

Acta
Subcomisión de Calidad en Grado Publicidad y RRPP

Reunión tercera

La tercera reunión de la Subcomisión de Calidad en Grado Publicidad y RRPP tiene lugar el día 29 de enero de 2020 a las 12.00h en la sala de reuniones del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP de la Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla.

La sesión da comienzo estando presentes los miembros de la subcomisión: PDI y alumnado. En este caso, no se convocó a nadie del PAS porque la persona que hasta ahora representaba a dicho sector, Dolores Olivero, ya no trabaja en la Facultad, y desde el Decanato no se ha informado de que haya nombrado a algún otro PAS.

El presidente de la subcomisión comienza exponiendo el motivo por el cual se nos vuelve a convocar en una nueva sesión.

Atendiendo al primer punto del orden del día (Informe de seguimiento), Antonio Pineda comenta que en el presente curso (2019-2020) el grado de Publicidad y RRPP se enfrenta a la renovación de la acreditación del grado. Tras los informes entregados en el pasado año por esta subcomisión, la Junta de Andalucía envía documentación en la que se puntualiza aspectos sobre acciones de mejora.

1. En cuanto a la iniciativa propuesta por el alumnado de modificar las fechas en las que se imparten las asignaturas *Tecnología de los Medios y Estructura de la Información*: se verifica la viabilidad de la propuesta, la cual está a falta de que se haga efectiva la permuta (algo que no depende de esta subcomisión).
2. Revisión y análisis por parte de la subcomisión del desarrollo del programa formativo de las asignaturas por cuatrimestre y curso. Para ello, el presidente determina una serie de tareas, las cuales serán realizadas por cada uno de los miembros de la subcomisión.
 - 2.1. Revisar la puntuación que recibe el área de Publicidad y RRPP en la Universidad de Sevilla. (Tarea a realizar por Inmaculada Sánchez).
 - 2.2. Revisar en LOGROS:
 - Satisfacción con el programa formativo.
 - Satisfacción del profesorado con las asignaturas.
 - Satisfacción del alumnado con el profesorado.(Tarea a realizar por Inmaculada Sánchez).
 - 2.3. Conseguir el contacto de la persona responsable de los resultados de las encuestas realizadas por el alumnado para saber si es posible obtener una media de determinadas preguntas. (Tarea a realizar por Marta Pulido).
 - 2.4. Analizar, en LOGROS, el grado de adecuación de formación y evaluación según la Memoria de verificación. (Tarea a realizar por Noelia García).

2.5. Revisar la información propuesta en la Memoria de verificación y contrastar con asignaturas del grado para ver si se cumple y cómo se cumple todo lo relativo a la actividad formativa. (Tarea a realizar por Antonio Pineda).

2.6. Realizar reuniones periódicas con el alumnado para detectar el grado de satisfacción con el título. Habría que localizar a los delegados/as de cada grupo para que elaborasen propuestas de mejora y entregarlas a la subcomisión. (Tarea a realizar por José Manrique).

2.7. Valorar la influencia positiva de los cambios realizados en el grado de Publicidad y RRPP según PDI, PAS para con el título. Para ello, mirar el histórico desde 2014-2015. (Tarea a realizar por Mayte Donstrup).

Siguiendo con el segundo punto del orden del día: 'Debate y elaboración de recomendaciones sobre posibles cambios que afectan a asignaturas optativas del Grado con escasa demanda', el director de la subcomisión comenta que ha recibido un documento con un listado de asignaturas optativas de departamentos externos las cuales cuentan con escasa matriculación por parte del alumnado. Estas son: *Evolución de la economía europea y su entorno*, *Tendencias literarias de la cultura contemporánea* e *Historia de la cultura contemporánea*.

En un primer momento se propone cambiar el nombre de tales asignaturas con el fin de hacerlas más atractivas. Reflexionando acerca de ello, la subcomisión llega a la conclusión de que se trata de algo superficial que no resuelve el problema.

Por otro lado, y teniendo en cuenta los intereses de los alumnos/as de este título, si bien se comenta la necesidad de que las optativas de departamentos externos se reduzcan, se propone adaptarlas al ámbito publicitario para que de este modo atraigan más al alumnado.

En cuanto a la primera (por su temática y similitud con otra de carácter obligatorio para el alumnado): no se encuentra la forma de aumentar la demanda.

Para la segunda: se propone mantenerla cambiándole el nombre. En este caso, este planteamiento es acertado ya que su contenido resulta de interés. La propuesta del nuevo nombre pasa por abordar la semiótica. Ejemplo: *Semiótica de la comunicación*. Aun así, habría que proponer cambiarla de curso.

Finalmente, para el tercer caso, se propone mantenerla cambiando su nombre. Ej. *Pensamientos y culturas políticas contemporáneas*. Al igual que en el caso anterior, se propone la posibilidad de cambiarla por una optativa de tercero.

Tercer punto del orden del día, 'Ruegos y preguntas': no hay.
La reunión finaliza a las 13:22h.

Inmaculada Sánchez Martín. Secretaria.
29 de enero de 2020