así puede confirmarse en el estudio que hace el blog especializado en gastronomía El Comidista, del diario El País, donde los servicios indicados de la Facultad de Comunicación se encuentran entre los diez mejores de las universidades españolas: <https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/la-cafeteria-de-comunicacion-entre-las-10-mejores-de-pais-segun-el-comidista>

También se han adaptado los aseos para estudiantes y profesores con necesidades especiales. Esta actuación se enmarca en el programa del Vicerrectorado de Servicios Sociales, Campus Saludable, Igualdad y Cooperación de la Universidad de Sevilla para atender a personas con enfermedad intestinal infecciosa: <https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/la-fcom-cuenta-con-un-aseo-adaptado-para-personas-con-necesidades-especiales>

Similar evolución en la adaptación de las infraestructuras se ha producido en el centro adscrito. En los últimos cursos también se han mejorado los recursos y servicios del centro para facilitar su uso tanto a los alumnos como al profesorado (EVIDENCIA 30.12). Para ello se han desarrollado algunos cambios de ubicación de aulas, áreas y departamentos. En este curso académico se ha creado un espacio para la consulta informática y acceso a internet de uso libre de los alumnos que está situado junto a la zona de coworking y de estudio. Se ha instalado en el Salón de Actos una pantalla LED con conexión a internet para la realización de presentaciones, proyección de vídeos o películas y para el desarrollo de eventos. Se ha habilitado un nuevo espacio en la quinta planta para profesores coordinadores y sala de reuniones para atención a alumnos (EVIDENCIA 30.13). En esta zona existen impresoras, taquillas de uso personal para el profesorado y equipos informáticos de libre disposición. La cafetería se ha situado en la planta baja ampliando el espacio interior y utilizando el espacio exterior situando mesas para zona de comedor y descanso.

Adecuación de los servicios de orientación académica y profesional disponibles a las características del título.

El centro propio y adscrito cuentan con servicios de orientación académica y profesional bien asentados en el normal funcionamiento de los títulos y en las líneas estratégicas de los equipos responsables del título. Pasamos a desarrollar las particularidades de cada uno de ellos, atendiendo a su incardinación en la línea de orientación y acción tutorial propia de la Universidad de Sevilla.

El Plan de Orientación y Acción Tutorial (POAT) de la Facultad de Comunicación viene ejecutándose desde el curso 2015-2016 (EVIDENCIA 31.5). Entre sus objetivos podemos señalar:

1. Enseñar al estudiantado que aún no ha comenzado su andadura universitaria en qué consiste la Facultad de Comunicación y cuáles son los estudios que en ella pueden cursarse.
2. Familiarizar a los estudiantes de primer y segundo curso con el centro (infraestructura básica), sus normas (normativas de funcionamiento), sus instalaciones (aulas, medios técnicos...), su funcionamiento (pautas oficiales y oficiosas), sus servicios (Delegación de Alumnos, copistería, salas de visionado...), etc.
3. Dar información y formación a los alumnos de 3º y 4º del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas sobre

las posibles salidas profesionales de los estudios, así como acercarlos a la formación de postgrado.

Para ello, se han venido realizando, desde 2015-2016 y hasta el presente, las siguientes acciones: visitas guiadas por el centro a estudiantes de nuevo ingreso (primer curso, máster y movilidad), elaboración de Guía de funcionamiento y plano de la Facultad de Comunicación, visitas guiadas por el centro a estudiantes de primaria y secundaria, celebración de Jornada de introducción y ayuda al estudio en colaboración con biblioteca; Mesa redonda sobre el futuro de la comunicación, la realidad mediática e inserción laboral: ¿Hay vida más allá de la FCom?; talleres de emprendimiento (EVIDENCIA 31.6); Jornadas de introducción a la investigación: Cómo hacer un TFM; Sesiones informativas sobre la realización de prácticas curriculares; Mentoría de estudiantes de nuevo ingreso (<https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/programa-de-mentoría-en-la-fcom>); Gestión de becarios de dinamización de centro; Apoyo de centro a sesiones, jornadas, congresos y actividades realizadas por departamentos y grupos de investigación, etc.

Debemos resaltar, especialmente, el trabajo realizado para acercar la asignatura del Trabajo Fin de Grado a los estudiantes. Las distintas acciones de cara a la orientación académica para los protocolos y realización de los TFG están organizadas y coordinadas por el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado, y subvencionadas a través del POAT por el Vicerrectorado de Estudiantes de la Universidad de Sevilla.

Para ello, se han articulado unas Jornadas anuales de Orientación e Información con varias actividades esenciales (exceptuando el curso 20-21, que no se convocaron las ayudas). La primera de ellas, que se celebra durante el primer semestre de cada curso, se centra en una sesión informativa (EVIDENCIA 31.7) impartida por el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado para todos los alumnos de 4º curso del grado en Publicidad y Relaciones Públicas donde se explica la normativa de TFG, el calendario y los protocolos de actuaciones (matriculación, selección de tutor/a, depósito, defensa, etc.), la búsqueda de información, el concepto de plagio, y las características de la defensa pública. La fecha de celebración de dicha sesión informativa, durante el presente curso se ha consensuado con los alumnos (EVIDENCIA 31.8).

Las siguientes sesiones son impartidas por la directora y el personal de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Son sesiones específicas para cada grupo (dos en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas) y en ellas se explican todos los temas relativos a búsqueda bibliográfica y bases de datos. Todo ello se completa en el segundo semestre con otra sesión en forma de Mesa Redonda que cuenta con la participación de estudiantes que defendieron su TFG en pasadas convocatorias, y que consiguieron reconocimientos a través de su nota, de premios o publicaciones, ampliándolo incluso a otras investigaciones.

Asimismo, se publica en papel y en la web un folleto de preguntas frecuentes (“TFQué?”) con amplia información sobre todos los protocolos y cuestiones importantes de los procesos de tutorización, elaboración y presentación del Trabajo fin de Grado. Este folleto fue elaborado en 2017 y modificado en 2021 (EVIDENCIAS 31.9 y 31.10).

Las fechas y contenidos de las jornadas, el calendario de actuaciones anual, el listado de tutores, la asignación de los mismos, así como el folleto “TFQué?” se publican en la web de la Facultad de Comunicación y se da publicidad a través del gabinete de comunicación:
<https://fcom.us.es/titulos/trabajo-fin-de-grado>

El centro adscrito divide las labores de orientación académica y profesional en dos servicios independientes: el departamento de orientación académica DOVE (EVIDENCIA 31.11), que desarrolla acciones externas en diferentes centros y Empréstate 360º (<https://www.eusa.es/empresate-360/>), que es un programa de actividades diseñado con el objetivo de mejorar las posibilidades de inserción laboral. Comprende un conjunto de acciones diseñadas en cuatro líneas de actuación:

1. Información: Charlas de profesionales, presentaciones de empresas, mesas redondas, web informativa, newsletter, etc. sobre cuestiones relativas al mercado de trabajo, creación de empresas o empleo público.
 2. Orientación: laboral y empresarial a cargo de técnicos en orientación laboral y creación de empresas.
 3. Formación Complementaria: con talleres de formación en competencias transversales.
 4. Motivación: dinamizando actividades dentro del campus EUSA realizadas por y para los alumnos (concursos, foros, workshops, actividades culturales, etc.)
- Empréstate 360 ° es el Departamento responsable de la gestión de prácticas curriculares y extracurriculares, gestionando en la actualidad múltiples prácticas anuales para los estudiantes del centro adscrito.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Excelente dotación de recursos técnicos y humanos en el centro propio y en el adscrito para atender las necesidades de los docentes y los alumnos del título.
2. Plan de mejora constante de las infraestructuras y de los recursos en el centro propio y en el adscrito para apoyar la docencia del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
3. Atención a las necesidades especiales de estudiantes y docentes en la adecuación de los servicios e infraestructuras que ofrece el centro propio y el adscrito.
4. El grado de satisfacción de los alumnos con las infraestructuras se define en valores muy positivos en el centro propio y en el adscrito lo que supone un reconocimiento a las labores de actualización de los servicios e infraestructuras ambos.
5. Diversidad de acciones específicas para los alumnos del título en lo que a servicios de orientación académica y profesional se refiere, con especial atención a la orientación sobre el Trabajo Fin de Grado en el centro propio.
6. Atención, de manera prioritaria, a la línea estratégica de emprendimiento dentro de los mecanismos de orientación profesional desarrollados por el centro propio y adscrito.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

EVIDENCIAS

30.- Satisfacción del alumnado con la infraestructura, los recursos y los servicios del título.

- 30.1 Datos desagregados de la encuesta de satisfacción del estudiante
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm>]
- 30.2 Competencias específicas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTMyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.3 Actas reuniones de coordinación MMAA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjUyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.4 Plan de Renovación de Infraestructuras de la Facultad de Comunicación
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjEyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.5 Informe del Servicio de MMAA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDcyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.6 Sistema de reservas de medios de la Facultad de Comunicación
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.7 Informe de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTEyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.8 Petición de bibliografía específica para asignaturas del Grado
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDkyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.9 Informe del Servicio UniTIC
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.10 Informe Secretaría de la Facultad de Comunicación

- [<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
- 30.11 Manual competencias del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODMyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm>]
- 30.12 Equipamiento informático y tecnológico del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjMyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm>]
- 30.13 Sala de profesores del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTEyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm>]
- 30.14 Resultados encuesta infraestructura e instalaciones EUSA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIyMDExODExMzUucGRm>]

31.- Documentación asociada al proceso del SGC sobre la orientación académica y profesional del estudiante.

- 31.1 Informe Orientación Profesional
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDIyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm>]
- 31.2 Informe Orientación Académica
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTkyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm>]
- 31.3 Convocatoria POAT
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDkyMDIxMDkxMDExNTkucGRm>]
- 31.4 Web Sdo. Orientación
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTcyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm>]
- 31.5 Memoria de resultados POAT
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODcyMDIxMTAxODA5MjkucGRm>]
- 31.6 Actividades de emprendimiento (orientación profesional)
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDgyMDIxMTAxODA5MjkucGRm>]
- 31.7 Sesiones informativas TFG
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTgyMDIxMTAxODA5MjkucGRm>]
- 31.8 Acta reunión estudiantes de TFG
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDAyMDIxMTAxODA5MjkucGRm>]
- 31.9 Folleto informativo (versión 2017)
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODUyMDIxMTAxODA5MjkucGRm>]
- 31.10 Folleto informativo (versión 2021)
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODEyMDIxMTAxODA5MjkucGRm>]
- 31.11 Servicios de orientación académica del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDAyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm>]

32.- Satisfacción del alumnado con la orientación académica y profesional.

- 32.1 Datos desagregados de la encuesta de satisfacción del estudiante
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDYyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm>]

VI. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Criterio 6: Las actividades de formación y de evaluación son coherentes con el perfil de formación de la titulación y las competencias del título.

ANÁLISIS

Valoración de en qué medida las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación están orientados a la consecución de las competencias y objetivos de la titulación: grado de consecución de las competencias enunciadas en el título.

De entrada, hay que señalar que, según el mecanismo de ordenación docente estipulado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y el centro adscrito, la correspondencia de las actividades formativas y sistemas y criterios de evaluación y calificación de las asignaturas del Grado respecto a los aspectos planteados en la Memoria de Verificación es una variable que depende de los departamentos y de los profesores, ya que estos son los responsables de los programas y proyectos docentes de las asignaturas. Cuando en cada curso se realiza, o se renueva, el programa de una asignatura, los sistemas y criterios de evaluación se ajustan automáticamente a lo prescrito por el título (EVIDENCIAS 35.1 y 36.1). Y lo mismo sucede con los proyectos docentes derivados de las asignaturas, que son supervisados y aprobados por los departamentos. Así, el trabajo de revisión de las guías y programas de asignaturas es constante debido al propio proceso de elaboración de programas y proyectos por parte de los departamentos (EVIDENCIAS 34.1 y 34.2). En esta línea, se ha procurado que los programas se ajusten, a lo largo de los cursos, a la Memoria de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, para preservar la máxima fidelidad a lo allí estipulado sobre las diferentes asignaturas y sus competencias.

Adicionalmente, el ajuste de la docencia y evaluación de las asignaturas a lo estipulado por el título en su Memoria de Verificación fue objeto de una macro-acción, iniciada en el curso 2015-2016, por parte de toda la Facultad de Comunicación donde el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado coordinó la adecuación de diversos aspectos de los programas de las asignaturas de Grados y Másteres a las directrices de la Memoria de Verificación (EVIDENCIA 36.2). Este espíritu ha continuado desde entonces, reforzado por directrices específicas de la Universidad de Sevilla: así, en julio de 2019, el Vicerrectorado de Ordenación Académica de la US recordaba explícitamente que "...el programa de la asignatura deberá, en lo posible, mantener su contenido durante toda la vigencia del plan de estudios" (Art. 11.3 RGAD). Dicha adaptación también se realizó en el centro adscrito (EVIDENCIA 36.3). De esta forma, puede decirse que la correspondencia entre sistemas de evaluación y directrices de la Memoria de Verificación es un proceso supervisado anualmente desde instancias departamentales, decanales y rectorales; lo cual es otra forma de decir que existe supervisión sobre las competencias enunciadas en el título.

