

Acta
Subcomisión de Calidad en Grado Publicidad y RRPP

Reunión segunda

La segunda reunión de la Subcomisión de Calidad en Grado Publicidad y RRPP tiene lugar el día 29 de marzo de 2019 a las 12.30h 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 todos los miembros de la subcomisión: PDI, PAS y alumnado (Marta Pulido, PDI, excusa asistencia).

El presidente de la subcomisión comienza haciendo un repaso del trabajo realizado en cuanto a los indicadores de calidad. Tras la revisión de estos se pasa a la exposición de las propuestas de mejoras. Estas son:

1. Reforzar las campañas informativas para que el alumnado tenga un mayor conocimiento sobre dónde y cómo exponer sugerencias e incidencias. Se detecta el nivel de quejas entre el propio alumnado pero no recurren a la vía oficial: el buzón de quejas y sugerencias. Es una medida que se podría potenciar, también, desde la Delegación de Alumnos. A partir de ahí, la información generada será trasladada a la subcomisión de calidad quien valorará las peticiones formuladas. Se considera necesario aclarar qué tipo de quejas son la que se deben presentar por dicha vía: horarios, falta de medios... Es importante saber diferenciar este tipo de denuncias frente a otras que son propias de otro tipo de comisión.

1.1. En este momento, el PAS propone revisar y actualizar las listas de correos tanto de alumnado como profesorado, de este modo, se mejoran los canales de comunicación de toda la comunidad universitaria. Se propone hacer una campaña para la actualización de dichos datos en la que el propio alumnado se incluya en las listas para de este modo recibir la información pertinente. El Presidente puntualiza que este planteamiento, más que una acción de mejora del título de Publicidad y RRPP, sea válido para aplicar a nivel global de Facultad, implicando toda la docencia. El PAS indica que este será un asunto llevado a la Comisión de Calidad.

2. Celebrar reuniones periódicas con el alumnado para identificar posibles puntos de insatisfacción con respecto al título. Esta se trataría de una función propia del coordinador de grado pero en el caso del Grado Publicidad y RRPP esta figura no está determinada, por lo que será la Subcomisión de Calidad quien asuma dicha competencia. Lo planteado en dichos posibles casos, podrá ser tenido en cuenta para incluir en los planes de mejora del Grado.

3. Más allá de las dos propuestas previas, el Presidente expone el problema existente en torno a aquellas asignaturas externas al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, las cuales perjudican notablemente las estadísticas de las que sí son propias del Departamento: tasas de rendimiento, satisfacción del alumnado... Aunque se plantea como un problema estructural, se puntualiza que este se viene dando desde hace años, aun así, se entiende que no hallará solución dado el entramado de negociaciones que

requiere. Se puede prever una situación de mejora cuando se produzca un cambio en el Plan de Estudios. Esta medida, por tanto, se desestima en este momento por tratarse de un punto complejo desde el punto de vista político.

Una vez planteadas las propuestas de mejora se pasa a exponer y considerar las realizadas por parte del alumnado para incluir en el Plan.

1. El Presidente apunta al cambio de la asignatura Tecnologías de los Medios por Estructura de la Información, aun así el PAS presente determinará la viabilidad de la propuesta considerando los trámites burocráticos. El cambio consistiría en permutar la asignatura impartida en el segundo cuatrimestre del curso primero para pasarla al primer cuatrimestre del segundo curso. El razonamiento por parte del alumnado es el siguiente: para poder enfrentarse a la asignatura de Creatividad deben tener conocimientos previos en cuanto al manejo de medios audiovisuales. Se da el visto bueno pero se ha de tener en consideración la coincidencia de horarios para el profesorado al que perjudique dicha propuesta. A pesar de ello, el Presidente propone tenerla en consideración hasta que sea definitivamente aprobada.

2. Por otro lado, el alumnado propone cambiar la asignatura Redacción Publicitaria por Creatividad. Esta propuesta es rechazada ya que la redacción es una materia sumida en la creatividad. Se plantea al mismo tiempo desarrollar en tiempos diferentes la asignatura Estrategia Publicitaria y Creatividad Publicitaria. Esta última indicación queda pendiente de cerrar por parte del alumnado.

3. El alumnado propone para la asignatura Tecnología Digital aplicada a la Publicidad, la cual cambiará de nombre en el próximo curso, incluir más conceptos propios del diseño tecnológico. Puesto que se trata de un tema que precisa de otra vía, el Presidente propone tratar la propuesta personalmente con el profesor/a que imparta la asignatura en el año próximo.

A continuación, se comentan cambios que fueron propuestos por la anterior subcomisión en relación al nombre de algunas asignaturas para el próximo curso. En este momento el PAS solicita reuniones con la Delegación de Alumnos para que estos estén informados del proceso burocrático a raíz de los cambios de nombres de las asignaturas. Por otro lado, solicita concretar nuevos procedimientos o vías informativas para agilizar diferentes trámites relativos a cualquier otra competencia de interés para el alumnado.

Finalmente, se llega al punto “Ruegos y preguntas”: no hay.

La reunión finaliza a las 13:08h.

Inmaculada Sánchez Martín. Secretaria.
29 de marzo de 2019.