Todas las competencias definidas en el título son recogidas en los programas de las distintas asignaturas que componen el Grado. Cada materia actúa sobre aquellas que están recogidas de manera específica en sus objetivos. Además de estas competencias inherentes al título, también se trabajan en casi todas las asignaturas competencias de carácter transversal como el trabajo en equipo, la capacidad para hablar en público, expresarse con efectividad, la gestión del estrés, etc.

Podemos aportar como último dato para resaltar la idoneidad de las actividades formativas, las competencias y los sistemas de evaluación del título, los datos referidos a la media de la tasa de éxito y de eficiencia: en el caso del centro propio estamos hablando de una media de casi un 95% en la tasa de éxito y casi un 99% en la de eficiencia. En el caso del centro adscrito, los valores se sitúan en una media de 92 % la tasa de éxito y de casi un 98% la de eficiencia, superando los valores que figuraban en la Memorias de Verificación marcados por las titulaciones.

Valoración sobre las calificaciones globales del título y por asignaturas.

Según la información disponible sobre las calificaciones globales del título (EVIDENCIA 37.1) en el centro

propio, la inmensa mayoría de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas mejoran sus calificaciones globales entre el curso 2016-2017 y el curso 2019-2020 (último del que se dispone de datos). La variable que nos permite comprobarlo es el porcentaje de suspensos sobre el número de matriculados en cada asignatura: si comprobamos asignatura por asignatura cómo ha variado este porcentaje entre los cursos citados, encontraremos que en la mayoría el porcentaje de suspensos decrece. En algunos casos, además, el descenso en el porcentaje de suspensos es muy notable, como en la asignatura “Economía Aplicada a la Publicidad”, que pasa de un 19.76% de suspensos en el curso 2016-2017 a un 8.51% en el curso 2019-2020; la asignatura “Marketing”, cuyos suspensos descienden del 25.31% al 1.89%; o la asignatura “Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea”, que desciende del 8.33% al 0.00% (como hemos indicado en el Criterio 4, esta asignatura ha estado sometida a un proceso de revisión y actualización como acción de mejora del título en el plan 2019-2020). En otros casos, el porcentaje de suspensos se mantiene entre los cursos citados, como ocurre con la asignatura “Prácticas en Empresas” (= 0.00%).

Por otro lado, y aunque hay 14 asignaturas cuyos porcentajes de suspensos se incrementan entre el curso 2016-2017 y el 2019-2020, hay que señalar que en la mayoría de los casos se trata de porcentajes prácticamente irrelevantes, situados entre el 0-2%, como sucede en las asignaturas “Publicidad en Sectores Económicos y sociales” -que pasa del 2.48% de suspensos al 3.10% (=+0,62%)-, “Derecho Publicitario” -que pasa del 2.94% al 4.86% (=+1,92%)- o “Teoría de la Imagen” -que pasa del 2.94% al 3.28% (=+0,34%). A esto hay que añadir que, comparativamente, y atendiendo a la evidencia, independientemente de las calificaciones concretas obtenidas en cada asignatura, el porcentaje de “No Presentados” suele ser mayor en las asignaturas adscritas a otros departamentos que en las adscritas al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad -una tendencia que ya aparecía en el anterior Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación, y que persiste en asignaturas como “Planificación y Gestión de Medios Publicitarios”-con un 10.53% de alumnos no presentados en el curso 2019-2020- y en otras asignaturas externas que superan el 10% en el mismo curso. Por otro lado, no hay que olvidar las buenas calificaciones globales obtenidas desde el curso 2016-2017 en la asignatura del Trabajo Fin de Grado—cuyo número de “Sobresalientes”, por ejemplo, ha aumentado más de 7 puntos porcentuales entre dicho curso y el 2019-2020, como analizaremos en el siguiente epígrafe.

Estos datos, por otro lado, están en línea con la evolución histórica de los indicadores de la tasa de rendimiento del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el centro propio. Como indicaba el análisis en el informe de seguimiento interno correspondiente al curso 2019-2020, la tasa de rendimiento ha aumentado 4.58 puntos respecto al curso anterior (85.96%), convirtiéndose en la tasa de rendimiento más alta respecto a los cursos 2017-2018 (88.01%) y 2016-2017 (87.76%).

Si atendemos a la evolución de las calificaciones en el centro adscrito (EVIDENCIA 37.2), el número de matrículas en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ha ido en aumento, salvo en el curso 2016-17, cuando se produce un descenso considerable del 8%. A partir de ese curso académico, los porcentajes han ido aumentando en los dos últimos años: un 3% y un 8%, respectivamente.

Puede destacarse el descenso de “Suspensos” en el último curso 2019-2020, con una caída de casi el 40% con respecto al curso anterior, y un 35% si lo comparamos con el año inicial 2015-16. Por el contrario, en este último año (2019-2020) ha aumentado la calificación de “Notable” (18%) y “Sobresaliente” (19%), manteniéndose en casi las mismas cifras en el caso de los “Aprobados” (-2.7%). También puede reseñarse el incremento continuado de “No Presentados”, una tendencia desde el año 2015-16 en relación con el año anterior: 21%, 36% y terminando con un 47% en el 2018-19. Sin embargo, entendemos que, promovido por el confinamiento en el año 2019-20, se produjo un descenso del 53% en el número de “No presentados”.

Los “Sobresalientes” experimentaron un descenso proporcional de casi el 32% en el curso 2016-17 con respecto al anterior, aunque aumentaron el año siguiente (en un 45%), alcanzando su número máximo en el pasado curso 2019-2020 con un aumento del 19% con respecto al ya producido en el curso 2018-19. Los

“Notables” han experimentado una evolución más irregular, alternando crecimiento y descenso en cada curso académico, inicialmente con un aproximado 10% para pasar, año tras año a una franja de variación en torno al 20%.

En líneas generales, donde se aprecia mayor diferencia en la serie es en el aumento de “Sobresalientes” y “Notables” en el último año (2019-20), así como un descenso de “Suspensos” en el mismo curso académico.

Valoración sobre los TFM/TFG.

La organización de la asignatura del TFG en el centro propio ha sido un gran desafío para el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado. El equipo decanal presidido por D. Antonio Checa había preparado el marco legal para acometer esta asignatura con solvencia, pero la puesta en marcha de forma práctica y efectiva de la materia fue tarea del nuevo equipo gestor a partir de 2014.

La normativa inicial fue variando con los cambios que la propia Universidad de Sevilla iba permitiendo en sucesivos acuerdos. Por ello fue modificada el 17 de junio de 2014 (entró en vigor a principios del curso 14-15, con los primeros TFG realizados y defendidos en esta Facultad). En septiembre de 2017 la Universidad de Sevilla publica un nuevo marco legal para los Trabajos Fin de Estudios. Diversas reuniones con las Comisiones Académicas de TFG, la Dirección de Secretaría y Biblioteca (afectados por diversos artículos), así como con la Comisión de Ordenación Académica de la Junta de Facultad han permitido discutir entre profesores, alumnos y personal de administración y servicios para proponer una nueva Normativa donde aplicar todo lo que durante estos tres cursos se ha ido apreciando como mejorable. Se ha intentado simplificar trámites (por ejemplo, en la entrega de menos ejemplares del TFG por parte de cada alumno) y que el tutor vaya adquiriendo más responsabilidad en la evaluación (tendencia que la propia universidad ha ido propiciando). El 23 de enero 2018 se publica una Resolución Rectoral por la que se aprueba la Normativa de TFG de la Facultad de Comunicación (EVIDENCIA 39.5). Una de las novedades más valoradas del nuevo protocolo es el sistema de defensas con póster (EVIDENCIA 39.4) que ha sido tomada como ejemplo en numerosas facultades. Este sistema permite la exposición del trabajo del alumno en convocatoria pública de defensa ante un tribunal de tres profesores.

En relación con la valoración de los resultados obtenidos por los alumnos en la realización y defensa de los Trabajos Fin de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas en el centro propio y el centro adscrito, conviene destacar los siguientes puntos (EVIDENCIAS 39.1, 39.2, 39.3, 39.6, 39.7 y 39.8):

1. El fuerte grado de compromiso y responsabilidad del alumnado y los profesores-tutores con el TFG al no existir ningún suspenso en ninguno de los cursos revisados en la Facultad de Comunicación y un máximo de dos trabajos con dicha calificación en el centro adscrito, correspondientes al curso 2015-2016. Tampoco existen apenas notas bajas ("Aprobado"), dándose 7 casos (4.61%) el curso 15-16 y 0 casos en el curso 17-18. El número de "Aprobados" en el centro adscrito también ha descendido considerablemente, desde los 14 trabajos del curso 2015-2016 a los 5 correspondientes al seguimiento de 2019-2020. Este hecho se explica, en parte, por la tutorización responsable: cuando el alumno no llega a los mínimos exigidos, es el propio tutor el que no firma el aval para la defensa, y el alumno no se presenta a la convocatoria.
2. Por otro lado, la nota con mayor porcentaje en el centro propio es la de “Sobresaliente”, cuyos porcentajes oscilan entre el 42 y el 49% de los alumnos matriculados. El número de “Matrículas de Honor” también es alto y suele rozar el máximo que permite la Normativa de la Universidad de Sevilla (una MH por cada 20 estudiantes matriculados). El número de MH concedidas se mantiene bastante estable, entre el 6-7% de los matriculados.
3. En referencia al centro adscrito, el máximo porcentaje en el periodo analizado se alcanza en la calificación de "Notable", con valores muy similares desde el curso 2017-2018, en torno a 18 trabajos. En el caso de las MH, el centro adscrito mantiene una tendencia muy similar en el periodo analizado, con el máximo de 3 el 2018-2019 y el mantenimiento de 2 trabajo con dicha calificación el resto de cursos.

4. El grado de exigencia en estudiantes y profesores también se ve reflejado en el alto índice de “No Presentados” en el centro propio, que oscila entre el 23% en el curso 15-16 hasta el 32,76% en el 18-19. Las altas cifras de “No Presentados” influyen en el aumento del número de matriculados en la Facultad de Comunicación (152 alumnos el primer curso y 177 el curso 2019-20). Este hecho se explica por tres motivos: por un lado, el grado de exigencia de los propios alumnos. Ello hace que esperen a tener terminados los estudios para poder dedicarse de lleno al Trabajo Fin de Grado. Por otra parte, al ser una asignatura de trabajo progresivo, no sujeta a un examen final que pueda estudiarse en unas pocas semanas, el alumno que no empieza a trabajar desde el inicio del semestre se ve, en muchas ocasiones, obligado a posponer la defensa por carecer de tiempo suficiente para cumplir con las exigencias de su tutor. Finalmente, muchos alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Comunicación optan por el desarrollo de trabajos creativos que exigen una planificación y una dedicación más intensa, haciendo, a veces, incompatible compaginarlo con otras asignaturas del segundo cuatrimestre del último curso de la carrera. En referencia al centro adscrito, esta calificación ha sufrido una evolución totalmente contraria, pues ha descendido hasta 0 en el último seguimiento, desde unos datos iniciales elevados (22 NP el curso 2016-2017).

Una cuestión a destacar es que Trabajos Fin de Grado de la Facultad de Comunicación suelen aparecer en las listas de los documentos más descargados del repositorio IDUS de la US. En el año 2018, por ejemplo, un TFG de la FCom fue el número uno (<https://fcom.us.es/tfg-de-fcom-el-m-s-descargado-en-idus>) y siempre hay alguno en la lista de los diez más descargados.

FORTALEZAS Y LOGROS

1. En general, las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas están alineadas con las competencias previstas, tal y como se definen en la Memoria de Verificación, lo cual presupone un grado notable de consecución de las competencias por parte del título.
2. A pesar de que el número de alumnos matriculados en el TFG en el centro propio es muy superior al de cualquier asignatura (entre 750 y 800 alumnos cada año en los últimos cursos), el sistema de asignación de tutores es una fortaleza conseguida tras unos primeros cursos de experimentación.
3. La Facultad de Comunicación ofrece distintas opciones para realizar el TFG, ajustándose a las necesidades de cada estudiante concreto: Trabajo de investigación; Trabajo de revisión bibliográfica o recopilación; Trabajo creativo (reportaje, cortometraje, videoclip, campaña publicitaria, guion de serie, guion de largometraje, etc.). Este último tipo se adecua perfectamente a los contenidos práctico-creativos del grado en Publicidad y Relaciones Públicas y permite que los alumnos puedan hacerlo de forma grupal (hasta tres alumnos).
4. El sistema de defensa mediante póster en la Facultad de Comunicación puede señalarse como otra fortaleza, pues estimula competencias relacionadas con la destreza verbal y expositiva del estudiante.
5. La nota predominante en los TFG en el centro propio es el “Sobresaliente”, lo que demuestra el alto grado de compromiso de estudiantes y tutores con esta asignatura.
6. Los porcentajes de suspensos en las materias del plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ha decrecido en los últimos cursos académicos, sobre todo en las materias específicas impartidas por profesores del título.
7. Trabajos Fin de Grado de la Facultad de Comunicación suelen encontrarse entre los documentos más descargados en el repositorio IDUS de toda la US.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. Debilidad 1. Hay dos casos concretos donde el incremento en el porcentaje de suspensos entre los cursos 2016-2017 y 2019-2020 es llamativo: Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas, y Comunicación

Comercial y Cultura de Masas.

Acción de mejora: Reunión del Coordinador del Grado con el profesorado responsable de estas asignaturas para analizar los posibles motivos del descenso en el porcentaje de aprobados, y buscar fórmulas para revertir esta situación.

Fecha: curso académico 2021-2022

Debilidad 2. La asignatura Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencias Comunicativas continúa teniendo un porcentaje de suspensos demasiado alto (15,38% en el curso 2019-2020) si lo comparamos con el resto de las asignaturas del Grado.

Acción de mejora: Reunión del Coordinador del Grado con el profesorado responsable de estas asignaturas para analizar los posibles motivos del descenso en el porcentaje de aprobados, y buscar fórmulas para revertir esta situación.

Fecha: curso académico 2021-2022

EVIDENCIAS

33.- Página web del título.

- 33 Evidencia igual a la 55.1

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

34.- Guías docentes.

- 34.1 Guía para la elaboración y aprobación de Programas de Asignaturas y Proyectos Docentes a través de la Secretaría Virtual

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTYyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

- 34.2 Resultados de Indicadores relacionados con Programas y Proyectos Docentes

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

- 34.3 Planes formativos publicados EUSA

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

35.- Información sobre las actividades formativas por asignatura.

- 35.1 Documentos con Asignaturas, Dpto., Créditos por tipos de actividades

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDgyMDIxMTAwNTE2MTIucGRm>]

36.- Información sobre los sistemas de evaluación por asignatura. Valorar si los sistemas de evaluación se adecúan a la tipología, metodología y temporalización de cada una de las asignaturas.

- 36.1 Sistemas de evaluación

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzcyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

- 36.2 Evidencia igual que 26.8

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTIyMDIxMTAxODA5NDUucGRm>]

- 36.3 Adaptación guías docentes del centro adscrito

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTIyMDIxMTAyMDE0NDQucGRm>]

37.- Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas.

- 37.1 Documento tabla de asignaturas con % de calificaciones

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

- 37.2 Documento tabla de asignaturas con % de calificaciones centro adscrito

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMTAyNzA4NDYucGRm>]

38.- Información sobre los resultados sobre el procedimiento de evaluación y mejora de calidad de la enseñanza, se debe incluir los indicadores con la evolución temporal de los mismos.

- 38.1 Procedimiento de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjQyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

- 38.2 Resultados de Indicadores relacionados con la Docencia

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjkyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

- 38.3 Resultados satisfacción EUSA

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzMyMDIyMDExOTA5MTkucGRm>]

39.- Trabajos fin de grado/máster. Se debe aportar una muestra de TFG/TFM representativa de todas las

posibles calificaciones.

- 39.1 Trabajo Fin de Grado_ NOTABLE Centro Propio
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjAyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm>]
- 39.2 Trabajo Fin de Grado_ NOTABLE Centro propio
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTMyMDIxMTAyODA3NTEucGRm>]
- 39.3 Trabajo Fin de Grado_ SOBRESALIENTE Centro propio
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm>]
- 39. 4 Orientaciones elaboración póster TFG
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTQyMDIxMTAxODA5NDUucGRm>]
- 39.5 Evidencia igual que 20.2
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDIyMDIxMTAxODA5NDUucGRm>]
- 39.6 Trabajos Fin de Grado del centro adscrito APROBADO
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzYyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm>]
- 39.7 Trabajos Fin de Grado del centro adscrito NOTABLE
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTAyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm>]
- 39.8 Trabajos Fin de Grado del centro adscrito SOBRESALIENTE
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm>]

40.- En su caso, relación entre el número de plazas ofertadas de prácticas y el número de estudiantes que solicitan prácticas externas. Disponibilidad de convenios. En su caso aportar información sobre seguros complementarios.

- 40.1 Listado de Empresas con Convenios
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIxMTAyMDE1MTIucGRm>]
- 40.2 Listado de Empresas con Convenios - EUSA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTIyMDIxMTAyNjE4MjIucGRm>]
- 40.3 Relación plazas ofertadas y alumnos FCom
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODQyMDIyMDExMjA5NDcucGRm>]

41.- Satisfacción del alumnado con el programa formativo.

- 41.1 Indicadores de Evaluación y Análisis de la satisfacción global con el título
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzkyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

42.- Plan de mejora del título.

- 42.1 Sistema de Análisis, Mejora y Seguimiento de la toma de decisiones
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTcyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

VII. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Criterio 7: Los indicadores de satisfacción y de rendimiento, así como la información sobre la inserción laboral aportan información útil para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

ANÁLISIS

Indicadores de satisfacción

Valoración de la satisfacción con el Programa Formativo (estudiantes, profesores, PAS- gestores del título, egresados y empleadores).

Atendiendo a los datos consignados en la EVIDENCIA 43.1 y 51.2, podemos indicar lo siguiente sobre la satisfacción de los distintos colectivos con el programa formativo.

El nivel de satisfacción de los estudiantes en el último seguimiento interno del que disponemos de datos (2019-2020) supone una caída respecto al del curso pasado. 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 este descenso no se corresponde con la evolución de este indicador desde 2016-2017, que ha mejorado significativamente curso tras curso tanto en el centro propio (pasó de un 3.12 a 3.24 en 2017-2018, y de ahí a 3.44 en 2018-2019), como en el centro adscrito (2016-2017: 3.79; 2017-2018: 3.65; 2018-2019: 4.18; no disponemos de datos para el curso 2019-2020). En resumen, interpretamos que los valores del curso 2019-2020 son una excepción fruto de las circunstancias extremas que se vivieron.

Considerando de forma amplia la evolución histórica del indicador, puede considerarse que la satisfacción del profesorado con el título se encuentra en los valores habituales (es decir, alrededor de 4): 2016-2017: 4.19; 2017-2018: 4; 2018-2019: 3.95; 2019-2020: 4. El comportamiento de este ítem es similar en el centro adscrito, con un porcentaje de satisfacción notable: 2016-2017: 3.81; 2017-2018: 3.57; 2018-2019: 3.81; 2019-2020:4. Nos encontramos, pues, con un valor muy satisfactorio en ambos centros. Considerando las circunstancias que han rodeado el curso 2019-2020, este indicador debe considerarse muy favorablemente al haberse producido un incremento. Por último, debemos indicar que la satisfacción del equipo docente con el título es, asimismo, superior a la media del centro y a la media de la universidad. En cuanto a las preguntas específicas, la peor valorada en el centro propio de manera general es la referente al “tamaño de los grupos para su adaptación a las nuevas tecnologías de enseñanza-aprendizaje”. Estos datos son reflejo de una problemática que se ha venido indicando en los diferentes informes de seguimiento interno: el excesivo tamaño de los grupos de las asignaturas para implementar métodos de enseñanza innovadores, más prácticos y acordes a los tiempos actuales.

Contextualmente, debe tenerse en cuenta que la satisfacción del PAS del centro propio con el título implica valores fluctuantes a lo largo de los últimos años, pero siempre entre 3.40 y 3.90; que suben hasta 4 en algunos seguimientos correspondientes al centro adscrito (2016-2017: 3.93; 2017-2018: 3.95; 2018-2019: 4.02; 2019-2020: 4.1). En ambos casos, puede considerarse satisfactorio en general. Asimismo, es uno de los colectivos con mayor implicación en la respuesta de las encuestas, salvo en el último seguimiento: 2016-2017: 30 de 50; 2017-2018: 29 de 55; 2018-2019: 30 de 48; 2019-2020: 5 de 48. En el centro adscrito 25 de 29 miembros del PAS han participado en la encuesta del último seguimiento. Por su parte, los docentes del centro propio dan una buena valoración a este colectivo: 2016-2017: 4.09; 2017-2018: 4.19; 2018-2019: 4.14; 2019-2020: 3.94. El descenso del último año debe entenderse dentro de las excepcionales circunstancias vividas por la afectación de la pandemia.

El grado de satisfacción con la formación adquirida por parte de los alumnos egresados ha sufrido una leve caída desde el curso 2016-2017: 3.44; 2017-2018: 3.28; 2018-2019: 3.31; 2019-2020: 3.26. Una tendencia similar se ha seguido en el centro adscrito, donde ha descendido desde el 5 inicial del curso 2016-2017, al 4.5 del 2017-2018 y el 4.4. del 2018-2019 (no disponemos de información para el 19-20). Sin embargo, la

satisfacción con la actuación docente del profesorado se ha mantenido dentro de unos valores muy positivos en el centro propio (4.11 – 4.14 – 4.01 – 4.16) y el adscrito (4.10 – 4.15 -4.15), consolidando la actuación de la plantilla.

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 haya caído levemente en el último seguimiento del centro propio: 2016-2017: 3.88; 2017-2018: 3.88; 2018-2019: 4.22; 2019-2020: 4.16.

Valoración de los resultados de las encuestas de satisfacción sobre la actividad docente del profesorado.

El nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado (EVIDENCIA 44.1) experimenta una evolución muy similar en los cursos académicos contemplados en este Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación, con ligeras variaciones en torno al valor unitario de 4 en el centro propio (2016-2017: 4.01; 2017-2018: 4.16; 2018-2019: 4.02; 2019-2020: 4) y en el adscrito (2016-2017: 4.10; 2017-2018: 4.15; 2018-2019: 4.15; 2019-2020: 4.1). Se mantiene, así, en unos valores elevados y superiores a los correspondientes al conjunto de la docencia impartida en la Facultad de Comunicación. En este sentido, la satisfacción con la labor docente del profesorado resulta muy favorable.

Queremos resaltar cómo los profesores del Grado han mejorado de manera significativa sus habilidades pedagógicas y metodologías de enseñanza gracias a la participación en actividades de innovación docente, tanto en el centro propio (EVIDENCIA 44.2), como adscrito (EVIDENCIAS 44.4 y 44.5).

En el caso de la Facultad de Comunicación, podemos concretar las siguientes acciones estratégicas dentro de la innovación docente, desarrollada por el Vicedecanato de Calidad, Investigación e Innovación.

1. Proyectos de innovación docente de los Planes de Docencia de la Universidad de Sevilla: La tendencia creciente de este indicador es muy positiva, dado que ha pasado de un 14% de profesores participantes en 2016-2017 a un 37.93% en 2018-2019. En 2019-2020, el valor cae a un 23.33% pero consideramos que no responde al crecimiento de esta participación que hemos observado desde la primera renovación de la acreditación. La paralización de convocatorias ha influido negativamente en la participación de los profesores en este tipo de proyectos.

2. El Programa de Formación que desarrolla el Secretariado de Formación y Evaluación y el Instituto de Ciencias de la Educación. Las actividades de todo tipo programadas dentro de él están asociadas a la acción 3.1.2 del III Plan Propio de Docencia (https://sfep.us.es/wsfe/sfep/formacion_docente.html). El Programa FIDOP, en consonancia con lo establecido en el artículo 80.2 del Estatuto de la Universidad de Sevilla, tiene como objetivo fundamental contribuir a la Formación y la Innovación para la adquisición y el perfeccionamiento de las competencias en el empleo de modelos docentes del profesorado, debiendo favorecer un proceso de cambio conceptual y metodológico que acerque al PDI de la Universidad, tanto el experimentado como al que se inicie en su carrera docente, a un modelo más innovador y acorde con los nuevos presupuestos emanados de las investigaciones que sobre educación, didáctica de las diversas disciplinas, psicología del aprendizaje, epistemología, neurociencia, etc. han venido desarrollándose en los últimos años.

Al objeto de garantizar que toda la información sobre formación e innovación docente esté accesible para el profesorado, los distintos canales informativos del centro propio ofrecen recordatorios sobre cursos y otras actividades, como puede comprobarse en los enlaces publicados por el Gabinete en la web y en el Boletín del Centro (EVIDENCIA 44.3). De manera más específica, y para atender las novedades derivadas del escenario de docencia online, se organizaron dos sesiones del curso “Taller prácticos sobre herramientas y experiencias de docencia virtual en el área de Comunicación”; impartido por el prof. Francisco Baena.

En el caso del centro propio, desarrollan una línea de acción formativa del profesorado propia (EVIDENCIAS

44.4) y también pueden acceder a cursos propios a través del Instituto de Ciencias de la Educación (EVIDENCIA 44.5), redundando ambas en una mejora de la capacitación de la plantilla docente.

Valoración de los resultados de las encuestas de satisfacción sobre los tutores de prácticas externas y programas de movilidad, en su caso.

Con respecto a los resultados de las encuestas de satisfacción sobre las prácticas (EVIDENCIA 45.1 y 51.2), tanto en el centro propio como en el centro adscrito nos encontramos con porcentajes muy positivos, con valoraciones que se encuentran siempre por encima del 4.

En el caso de la Facultad de Comunicación se supera el 4 a lo largo de los años, algo que también sucede con el caso de los tutores externos de prácticas, es decir, las personas que ejercen de tutores en las empresas, quienes alcanzan valores ligeramente superiores a los tutores internos, es decir, los docentes. En cualquier caso, la valoración media es siempre positiva y se mantiene a lo largo de los cursos; siendo especialmente relevante el dato de valoración general del alumnado con las prácticas, que se sitúa en todos los casos por encima del 4.1. Al respecto, es necesario llamar la atención sobre la valoración del curso 2019/2020, pues la mitad del mismo se desarrolló bajo las restricciones derivadas de la COVID-19, por lo que unos valores tan altos deben entenderse como más positivos si cabe, dadas las dificultades.

Los datos del centro adscrito muestran una evolución muy similar en la valoración de las prácticas curriculares emitida por los alumnos del Grado. Con respecto al tutor académico y al tutor profesional, en este último curso ha sido de 4.24 y 4.25, respectivamente, por lo que la satisfacción general sobre la labor de los tutores de las prácticas externas es altamente satisfactoria. Además de esta valoración, los alumnos consultados trasladan que la valoración del equipo que ha gestionado las prácticas externas es de 4.04 sobre 5 y en un 92% de los casos los estudiantes consultados han trasladado que las prácticas realizadas le han ayudado decididamente a mejorar sus posibilidades de incorporación al mundo laboral.

Acerca de esta valoración del alumnado sobre las prácticas, debe indicarse que cuando este termina su período en la empresa debe cumplimentar un informe de valoración (EVIDENCIA 45.2), aportando datos que han servido y sirven tanto a los tutores académicos como al Vicedecanato para solventar aquellos problemas que se puedan detectar en el transcurso de las prácticas y fomentar los aspectos positivos. Esto no quiere decir, no obstante, que haya que esperar hasta la emisión del informe para obtener conocimiento de los problemas o conflictos que puedan darse en/con la entidad, pues desde la propia reunión informativa que se tiene a principios de curso con el estudiantado de Grado (EVIDENCIA 45.3) se reitera la necesidad de informar de cualquier anomalía que detecten tan pronto como puedan, de modo que los tutores y, en última instancia, el Vicedecanato, puedan actuar.

En cuanto a la valoración que realizan los tutores internos, es decir, los tutores académicos, de las prácticas externas también es positiva, al menos en los cursos 2017-18 (4.43) y 2018-19 (4.38), que son los años de los que se disponen datos. Asimismo, muy positiva es la valoración de los tutores externos, superando en los últimos cursos el 4.5, lo que demuestra el buen hacer del alumnado, los responsables de la titulación y el centro.

Finalmente, en cuanto a los datos relativos a las empresas con convenio, este sufrió un gran aumento entre los cursos 2016-2017 y 2018-2019, que se frenó en el curso siguiente, debido principalmente a la pandemia. No obstante, incluso con la situación provocada por el coronavirus, el número de convenios con empresas en el curso 2019-2020 fue de 131 (EVIDENCIA 45.7) y de 109 en el centro adscrito (EVIDENCIA 45.8). En esta línea, hay que recordar que el propio alumnado puede fomentar convenio con alguna empresa pública o privada en la que desee realizar las prácticas externas y que no tenga convenio previo con la Universidad de Sevilla. De esta forma, se da la oportunidad de elegir una entidad que resulte de especial interés, tanto por la labor que desarrollan como por las oportunidades contractuales posteriores. Al respecto, desde el Vicedecanato de Prácticas Externas y Extensión Universitaria, en conexión con el Secretariado de Prácticas

en Empresa y Empleo, se trabaja con el estudiantado para que, dentro de las limitaciones normativas y curriculares existentes, puedan formarse en aquellas empresas que más se adecuen a sus intereses, expectativas y aspiraciones.

Finalmente, debemos señalar que, dado el interés que curso tras curso presenta el alumnado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la asignatura optativa de “Prácticas en Empresas”, para el curso 2021-2022 se amplía el número de plazas a 160 (EVIDENCIA 45.4). Esto ha sido posible gracias al buen hacer de los cursos previos, que ha permitido ir contando cada vez con más entidades colaboradoras. En este sentido, 160 plazas supera el número de plazas para estudiantes de nuevo ingreso al título en el curso 2021-2022, que es de 142. De este modo, todo el alumnado que está matriculado en la asignatura puede acceder a plaza de prácticas, ya sea en las convocatorias ordinarias o extraordinarias. En este sentido, debemos apuntar que las primeras se redujeron a tres (octubre, marzo y mayo) en la nueva Normativa interna de prácticas externas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla que se aprobó el 30 de noviembre de 2020 en Junta de Facultad (EVIDENCIA 45.5); normativa que concreta la Normativa de Prácticas Externas de la Universidad de Sevilla, aprobada en Acuerdo 10.1/CG 23-5-17, por el que se conviene de conformidad con el RD 592/2014 de 11 de julio (EVIDENCIA 45.6). Esta reducción permite que se puedan celebrar más convocatorias extraordinarias, de modo que las entidades puedan realizar las ofertas en función de sus capacidades, y no estar condicionadas por el calendario del Centro. En cualquier caso, dada la fecha de aprobación de la normativa, todavía no se ha podido evaluar correctamente su puesta en marcha, si bien es de resaltar que en esta normativa se recogen todos los principios y mecanismos de funcionamiento de las prácticas, así como los derechos y obligaciones de los agentes implicados.

Movilidad

Debemos indicar el buen hacer en la gestión de los programas de movilidad en la Facultad de Comunicación y en el centro adscrito, así como el incremento de circuitos de movilidad con un elevado atractivo académico para los estudiantes. Nos encontramos, pues, con un destino muy demandado en movilidad nacional e internacional, con una oferta académica y social muy atractiva para los estudiantes de otras universidades.

En el centro propio, el periodo sometido a evaluación, 2016-2017 a 2019-2020, partía de valoraciones bastante bajas por parte de los estudiantes de movilidad saliente Erasmus e Internacional (EVIDENCIA 46.1) en varios aspectos, como es la atención recibida por parte del personal de Ordenación Académica de la Universidad de Sevilla (2.17 puntos) o la satisfacción con la formación recibida en destino (2.67 puntos). La evolución, conforme han ido pasando los cursos, ha sido muy positiva, con mejoras notables en 2019-2020 en estos dos aspectos antes valorados de forma poco favorable (ahora con 4.27 y 4.36 puntos, respectivamente). El punto fuerte es el grado de satisfacción general con el programa de movilidad Erasmus, valorado finalmente con 4.64 puntos. Todas las puntuaciones se mantienen por encima de 4.25 en un curso, el 2019-2020, diferente por el impacto de la crisis y primera ola del COVID-19.

Respecto a la movilidad saliente SICUE, de 2019-2020 el sistema de calidad de la Universidad de Sevilla no aporta datos, por lo que vamos a comentar la progresión de estos hasta 2018-2019. Lo más valorado, con puntuación máxima (5 puntos), es la actuación docente del profesorado en destino. Los estudiantes se encuentran muy satisfechos (4.67) con la formación recibida y la duración de sus estancias, siendo en general muy satisfactoria su experiencia con el programa SICUE (4.33).

En cuanto a la movilidad entrante Erasmus e Internacional, la evolución es muy positiva en todos los aspectos sometidos a valoración entre 2016-2017 y 2019-2020, aunque algunas puntuaciones sufran un retroceso, como es la satisfacción con la atención recibida por parte de Centro Internacional de la Universidad de Sevilla, que partía de una puntuación muy alta (4.75) y concluye esta serie con 4.08. Entre los puntos fuertes, que mejoran notablemente, se encuentran la duración de estancia, la satisfacción con los materiales puestos a su disposición y la actuación docente del profesorado de la universidad de Sevilla (4.67 puntos). En general la satisfacción con el programa Erasmus es muy elevada, alcanzando 4.58 puntos. Entre

los estudiantes SICUE entrantes hay también una progresión general positiva en los ítems puntuados, con mejoras muy destacables como el que el suspenso concedido a la atención recibida por parte del personal de Ordenación Académica en 2016-2017 se convierta finalmente en un 3.5 en 2019-2020. Igualmente, el grado de satisfacción con la adecuación de la extensión de la estancia progresa desde 2.5 puntos a 4.5, lo cual es valorado muy positivamente junto a la mejora con la impresión general del programa de movilidad SICUE, calificado con 4.5 en 2019-2020, tras partir de 3 puntos, y pasar por 4 y 4.67 en las encuestas de los cursos intermedios analizados. La satisfacción con la atención recibida por parte del personal no académico del Facultad de Comunicación releva también un crecimiento positivo, de 3.5 a 4.5.

Adicionalmente, en aplicación de uno de los planes de mejora, desde el Vicedecanato de Movilidad se ha implantado la realización de una encuesta de satisfacción a estudiantes salientes y entrantes Erasmus, Internacional y SICUE. Su vocación es distinta a la realizada por los servicios de calidad de la Universidad de Sevilla y el Centro Internacional, ya que no se limita a recoger valoraciones numéricas y promueve que los estudiantes puedan agregar comentarios que maticen sus respuestas puntuadas, las cuales se incluyen en los informes de la encuesta 2019-2020 (EVIDENCIAS 46.2 y 46.3). Además, se centra en aspectos de funcionamiento de la movilidad en la Facultad de Comunicación.

En lo que respecta al centro adscrito, la Oficina Internacional ha ampliado acuerdos con otras universidades y entidades extranjeras, que favorecen experiencias de movilidad e inmersión académica y lingüística de nuestros estudiantes. Esta ampliación no está dirigida únicamente al programa Erasmus sino que se ha planteado como objetivos nuevas oportunidades en el ámbito de la movilidad de los estudiantes. Otro indicador que evidencia las mejoras en estructuras y capacidad de respuesta a estudiantes e instituciones es la nueva web de la OI (<http://international.eusa.es/>). Desarrollada en inglés, se está convirtiendo en una herramienta útil para profesorado, alumnos y socios. La actualización de la misma también ha tenido efectos en la consecución de nuevos acuerdos.

Otros indicadores de satisfacción

Grado de satisfacción con el proceso de selección del TFG

El grado de satisfacción de este indicador en la Facultad de Comunicación ha mantenido una tendencia claramente creciente hasta el impacto de la pandemia en el curso 2019-2020 (2016-2017: 2.60; 2017-2018: 2.90; 2018-2019: 3.09; 2019-2020: 2.67). La excepcionalidad de los datos de este último seguimiento interno no refleja el trabajo realizado para acercar el TFG a los estudiantes del centro, como se constata en la amplia actividad desplegada desde el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado a través del POAT y en las guías específicas del centro adscrito (puede verse lo indicado en el epígrafe 4 del Criterio 5).

Hemos de indicar que los criterios definidos en la normativa son los que marca la Universidad de Sevilla, que resultan ser objetivamente precisos pues dependen del expediente académico del estudiante. Así se consigna en el epígrafe 2 del artículo 7 de la normativa de centro: “Se hará una primera asignación de tutor según las preferencias de los alumnos y en función del expediente académico. Todos los alumnos que no consigan la tutela elegida podrán presentarse a una segunda vuelta tras la publicación de los tutores con plazas vacantes”. Asimismo, la normativa de TFG permite que el estudiante, si así lo desea, pueda cambiar de tutor dentro de una misma convocatoria y, en caso de no haber presentado el TFG en el mismo curso, para la siguiente convocatoria académica (epígrafes 4, 5 y 6 del art. 7).

Grado de satisfacción con las infraestructuras

La evolución de este porcentaje (EVIDENCIA 48.1) se define en valores muy similares en los cursos previos a la pandemia, manteniéndose siempre por encima del 3 y, en algunos casos, del 3,5 en el centro propio (2016-2017: 3.21; 2017-2018: 3.68; 2018-2019: 3.62) y en valores cercanos o superiores al 4 en el centro adscrito (2016-2017: 3.93; 2017-2018: 4.38; 2018-2019: 4.03; 2019-2020: 3.92). Esto resulta en un claro reconocimiento a las labores de actualización de los servicios e infraestructuras del centro, como hemos completado en el Criterio 5 de este Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación. Estos datos no

son comparables con la información contenida en el seguimiento correspondiente al 2019-2020, dado que no se valoran las infraestructuras del centro sino aspectos como “los recursos para la docencia virtual” (en este apartado se ha contado con la Plataforma Virtual de la Universidad de Sevilla para la impartición de docencia online, así como con un servicio de cámaras para facilitar la docencia vía streaming:

<https://tv.us.es/uso-de-los-nuevos-equipos-audiovisuales-para-la-docencia-on-line/>, además de guías rápidas elaboradas desde el propio Centro para agilizar su uso en las sesiones online:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/p5fe5SzrtpedeKJ>) o los propios recursos de los estudiantes en su entorno familiar para poder seguir con normalidad las sesiones.

Grado de satisfacción con los recursos de orientación académica/profesional

En el grave contexto de pandemia los niveles de satisfacción con la orientación académica del título bajan (EVIDENCIA 47.1), pero de forma muy poco significativa desde el 2018-2019 de 3.46 a 3.16 puntos. Cabe destacar, además, que el año pasado este ítem sufrió un destacado ascenso (subiendo desde el 3.13 de 2016-2017 y el 3.30 de 2017-2018), 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. En el caso del centro adscrito, podemos mencionar una fluctuación entre el 3.8 y el 4.2, resaltando el buen hacer del departamento encargado de estas tareas (DOVE).

A pesar del positivo escenario, incluso en una situación de emergencia sanitaria mundial como la vivida, debemos precisar que los datos obtenidos en el curso 2019-2020 no son comparables con años anteriores, dado que las preguntas no hacen referencia a los mismos conceptos. En este caso concreto, las cuestiones dirigidas a los estudiantes se han enfocado hacia aspectos como las indicaciones sobre las modificaciones introducidas en las asignaturas o la atención tutorial, aspectos referidos a cada docente de manera individual, no a una actuación institucional.

En el caso de la satisfacción con los recursos de orientación profesional del título en la Facultad de Comunicación debemos consignar una caída en 2019-2020 (1.40), en un escenario donde se venía produciendo un crecimiento leve -pero continuado- del indicador (2016-2017: 2.51; 2017-2018: 2.72; 2018-2019: 2.86), gracias a la línea estratégica de emprendimiento que desarrolla el centro con proyectos como la Oficina de Apoyo al Emprendedor (<http://fcom.us.es/seminarios-talleres-de-emprendimiento-en-la-fcom>) y el Proyecto PrEmCom (<http://fcom.us.es/entrega-de-espacios-de-preincubacion-y-coworking-en-la-fcom-0>), que han contado con el apoyo del Secretariado de Transferencia de Conocimiento y Emprendimiento de la Universidad de Sevilla, iniciativas como “De la clase a la cuenta” (De la clase a la cuenta / Da classe ao mercado: una experiencia formativa pionera internacional en comunicación Da classe ao mercado: uma experiência formativa pioneira internacional na comunicação) y otras actividades de emprendimiento (EVIDENCIA 47.2). Esta línea de actuación ha tenido un reflejo en diversos reconocimientos, como podemos constatar en el siguiente enlace: Alumnos de la Facultad de Comunicación han recibido en diversas oportunidades menciones o el primer premio en el Concurso de Ideas de Negocio de la US. En el caso de la XIII edición se trataba de WET_edugames, startup que disfrutó de uno de los espacios de preincubación de la FCom (<https://fcom.us.es/wetedugames-premio-ideas-de-la-us>). Entendemos, pues, que el dato del último seguimiento supone una ruptura del comportamiento normal de la titulación y se espera a la recuperación de la total normalidad en el curso académico 2021-2022 para volver a la evolución alcista de este indicador.

La evolución en este indicador es más positiva en el centro adscrito, con valores cercanos al 4 e, incluso, por encima de él (2016-2017: 3.83; 2017-2018: 4.29; 2018-2019: 3.83; 2019-2020: 3.96), resultado que podemos identificar como un correcto funcionamiento de su departamento Emprésate 360°.

En el caso de la información administrativa, que completa la ofrecida en el ámbito de la orientación académica y profesional, la página web de la Facultad de Comunicación puso en funcionamiento un apartado específico dentro de la misma para mantener actualizada toda la información relativa a cómo

implementar todos los procesos que implica la vida académica, desde presentación y defensa de TFG (<https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/instrucciones-para-la-entrega-y-defensa-de-tfg-en-la-convocatoria-de-julio>) a consulta de libros en la Biblioteca de la Facultad de Comunicación (<https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/buzon-de-devolucion-de-libros-de-la-biblioteca-en-la-fcom>). Cualquier otra actuación relacionada con los protocolos de actuación del centro propio pueden consultarse en la web: <https://fcom.us.es/gabinete/coronavirus>. Esta nueva pestaña complementa la ya existente sobre trámites administrativos más frecuentes en la Secretaría del Centro (<https://fcom.us.es/index.php/secretaria/preguntas-frecuentes>) que tiene, además, un sistema de cita previa articulado desde 2019 para adaptarse mejor a las necesidades de los estudiantes (<https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/sistema-de-cita-previa-en-la-secretaria-de-la-fcom>).

Satisfacción del alumnado con el programa formativo

Si tomamos en consideración la evolución antes del impacto de la pandemia en la vida universitaria, podemos concluir que la satisfacción del estudiantado con el programa formativo seguía una dinámica alcista (EVIDENCIA 43.2), en claro reconocimiento a las mejoras introducidas en él como consecuencia del trabajo de la Subcomisión del título. Todos los indicadores relacionados (coordinación de las asignaturas, adecuación de horario/turno, distribución entre créditos teórico y prácticos, adecuación de la metodología docente y, finalmente, resultados formativos alcanzados en relación con las competencias del título) habían experimentado un crecimiento significativo, reforzando los mecanismos definidos en los planes de mejora para la implementación de nuevas actuaciones, herramientas y protocolos. Este crecimiento se ha paralizado en el curso 2019-2020, pero entendemos que el contexto ha sido muy significativo para el descenso y se espera recuperar la total normalidad en el curso 2021-2022 para recobrar el crecimiento en la satisfacción con el programa formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, como venía siendo la dinámica.

Indicadores de rendimiento

Cuadro de indicadores de acceso y matriculación, rendimiento, éxito, resultados y eficiencia académica. Evolución temporal y valoración en función de la tipología de estudiantes y características del programa formativo.

Atendiendo a los datos facilitados (EVIDENCIA 50.1 y 51.2), debemos resaltar que la tasa de rendimiento del título en el curso 2019-2020 ha aumentado más de 4 puntos con respecto al curso anterior tanto en el centro propio (pasa de 85.96% a 90.54) como en el adscrito (de un 88.71 a un 93.98). Se convierte, también, en la tasa de rendimiento más alta en los dos centros con respecto a los cursos previos. Si continuamos la dinámica propuesta en los informes anteriores, se observa cómo el alumnado adquiere mejores rendimientos en aquellas materias adscritas al área de conocimiento propia, en clara respuesta al elevado nivel de especialización de los profesores específicos del área de conocimiento.

La tasa de éxito ha aumentado más de 3 puntos en el centro propio 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%), siendo, por tanto, el valor más elevado en la horquilla temporal analizada. Similar evolución creciente ha seguido la tasa de éxito en el centro adscrito: 2016-2017: 92.78; 2017-2018: 94.43; 2018-2019: 94.14 y 2019-2020: 97.83. Este indicador, que cifra la superación de los créditos a los que se han presentado los estudiantes en las convocatorias del curso, revela la consolidación de un crecimiento sostenido y es un reflejo del nivel de los estudiantes que acceden al título, así como de la calidad de la plantilla docente, fundamentalmente en el caso de las áreas específicas de la titulación. En ambos centros la tasa de éxito del título es superior a la de rendimiento.

En cuanto a la eficiencia, 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) en el centro propio. Esta puntuación también es menor que en el curso 2017-2018: 99.63%. En cualquier caso, puede decirse que lo que mide este indicador se mantiene estable diacrónicamente en la Facultad de

Comunicación, cumpliendo de manera notable el centro propio con el 96% de tasa de eficiencia contemplado en la Memoria de Verificación original. La evolución de la tasa de eficiencia en el centro adscrito experimenta, por su parte, un comportamiento diferenciado, con un notable incremento desde el curso 2016-2017, cuando se situaba en un 75% hasta alcanzar un 99.05 en el curso 2019-2020. Se evidencia, así una mejoría, y un acercamiento a los estándares definidos para este indicador en la Memoria de Verificación, resultado del compromiso de los responsables del centro adscrito con la calidad del programa formativo.

La tasa de graduación ha experimentado un descenso en el centro propio (2016-2017: 74.65; 2017-2018: 70.80; 2018-2019: 70.29; 2019-2020: 66.91) y un incremento en el centro adscrito, sobre todo si comparamos los datos del 2018-2019 (62.22) con el 2019-2020 (74.51). A pesar del descenso en la Facultad de Comunicación se ha mantenido siempre en valores muy por encima del porcentaje del 64% que se contempló para este indicador en la Memoria de Verificación original, como sucede también con el centro adscrito que, salvo el valor correspondiente al 2018-2019, siempre ha estado por encima dicho porcentaje inicial.

El porcentaje de demanda de la titulación en el centro propio es el más alto con respecto a los cursos 2018-2019 (88.03%), curso 2017-2018 (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. En el centro adscrito se observa una caída en la demanda del curso 2019-2020 (32.5) con respecto al 2018-2019, cuando esta se situaba casi en un 40%. Pero debemos indicar que este valor había experimentado un más que notable crecimiento con respecto a los dos cursos previos, cuando la demanda del título en el centro adscrito se situaba en valores en torno al 25 y el 29%.

Con respecto a la nota media de ingreso, esta 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, lo que provocará -previsiblemente- una mejora de los indicadores de reconocimiento analizados en este epígrafe en cursos académicos futuros. 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. Ello se traduce, después, en reconocimientos y premios a su trayectoria. De este modo, estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas han recibido reconocimientos relevantes como el Premio a la Mejor Profesional Joven en el Reino Unido dentro del mundo Digital-Search (<https://fcom.us.es/julia-gonz-les-dastis-premio-en-uk>) o también en los Leones de Oro en Cannes (<https://fcom.us.es/bel-n-m-rquez-publicista-en-ny>).

Si observamos la tasa de abandono, la evolución es diferenciada en ambos centros. En el caso de la Facultad de Comunicación se observa que la cifra correspondiente al último seguimiento (2019-2020) decrece con respecto a los dos cursos anterior (2018-2019: 14.49 y 2017-2018: 13.14), lo cual debe ser interpretado favorablemente (sobre todo en un contexto como el generado por la pandemia del coronavirus) y en términos del interés que despierta el Grado. En el centro adscrito, el valor se mantiene estable en tres los cuatro cursos académicos analizados, con un valor del 15.60, salvo en el año 2018-2019 cuando llegó casi hasta el 27%. Salvo este último porcentaje, debemos indicar que el resto de valores no han sobrepasado, en ningún momento, el porcentaje del 21% en la tasa de abandono contemplado en la Memoria de Verificación originaria.

Inserción laboral

Valoración de indicadores sobre la tasa de ocupación y adecuación de la inserción laboral de sus egresados

Atendiendo al histórico de datos (EVIDENCIA 52.1 y 51.2) la tasa de ocupación alcanzada en el último seguimiento interno (2019-2020) es la más alta en los últimos tres cursos, casi el 100% (y superándose en complementario). Comparándolo con el curso anterior, se ha incrementado en 3.52 puntos. La cifra más cercana data del curso 2016-2017, donde se contaba con el 98.59%. Esto contrasta con los 138 o 139

alumnos que se registraron los últimos 4 años. Atendiendo a este histórico, la cifra de este año de 142 (144) implica una subida que solo se equipara al año 2011-2012, cuando se alcanzaron 147 (EVIDENCIA 49.2). En el caso del centro adscrito, la ocupación se ha mantenido en valores estables desde el curso 2016-2017, cuando la tasa de ocupación era de un 44.17, hasta el 2019-2020, cuando esta vuelve a ser de un 44.17, frente a la leve mejoría que se experimenta en el 18-19 con una tasa de ocupación de un 49.17%.

La adecuación laboral de los egresados (EVIDENCIA 52.1) respecto a la titulación es una variable que se sitúa por encima del valor medio y ha presentado una mejoría respecto al año anterior, como puede observarse en el histórico: 2019-2020: 3.30; 2018-2019: 3.00; 2017-2018: 3.00; 2016-2017: 3.82. También es compartida esta tendencia a la mejoría del indicador en el centro adscrito, como muestra la evolución de los datos: 2016-2017: 3.6; 2017-2018: 3.3.; 2018-2019: 5 (no disponemos de datos para el curso 2019-2020).

Sostenibilidad

Valoración de la sostenibilidad del título teniendo en cuenta el perfil de formación de la titulación y los recursos disponibles. Se debe realizar una valoración exhaustiva de las tres dimensiones clave del proceso de acreditación: profesorado, infraestructuras y resultados de aprendizaje.

Todo lo dicho en este Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación permite concluir que tanto el profesorado como los recursos disponibles en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y en el centro adscrito son excelentes para la formación y capacitación de los futuros profesionales de la Publicidad y las Relaciones Públicas, de forma que todo ello redundará favorablemente en los resultados de aprendizaje. Por consiguiente, si se tienen en cuenta las tendencias y datos descritos en este documento, puede decirse que el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es perfectamente sostenible.

Más aún, no sólo es un título sostenible, sino con una considerable proyección futura, ya que si consideramos que el porcentaje de demanda del Grado en el centro propio en el curso 2019-2020 (94.37%) ha sido el más alto respecto a los cursos 2018-2019 (88.03%), curso 2017-2018 (92.96%) y el curso 2016-2017 (86.62%), puede interpretarse claramente que el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas posee un atractivo creciente entre el alumnado (EVIDENCIA 49.1). También son positivos, como hemos indicado anteriormente, los porcentajes de demanda en el centro adscrito, con un mantenimiento en valores estables en torno al 30%.

Asimismo, debe destacarse que el programa formativo del título transcurre de forma normal y satisfactoria a pesar de las recientes circunstancias excepcionales que ha impuesto la pandemia y los cambios sobrevenidos en cuanto a fórmulas docentes y sistemas de evaluación derivados de las decisiones del gobierno regional y de la Universidad de Sevilla. En este sentido, el Grado se adaptó en su momento de forma satisfactoria a la docencia online y semi-presencial en circunstancias devastadoras y dramáticas, lo cual puede interpretarse como un indicio de su fortaleza.

El profesorado del Grado está sobradamente cualificado para impartir docencia teórico-práctica y se ha visto reforzado en los últimos años con una estabilización laboral de varios miembros de la plantilla. Como contexto previo general, hay que señalar que en el curso 2018-2019 la puntuación recibida por los profesores de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla ya estaba por encima de la puntuación media recibida por el profesorado del título en general. En la estructuración del profesorado del Grado también juega un papel importante la coordinación, tanto inter-asignaturas (tarea del Coordinador de Grado, que desarrolla procesos de supervisión horizontal y vertical) como intra-asignaturas (tarea de los Coordinadores de Asignaturas). Desde la Coordinación del Grado se ha notado siempre una actitud muy receptiva y colaborativa por parte de los profesores a la hora de solventar posibles incidencias, y lo mismo sucede con los Coordinadores de Asignaturas, que por lo general adoptan una actitud responsable a la hora de gestionar sus materias junto a otros docentes, lo que redundará en la satisfacción con su actividad (EVIDENCIA 44.1).

En cuanto a los recursos, la Facultad de Comunicación tiene un conjunto de infraestructuras adecuado para el desarrollo óptimo de los estudios de Grado, especialmente en lo que concierne a asignaturas de corte práctico y teórico-práctico como, por ejemplo, los recursos bibliográficos y audiovisuales, las aulas Mac, estudios de radio y de fotografía, salas de edición o los platós de televisión o cualquier trabajo que se solicite por parte del profesorado. En relación con esto, el hecho de que, por lo común, el grado de satisfacción de los diferentes colectivos implicados en el Grado (alumnado, profesorado y Personal de Administración y Servicios) con las infraestructuras se mantenga en niveles medios-altos, debe considerarse favorablemente (EVIDENCIDA 48.1 y 51.2).

Todo ello queda evidenciado en los resultados de aprendizaje que se obtienen a partir de los diversos índices de medición, como la tasa de rendimiento (EVIDENCIA 50.1 y 51.2). A esto hay que añadir que en las encuestas de satisfacción se logra un resultado muy favorable por lo general: junto al ascenso del nivel de satisfacción del alumnado con el título entre los cursos 2016-2017 y 2018-2019, y la muy considerable satisfacción que evidencia el profesorado con el Grado, hay que tener en cuenta que la satisfacción del alumnado con la actuación docente del profesorado, con alguna excepción, ha sido cada año mejor valorada (EVIDENCIA 44.1 y 51.2).

También coadyuva a una interpretación favorable de los resultados de aprendizaje el hecho de que los empleadores consideren que los alumnos culminan el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con una buena base formativa, un dato importante en el caso de un título tan orientado al mercado laboral como el que nos ocupa.

En relación con la satisfacción del alumnado (EVIDENCIAS 44.1, 45.1, 46.1, 47.1, 48.1 y 51.2), los datos actuales se enmarcan en una trayectoria histórica donde, desde el curso 2014-2015, el nivel de satisfacción respecto al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se ha mantenido relativamente estable e, incluso, ha ido mejorando en general. El curso 2014-2015 es el primero del que disponemos de evidencia documental del trabajo de la anterior Comisión de Garantía de Calidad del Título, que analizó, evaluó y adoptó muchas de las acciones de mejora que han redundado en el perfeccionamiento del título en cursos recientes. Muchas de tales decisiones se adoptaron alrededor del curso 2016-2017 por la anterior CGCT, la cual programó acciones de mejora como el cambio en la nomenclatura de 5 asignaturas optativas y obligatorias; decisiones guiadas por principios como la idea de lograr un mayor ajuste a la realidad profesional de la Publicidad y las Relaciones Públicas. A la altura de 2020, tales acciones de mejora habían tenido sus frutos en la mejora de las calificaciones relativas al nivel de satisfacción con el profesorado o su actuación (EVIDENCIA 44.1 y 51.2).

Esto también podría relacionarse con datos de interés presentes en la plataforma Logros, como, por ejemplo, que el número de egresados (EVIDENCIA 49.3 y 51.2) se ha incrementado notablemente en el curso 2019-2020, ascendiendo a 132, respecto al curso anterior (curso 2018-2019: 110). De hecho, es el número más elevado si se tienen en cuenta años precedentes como, por ejemplo, curso 2016-2017 (66) y curso 2017-2018 (69). El centro adscrito también mejora notablemente este dato, pasando de 6 en el curso 2016-2017 a 50 en el curso 2019-2020.

Los resultados de aprendizaje, por otro lado, se relacionan con la consecución de una serie de competencias clave estipuladas en la Memoria de Verificación del título y que, como hemos analizado anteriormente, están en línea con las actividades formativas, la metodología docente y los sistemas de evaluación programados en las distintas asignaturas. Así, puede decirse que la programación de las asignaturas cumple con la consecución de competencias por parte del alumnado. En relación también con la Memoria de Verificación, hay que señalar que el plan de estudios sigue cumpliendo escrupulosamente con ella, pero al mismo tiempo ha incorporado diferentes mejoras a lo largo de los años que lo han perfeccionado, como algunos cambios efectuados en los nombres de las asignaturas (cambios detallados en los informes de seguimiento interno de

cursos anteriores).

En relación con lo anterior, los responsables del sistema de garantía de calidad del título siguen trabajando en mejorar el plan de estudios y los resultados del aprendizaje para aproximarse a una realidad dinámica y cambiante como es la comunicación. De momento, el trabajo realizado ha permitido que el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas impartido en la Facultad de Comunicación se sitúe entre los cinco primeros grados de España en la materia que nos ocupa

(<https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/publicidad-y-rrpp-de-la-fcom-entre-los-cinco-primeros-centros-de-espana>). Según el ranking que elabora anualmente el periódico El Mundo, entre los cinco seleccionados es el de precio de matriculación más asequible. Y ello en un contexto más amplio como el mejor posicionamiento de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla en el Academic Ranking of World Universities, donde la Facultad de Comunicación ocupa el tercer puesto en el listado de facultades con estudios de comunicación

(<https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/la-fcom-tercera-de-espana-en-comunicacion-en-el-ranking-de-sangha-i-global>). También debemos mencionar otros reconocimientos anteriores como el prestigioso Premio de Comunicación Manuel Alonso Vicedo en reconocimiento a la labor realizada en sus 30 años de historia por la Facultad de Comunicación

(<https://fcom.us.es/gabinete/actualidad/la-fcom-mencion-especial-del-premio-manuel-alonso-vicedo>) o el galardón obtenido en 2016 en la modalidad de “Implantación de los Planes de Autoprotección” en la segunda edición de Reconocimientos a la Prevención de Riesgos Laborales por su destacada contribución en materia preventiva (<https://fcom.us.es/conceden-premio-en-prevenci-n-de-riesgos-laborales-la-fcom>).

FORTALEZAS Y LOGROS

1. Tendencia alcista, hasta el curso 2019-2020 marcado por la pandemia, del nivel de satisfacción de los colectivos implicados en el título. Debe destacarse, particularmente, que los profesores han seguido manteniendo la satisfacción, incluso tras el impacto del coronavirus en la vida académica y la consecuente paralización de esta.
2. Los empleadores estiman adecuada la formación recibida por los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Comunicación.
3. La satisfacción con la labor docente del profesorado en el centro propio y en el adscrito resulta muy favorable. La plantilla ha participado activamente en actividades de innovación para mejorar sus destrezas pedagógicas en el aula.
4. La valoración tanto del alumnado como de los tutores internos y externos en ambos centros con respecto a las prácticas en empresas son muy positivos.
5. El número de convenios es mayor con respecto a años anteriores en ambos centros, incluso a pesar de los problemas generados por la COVID-19.
6. Los estudiantes pueden fomentar convenios con aquellas entidades que resulten de interés y no tengan uno previamente firmado con la Universidad de Sevilla.
7. La posibilidad de convalidar las prácticas extracurriculares por curriculares, gracias a la colaboración del Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo (SPEE) de la Universidad de Sevilla, amplía las posibilidades formativas del alumnado.
8. El incremento del número de plazas en la asignatura de “Prácticas en Empresas” en ambos centros permite que más estudiantes accedan al proceso formativo en las entidades dentro de su plan de estudios del Grado.
9. La nueva Normativa interna de prácticas externas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla reduce el número de convocatorias ordinarias de cuatro a tres, permitiendo una mayor flexibilidad con las convocatorias extraordinarias.
10. Adaptación y refuerzo de los procesos informativos y de asesoramiento de movilidad a la situación COVID-19 con sesiones informativas online, atención personalizada a través de sesiones de

videoconferencia previa petición de los estudiantes y la creación de las guías académicas de movilidad, remitidas por correo electrónico a los titulares salientes Erasmus, Internacional y SICUE, con todos los procesos que deben conocer antes, durante y después de su estancia.

11. Aumento muy significativo del número de destinos y plazas SICUE en los últimos tres años, lo cual ha permitido incrementar el volumen de estudiantes de movilidad en el grado en un momento, vinculado con la situación COVID-19, donde se ha preferido las estancias nacionales frente a las Erasmus e Internacionales.

12. Atendiendo a uno de los planes de mejora, se han firmado adicionalmente acuerdos específicos de medio curso SICUE con Universidades donde ya había plazas para curso completo, a fin de adaptarse a las particularidades de la movilidad de estudiantes en 4º curso del grado, donde es excepcional que puedan incluir en su acuerdo académico el Trabajo Fin de Grado y las Prácticas en Empresas.

13. Valoraciones de los estudiantes entrantes y salientes en progresión positiva en el centro propio, con mejoras muy notables en algunos casos.

14. Positivo grado de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección del TFG en el centro propio.

15. Positivo grado de satisfacción de los estudiantes con las infraestructuras del centro propio y del adscrito, lo que demuestra la eficacia en las labores de modernización de los recursos del centro, a disposición del alumnado para el desarrollo y ejercicio de sus competencias formativas.

16. Crecimiento significativo de todos los indicadores recogidos en la valoración y satisfacción del estudiante con el programa formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

17. Elevada tasa de ocupación.

18. Sostenibilidad del título con una demanda creciente.

19. Buen posicionamiento del título, y de la Facultad de Comunicación, en diversos rankings nacionales e internacionales.

DEBILIDADES Y DECISIONES DE MEJORA ADOPTADAS

1. Descenso en los niveles de satisfacción con los recursos de orientación profesional del título en el centro propio.

Acción de mejora: Diseñar desde el Vicedecanato de Ordenación y Profesorado, en colaboración con los estudiantes nuevas acciones para complementar el trabajo ya desarrollado en el POAT.

Fecha: curso académico 2021-2022

EVIDENCIAS

43.- Satisfacción de los agentes implicados: estudiantes, profesorado, personal de gestión de administración del título, empleadores, egresados, etc. Se debe incluir el tamaño de la muestra y el número de encuestas respondidas (n).

- 43.1 Resultados indicadores de satisfacción agentes implicados

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDIxMDkwODA4MzUucGRm>]

- 43.2 Evidencia igual que 41.1

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

- 43.3 Informe de Inserción Laboral EUSA

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

44.- Satisfacción de los estudiantes con la actuación docente del profesorado.

- 44.1 Nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado

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

- 44.2 Evidencia igual que la 27.2

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

- 44.3 Formación específica del Centro propio

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

- 44.4 Formación específica del centro adscrito

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

<ul style="list-style-type: none"> - 44.5 Acceso cursos ICE para el centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzQyMDIxMTAyMDE1MTgucGRm] - 44.6 Media de satisfacción - Actuación docente EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTgyMDIyMDExODExNDQucGRm]
<p>45.- En su caso, satisfacción de los estudiantes con las prácticas externas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 45.1 Resultados de indicadores relacionados con la satisfacción de los estudiantes con Prácticas Externas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjYyMDIxMDkwODEyMzQucGRm] - 45.2 Informe de valoración de Prácticas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjEyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.3 Evidencia igual que 23.4 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjAyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.4 Propuesta de créditos Prácticas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTAyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.5 Evidencia igual que 24.3 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzEyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.6 Normativa de Prácticas Externas de la Universidad de Sevilla [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzEyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.7 Evidencia igual que 40.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIxMTAyMDE1MjAucGRm] - 45.8 Evidencia igual que 40.2 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMTAyNjE4MjcucGRm] - 45.9 Satisfacción con las practicas externas_EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIyMDExODExNDQucGRm]
<p>46.- En su caso, satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 46.1 Resultados de indicadores de satisfacción de estudiantes con programas de movilidad [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDIyMDIxMDkwODEyMzQucGRm] - 46.2 Informe de resultados encuestas movilidad entrante [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMTAxODEwMjcucGRm] - 46.3 Informe de resultados encuestas movilidad saliente [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzAyMDIxMTAxODEwMjcucGRm] - 46.4 Movilidad EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzMyMDIyMDExOTA4NTQucGRm]
<p>47.- Satisfacción de los estudiantes con los servicios de información y los recursos de orientación académico profesional relacionados con el título.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 47.1 Evidencia igual a la 32.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDIxMDkwODEyMzQucGRm] - 47.2 Evidencia igual que 31.6 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTIyMDIxMTAxODEwMzIucGRm]
<p>48.- Satisfacción de los estudiantes con con la infraestructura los servicios y los recursos de la titulación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 48.1 Evidencia igual a la 30.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjMyMDIxMDkwODEyMzQucGRm]
<p>49.- Evolución de los indicadores de demanda:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Relación oferta/ demanda en las plazas de nuevo ingreso. o Estudiantes de nuevo ingreso por curso académico. o Número de egresados por curso académico. - 49.1 Resultados de indicadores del SGC relacionados con la Demanda [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIxMDkwODA4NTcucGRm] - 49.2 Resultados de indicadores del SCG relacionado con el ingreso [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMDkwODEyMzQucGRm] - 49.3 Número de egresados por curso académico

<p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTMyMDIxMDkyMjEzMDUucGRm]</p> <p>- 49.4 Oferta y demanda EUSA</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIyMDExODExNDQucGRm]</p>
<p>50.- Evolución de los indicadores de resultados académicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Tasa de rendimiento. o Tasa de abandono. o Tasa de graduación. o Tasa de eficiencia. <ul style="list-style-type: none"> - 50.1 Resultados de indicadores de rendimiento académicos [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzYyMDIxMDkwODEzMTQucGRm] - 50.2 Resultados indicadores EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTQyMDIyMDExODExNDQucGRm]
<p>51.- Los indicadores que la titulación contemple en su SGC ya utilizados en el seguimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 51.1 Evolución de indicadores del SGC para el título [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTUyMDIxMDkxNDEzMTYucGRm] - 51.2 Evolución de indicadores SGC_ EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMTAyNjExNTcucGRm]
<p>52.- Indicadores sobre la tasa de ocupación y adecuación de la inserción laboral de los egresados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 52.1 Resultados de indicadores relacionados con la ocupación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTQyMDIxMDkwOTA5MTIucGRm] - 52.2 Informe Resumen de Inserción Laboral EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjAyMDIyMDExODExNDQucGRm]

ANEXO DE EVIDENCIAS

Criterio 1: El título proporciona la información pública suficiente y relevante de cara al estudiante y a la sociedad.

EVIDENCIAS

54.- Información sobre el procedimiento para la actualización de la IPD del título.

- 54.1 Procedimiento para la actualización de la IPD del título

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzMyMDIxMTAyNTE0MjQucGRm>]

55.- Página web del título. En caso de que el título se imparta en más de un centro o Universidad, el título debe contar con un único acceso.

- 55.1 Página web del título

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

- 55.2 Informe de actualización de la web

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.3 Actuaciones RRSS

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTMyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.4 Nuevos formatos

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzAyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.5. Guía oficial de estudios de la provincia de Sevilla

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODYyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.6 Salón del Estudiante y Ferisport

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTAyMDIxMTAxNzE3MzYucGRm>]

- 55.7 Periódico digital EUSA

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

- 55.8 Plataforma Virtual centro propio y adscrito

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

Criterio 2: El título posee un Sistema de Garantía de Calidad (SGC) determinado e implementado con los mecanismos necesarios para obtener la información sobre el desarrollo de la implantación del título y orientado a la mejora continua.

EVIDENCIAS

1.- Herramientas del SGC para la recogida de información, resultados del título y satisfacción.

- 1.1 Documento elaborado con las encuestas, opina y bd corporativas

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

- 1.2 Protocolo de encuestación presencial

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

2.- Información sobre la revisión del SGC.

- 2.1 Documento elaborado con referencia a la web del Sdo. con el histórico de revisiones

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

- 2.2 Estructura organizativa calidad FCom y EUSA

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjUyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]

- 2.3 Propuesta de ordenación de los mecanismos de coordinación entre centros propios y adscritos aplicables a los títulos oficiales que imparten

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODcyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]

- 2.4 Comisión InterCentros

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzUyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm>]

- 2.5 Actas CCST

<p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm]</p> <p>- 2.6 Seguimiento CCST COVID-19</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzAyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm]</p> <p>- 2.7 Modificación MV Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm]</p> <p>- 2.8 Composición Subcomisión Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjMyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm]</p> <p>- 2.9 Acta JF 17-07-2015</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTkyMDIxMTAxNzE3NTYucGRm]</p> <p>- 2.10 Informe de Seguimiento del Plan de Mejora 2018-2019 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTgyMDIxMTAxNzE3NTkucGRm]</p> <p>- 2.11 Informe de Seguimiento del Plan de Mejora 2020-2021 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDMyMDIxMTAxNzE3NTkucGRm]</p> <p>- 2.12 Sistema de Garantía de Calidad del centro adscrito</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODEyMDIxMTAyMjExMzducGRm]</p> <p>- 2.13 Normativa de régimen interno del centro adscrito</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzkyMDIxMTAyMjExMzducGRm]</p> <p>- 2.14 Actas de la Comisión de Calidad del centro adscrito EUSA</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTkyMDIyMDExODExMTYucGRm]</p>
<p>3.- Plan de mejora.</p> <p>- 3.1 Plan de Mejora Curso 2021-22</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDYyMDIxMTAyNjE0MTAucGRm]</p>
<p>4.- Histórico del Plan de Mejora del Título.</p> <p>- 4.1 Plan de Mejora Curso 2016-17</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDIxMDcyNjEwNTAucGRm]</p> <p>- 4.2 Plan de Mejora Curso 2017-18</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDQyMDIxMDcyNjEwNTAucGRm]</p> <p>- 4.3 Plan de Mejora Curso 2018-19</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzEyMDIxMDcyNjEwNTAucGRm]</p> <p>- 4.4 Plan de Mejora Curso 2019-20</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIxMDcyNjEwNTAucGRm]</p> <p>- 4.5 Plan de Mejora Curso 2020-21</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDUyMDIxMDkyMzA3NDUucGRm]</p>
<p>5.- Se recomienda disponer de una plataforma propia de documentación del sistema.</p> <p>- 5.1 Documento elaborado con indicaciones e Ins. Tca. de LOGROS</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMDcyNjEwNTAucGRm]</p> <p>- 5.2 Informe de Seguimiento del Plan de Mejora 2018-2019 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTQyMDIxMTAxNzE3NTkucGRm]</p> <p>- 5.3 Indicadores del centro adscrito</p> <p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDkyMDIxMTAyMjE3MDUucGRm]</p>

Criterio 3: El diseño de la titulación (perfil de competencias y estructura del curriculum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo de Grado/Máster.

EVIDENCIAS

- 7.- Página web del título.
- 7.1 Evidencia igual a la 55.1

[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzEyMDIxMDcyNzExMTcucGRm]
8.- Memoria verificada. - 8.1 Memoria de Verificación actualizada [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODUyMDIxMDcyNzExMTcucGRm]
9.- Informe de Verificación - 9.1 Informe de Verificación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzAyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 9.2 Informe de Renovación de la Acreditación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzgyMDIxMDcyNzExMTcucGRm]
10.- Informes de seguimiento. - 10.1 Informe de seguimiento convocatoria 2018/19 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDIyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 10.2 Informe de seguimiento convocatoria 2020/21 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTcyMDIxMDkwOTEyMzlucGRm]
11.- En su caso, informes de modificación. - 11.1 Modificaciones del programa formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjcyMDIxMTAxOTA5NTYucGRm]
12.- Información sobre la gestión e implementación del procedimiento de reconocimiento de créditos. - 12.1 Información sobre la gestión e implementación del procedimiento de reconocimientos de crédito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODMyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 12.2 Desarrollo normativo e instrumentos de planificación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTgyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm] - 12.3 Protocolo de coordinación vertical y horizontal del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm] - 12.4 Comisión COVID-19 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjgyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm] - 12.5 Actuaciones_COVID_19_curso_19-20 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm] - 12.6 Actuaciones_COVID_19_curso_20-21 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjAyMDIxMTAxNzE4NDEucGRm] - 12.7 Protocolo COVID centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzEyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm] - 12.8 Reconocimiento y transferencia de créditos en el centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDMyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm] - 12.9 Reconocimiento de créditos por competencia lingüística en el centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjlyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm]
13.- Información sobre la gestión e implementación del procedimiento para garantizar la calidad de los programas de movilidad. - 13.1 Procedimiento para el análisis de los programas de movilidad [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 13.2 Informe sobre servicios de información y orientación proporcionados por el Vicedecanato de Movilidad [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTAyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm] - 13.3 Instrucciones académicas movilidad Erasmus e Internacional 20-21 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjQyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm] - 13.4 Instrucciones académicas movilidad Erasmus e Internacional 21-22 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTgyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm] - 13.5 Guía académica SICUE 2020-2021 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm] - 13.6 Guía académica SICUE 2021-2022 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzAyMDIxMTAxNzE4NDcucGRm]

<ul style="list-style-type: none"> - 13.7 Beca EUSA Internacional [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODcyMDIxMTAyMjE3NDAucGRm] - 13.8 Procedimiento y acciones programas de movilidad EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTlyMDIyMDExODExMTkucGRm]
<p>14.- Información sobre la gestión e implementación del procedimiento para garantizar la calidad de las prácticas externas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 14.1 Procedimiento para la evaluación de las prácticas externas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 14.2 Normativa de prácticas del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTYyMDIxMTAyMjE3NDQucGRm]
<p>15.- Información sobre la gestión de los TFM/TFG.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 15.1 Evidencia igual a la 20.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjUyMDIxMDcyNzExMTcucGRm] - 15.2 Normativa TFE del CENTRO [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDQyMDIxMTAxOTA5NTkucGRm] - 15.3 Normativa TFG centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTQyMDIxMTAyMjE3NDQucGRm]

Criterio 4: El profesorado previsto para el desarrollo de la docencia en el Plan de Estudios es suficiente y adecuado en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.

EVIDENCIAS
<p>17.- Información sobre el perfil y distribución global del profesorado que imparte docencia en el título.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 17.1 Perfil y distribución global del profesorado que imparte docencia en el título [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjkyMDIxMTAwNjE0MzkucGRm] - 17.2 Profesorado del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMTAyMjEyNDQucGRm] - 17.3 Plan PAIP [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjAyMDIxMTAyMjEyNTEuUERG]
<p>18.- En su caso, actuaciones y resultados sobre el incremento o disminución del profesorado teniendo en cuenta su cualificación. Esta información debe justificarse con el número de estudiantes matriculados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 18.1 Plan de Promoción Asociados (universidad de Sevilla) [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjYyMDIxMTAxOTEwMzEucGRm]
<p>19.- Satisfacción del alumnado sobre la actividad docente del profesorado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 19.1 Satisfacción estudiantes actividad docente profesores [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjcyMDIxMDcyODEyMTgucGRm] - 19.2 Encuesta de Satisfacción EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzAyMDIyMDExODExMjMucGRm]
<p>20.- Documento sobre criterios de selección de profesores y asignación de estudios TFM/TFG.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20.1 Normativa TFC [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjEyMDIxMDcyODEyNTkucGRm] - 20.2 CENTRO: Criterios particulares o Acuerdos de Junta de Centro o Dpto. [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODQyMDIxMTAxOTEwMjkucGRm] - 20.3 Solicitud de tutores TFG [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIxMTAxNzE5MDYucGRm] - 20.4 Listado de tutores TFG del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDkyMDIxMTAxNzE5MDYucGRm] - 20.5 Normativa de TFG del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTgyMDIxMTAyMjEyNDQucGRm]

<ul style="list-style-type: none"> - 20.6 Guía TFG PUB del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDUyMDIxMTAyMjEyNDQucGRm]
<p>21.- Información sobre el perfil del profesorado que supervisa el TFG/TFM.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 21.1 Perfil del profesorado que supervisa TFG/TFM [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzgyMDIxMDkyMTA5MDQucGRm] - 21.2 Normativa Interna Reguladora TFG EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTkyMDIyMDExODExMjcucGRm] - 21.3 Guía TFG Publicidad y RRPP EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIyMDExODExMjcucGRm]
<p>22.- Satisfacción del alumnado sobre el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 22.1 Satisfacción del alumnado sobre el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODYyMDIxMDcyODIzMjEucGRm]
<p>23.- En su caso, información sobre el perfil del profesorado que supervisan las prácticas externas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 23.1 Información sobre el perfil del profesorado que supervisan las prácticas externas. [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMDkxNzEyNTQucGRm] - 23.2 Guía de Prácticas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODAyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm] - 23.3 Guía de Gestión de Prácticas para Docentes [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTYyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm] - 23.4 Carteles sesión informativa Prácticas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTkyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm] - 23.5 POD del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDIxMTAxNzE5MTQucGRm] - 23.6 Normativa de prácticas del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODMyMDIxMTAyMjEyNDQucGRm] - 23.7 Reglamento Prácticas Externas del Centro EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDMyMDIyMDExODExMjcucGRm]
<p>24.- En su caso, Información sobre la gestión de las prácticas externas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 24.1 Documento gestión centralizada del SPE y URL y normativa de la US [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDEyMDIxMDcyODIzMjEucGRm] - 24.2 Protocolo de actuación de las EMPRESAS con respecto a las Prácticas de Formación Académica [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDgyMDIxMTAxODA4NTQucGRm] - 24.3 Normativa interna de prácticas de la Facultad de Comunicación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzYyMDIxMTAxODA4NTQucGRm] - 24.4 Reglamento Prácticas Externas Centro EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzQyMDIyMDExODExMzMucGRm]
<p>25.- En su caso, satisfacción del alumnado con las prácticas externas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 25.1 Datos desagregados de la encuesta de satisfacción del estudiante [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDkyMDIxMDcyOTEwMzUucGRm] - 25.2 Satisfacción con las practicas externas EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjAyMDIyMDExODExMzQucGRm]
<p>26.- Información sobre la coordinación académica horizontal y vertical.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 26.1 Documento Calendario Académica, RGAD, Coordinación y Documento de Coordinación publicado en la IP [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjAyMDIxMDkxMDExNTgucGRm] - 26.2 POD y horarios [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjQyMDIxMTAxOTEwMjkucGRm] - 26.3 Protocolo de coordinación horizontal y vertical del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTQyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm]

<ul style="list-style-type: none"> - 26.4 Acta de reunión con el alumnado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDIyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm] - 26.5 Informe de la Coordinación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjlyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm] - 26.6 Modificación Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTIyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm] - 26.7 Acta reunión Publicidad - Literatura [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm] - 26.8 Adaptación Memoria de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDMyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm] - 26.9 Adaptación Memoria de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (centro adscrito) [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDMyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm] - 26.10 Ejemplos de coordinación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTYyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm]
<p>27.- Plan de formación e innovación docente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 27.1 Documento elaborado con web del PPD Vigente. [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMDcyODIzMjEucGRm] - 27.2 Participación del profesorado en Acciones Formativas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTYyMDIxMTAxMTEyMDIucGRm] - 27.3 Acceso página web del Secretariado de Formación y Evaluación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTMyMDIxMDcyODIzMjEucGRm] - 27.4 Formación Docentes Centro EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTcyMDIyMDEyODEyMzQucGRm]
<p>28.- Documento donde se especifique la política de recursos humanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 28.1 Resolución Transitoria Dedicación Académica del Profesorado [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjUyMDIxMDkxMDEyNTgucGRm] - 28.2 Reglamento para la Elaboración de los Planes de Asignación de Profesorado a los Planes de Organización Docente [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTEyMDIxMDcyODIzMjEucGRm]

Criterio 5: Las infraestructuras, recursos y servicios para el normal funcionamiento del título son los adecuados para las características del título, así como los servicios de orientación e información.

EVIDENCIAS

- 30.- Satisfacción del alumnado con la infraestructura, los recursos y los servicios del título.
- 30.1 Datos desagregados de la encuesta de satisfacción del estudiante
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDIxMDcyOTEzMzEucGRm>]
 - 30.2 Competencias específicas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTMyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
 - 30.3 Actas reuniones de coordinación MMAA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjUyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
 - 30.4 Plan de Renovación de Infraestructuras de la Facultad de Comunicación
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjEyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
 - 30.5 Informe del Servicio de MMAA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDcyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
 - 30.6 Sistema de reservas de medios de la Facultad de Comunicación
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDIxMTAxODA5MTEucGRm>]
 - 30.7 Informe de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación

<p>[https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTEyMDIxMTAxODA5MTEucGRm]</p> <p>- 30.8 Petición de bibliografía específica para asignaturas del Grado [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDkyMDIxMTAxODA5MTEucGRm]</p> <p>- 30.9 Informe del Servicio UniTIC [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIxMTAxODA5MTEucGRm]</p> <p>- 30.10 Informe Secretaría de la Facultad de Comunicación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMTAxODA5MTEucGRm]</p> <p>- 30.11 Manual competencias del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODMyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm]</p> <p>- 30.12 Equipamiento informático y tecnológico del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjMyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm]</p> <p>- 30.13 Sala de profesores del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTEyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm]</p> <p>- 30.14 Resultados encuesta infraestructura e instalaciones EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIyMDExODExMzUucGRm]</p>
<p>31.- Documentación asociada al proceso del SGC sobre la orientación académica y profesional del estudiante.</p> <p>- 31.1 Informe Orientación Profesional [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDIyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm]</p> <p>- 31.2 Informe Orientación Académica [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTkyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm]</p> <p>- 31.3 Convocatoria POAT [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDkyMDIxMDkxMDExNTkucGRm]</p> <p>- 31.4 Web Sdo. Orientación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTcyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm]</p> <p>- 31.5 Memoria de resultados POAT [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODcyMDIxMTAxODA5MjkucGRm]</p> <p>- 31.6 Actividades de emprendimiento (orientación profesional) [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDgyMDIxMTAxODA5MjkucGRm]</p> <p>- 31.7 Sesiones informativas TFG [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTgyMDIxMTAxODA5MjkucGRm]</p> <p>- 31.8 Acta reunión estudiantes de TFG [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDAyMDIxMTAxODA5MjkucGRm]</p> <p>- 31.9 Folleto informativo (versión 2017) [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODUyMDIxMTAxODA5MjkucGRm]</p> <p>- 31.10 Folleto informativo (versión 2021) [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODEyMDIxMTAxODA5MjkucGRm]</p> <p>- 31.11 Servicios de orientación académica del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDAyMDIxMTAyMjEzMjYucGRm]</p>
<p>32.- Satisfacción del alumnado con la orientación académica y profesional.</p> <p>- 32.1 Datos desagregados de la encuesta de satisfacción del estudiante [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDYyMDIxMDcyOTEzMzgucGRm]</p>

Criterio 6: Las actividades de formación y de evaluación son coherentes con el perfil de formación de la titulación y las competencias del título.

EVIDENCIAS

<p>33.- Página web del título.</p> <p>- 33 Evidencia igual a la 55.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm]</p>
--

<p>34.- Guías docentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 34.1 Guía para la elaboración y aprobación de Programas de Asignaturas y Proyectos Docentes a través de la Secretaría Virtual [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTYyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm] - 34.2 Resultados de Indicadores relacionados con Programas y Proyectos Docentes [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjYyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm] - 34.3 Planes formativos publicados EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTEyMDIyMDExODExNDEucGRm]
<p>35.- Información sobre las actividades formativas por asignatura.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 35.1 Documentos con Asignaturas, Dpto., Créditos por tipos de actividades [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDgyMDIxMTAwNTE2MTIucGRm]
<p>36.- Información sobre los sistemas de evaluación por asignatura. Valorar si los sistemas de evaluación se adecúan a la tipología, metodología y temporalización de cada una de las asignaturas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 36.1 Sistemas de evaluación [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzcyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm] - 36.2 Evidencia igual que 26.8 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTIyMDIxMTAxODA5NDUucGRm] - 36.3 Adaptación guías docentes del centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTIyMDIxMTAyMDE0NDQucGRm]
<p>37.- Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 37.1 Documento tabla de asignaturas con % de calificaciones [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjYyMDIxMDkyMjExMTQucGRm] - 37.2 Documento tabla de asignaturas con % de calificaciones centro adscrito [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMTAyNzA4NDYucGRm]
<p>38.- Información sobre los resultados sobre el procedimiento de evaluación y mejora de calidad de la enseñanza, se debe incluir los indicadores con la evolución temporal de los mismos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 38.1 Procedimiento de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado. [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjYyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm] - 38.2 Resultados de Indicadores relacionados con la Docencia [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjkyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm] - 38.3 Resultados satisfacción EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzMyMDIyMDExOTA5MTkucGRm]
<p>39.- Trabajos fin de grado/máster. Se debe aportar una muestra de TFG/TFM representativa de todas las posibles calificaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 39.1 Trabajo Fin de Grado_ NOTABLE Centro Propio [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjYyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm] - 39.2 Trabajo Fin de Grado_ NOTABLE Centro propio [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTMyMDIxMTAyODA3NTEucGRm] - 39.3 Trabajo Fin de Grado_ SOBRESALIENTE Centro propio [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm] - 39. 4 Orientaciones elaboración póster TFG [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTQyMDIxMTAxODA5NDUucGRm] - 39.5 Evidencia igual que 20.2 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDIyMDIxMTAxODA5NDUucGRm] - 39.6 Trabajos Fin de Grado del centro adscrito APROBADO [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzYyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm] - 39.7 Trabajos Fin de Grado del centro adscrito NOTABLE [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTAyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm] - 39.8 Trabajos Fin de Grado del centro adscrito SOBRESALIENTE [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIxMTAyNzEyNTcucGRm]
<p>40.- En su caso, relación entre el número de plazas ofertadas de prácticas y el número de estudiantes que</p>

solicitan prácticas externas. Disponibilidad de convenios. En su caso aportar información sobre seguros complementarios.

- 40.1 Listado de Empresas con Convenios
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIxMTAyMDE1MTIucGRm>]
- 40.2 Listado de Empresas con Convenios - EUSA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTIyMDIxMTAyNjE4MjIucGRm>]
- 40.3 Relación plazas ofertadas y alumnos FCom
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODQyMDIyMDExMjA5NDcucGRm>]

41.- Satisfacción del alumnado con el programa formativo.

- 41.1 Indicadores de Evaluación y Análisis de la satisfacción global con el título
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzkyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

42.- Plan de mejora del título.

- 42.1 Sistema de Análisis, Mejora y Seguimiento de la toma de decisiones
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTcyMDIxMDkwNzA5MjkucGRm>]

Criterio 7: Los indicadores de satisfacción y de rendimiento, así como la información sobre la inserción laboral aportan información útil para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

EVIDENCIAS

43.- Satisfacción de los agentes implicados: estudiantes, profesorado, personal de gestión de administración del título, empleadores, egresados, etc. Se debe incluir el tamaño de la muestra y el número de encuestar respondidas (n).

- 43.1 Resultados indicadores de satisfacción agentes implicados
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDIxMDkwODA4MzUucGRm>]
- 43.2 Evidencia igual que 41.1
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTkyMDIxMTAxODEwMzQucGRm>]
- 43.3 Informe de Inserción Laboral EUSA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjUyMDIyMDExODExNDQucGRm>]

44.- Satisfacción de los estudiantes con la actuación docente del profesorado.

- 44.1 Nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDYyMDIxMDkwODEyMzQucGRm>]
- 44.2 Evidencia igual que la 27.2
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTAyMDIxMTAxODEwMjIucGRm>]
- 44.3 Formación específica del Centro propio
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDQyMDIxMTAxODEwMjIucGRm>]
- 44.4 Formación específica del centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzkyMDIxMTAxODEwMjIucGRm>]
- 44.5 Acceso cursos ICE para el centro adscrito
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzQyMDIxMTAyMDE1MTgucGRm>]
- 44.6 Media de satisfacción - Actuación docente EUSA
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTgyMDIyMDExODExNDQucGRm>]

45.- En su caso, satisfacción de los estudiantes con las prácticas externas.

- 45.1 Resultados de indicadores relacionados con la satisfacción de los estudiantes con Prácticas Externas

- [<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjYyMDIxMDkwODEyMzQucGRm>]
- 45.2 Informe de valoración de Prácticas
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjEyMDIxMTAxODEwMjIucGRm>]
- 45.3 Evidencia igual que 23.4
[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjAyMDIxMTAxODEwMjIucGRm>]

<ul style="list-style-type: none"> - 45.4 Propuesta de créditos Prácticas [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTAyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.5 Evidencia igual que 24.3 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzEyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.6 Normativa de Prácticas Externas de la Universidad de Sevilla [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzEyMDIxMTAxODEwMjMucGRm] - 45.7 Evidencia igual que 40.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDIxMTAyMDE1MjAucGRm] - 45.8 Evidencia igual que 40.2 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMTAyNjE4MjcucGRm] - 45.9 Satisfacción con las practicas externas_EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIyMDExODExNDQucGRm]
<p>46.- En su caso, satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 46.1 Resultados de indicadores de satisfacción de estudiantes con programas de movilidad [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDIyMDIxMDkwODEyMzQucGRm] - 46.2 Informe de resultados encuestas movilidad entrante [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzgyMDIxMTAxODEwMjcucGRm] - 46.3 Informe de resultados encuestas movilidad saliente [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzAyMDIxMTAxODEwMjcucGRm] - 46.4 Movilidad EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzMyMDIyMDExOTA4NTQucGRm]
<p>47.- Satisfacción de los estudiantes con los servicios de información y los recursos de orientación académico profesional relacionados con el título.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 47.1 Evidencia igual a la 32.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDIxMDkwODEyMzQucGRm] - 47.2 Evidencia igual que 31.6 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTIyMDIxMTAxODEwMzIucGRm]
<p>48.- Satisfacción de los estudiantes con con la infraestructura los servicios y los recursos de la titulación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 48.1 Evidencia igual a la 30.1 [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjMyMDIxMDkwODEyMzQucGRm]
<p>49.- Evolución de los indicadores de demanda:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Relación oferta/ demanda en las plazas de nuevo ingreso. o Estudiantes de nuevo ingreso por curso académico. o Número de egresados por curso académico. - 49.1 Resultados de indicadores del SGC relacionados con la Demanda [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDIxMDkwODA4NTcucGRm] - 49.2 Resultados de indicadores del SCG relacionado con el ingreso [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDYyMDIxMDkwODEyMzQucGRm] - 49.3 Número de egresados por curso académico [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTMyMDIxMDkyMjEzMDUucGRm] - 49.4 Oferta y demanda EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDIyMDExODExNDQucGRm]
<p>50.- Evolución de los indicadores de resultados académicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Tasa de rendimiento. o Tasa de abandono. o Tasa de graduación. o Tasa de eficiencia. - 50.1 Resultados de indicadores de rendimiento académicos [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzYyMDIxMDkwODEzMTQucGRm] - 50.2 Resultados indicadores EUSA [https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTQyMDIyMDExODExNDQucGRm]

51.- Los indicadores que la titulación contemple en su SGC ya utilizados en el seguimiento.

- 51.1 Evolución de indicadores del SGC para el título

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

- 51.2 Evolución de indicadores SGC_ EUSA

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

52.- Indicadores sobre la tasa de ocupación y adecuación de la inserción laboral de los egresados.

- 52.1 Resultados de indicadores relacionados con la ocupación

[<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTQyMDIxMDkwOTA5MTIucGRm>]

- 52.2 Informe Resumen de Inserción Laboral EUSA

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

Evidencias Globales

EVIDENCIAS

1.- Respuesta a Requerimientos

- Evidencia respuesta a Requerimientos

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