



*Universitat
Abat Oliba CEU*

GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

INFORME DE SEGUIMENT DEL CURS 2012-2013
INFORME DE SEGUIMIENTO DEL CURSO 2012-2013

Departament de Ciències de la Comunicació

Barcelona, març de 2014

Revisat i aprovat en el Consell de Govern del 28 d'abril de 2014



*Universitat
Abat Oliba CEU*



PRESENTACIÓ DE LA TITULACIÓ
PRESENTACIÓN DE LA TITULACIÓN

DADES GENERALS <i>DATOS GENERALES</i>	Verificació favorable ANECA <i>Verificación favorable ANECA</i>	9/02/2009
	Aprovació implantació CIC <i>Aprobación implantación CIC</i>	27/01/2010
	Primer curs d'implantació <i>Primer curso de implantación</i>	2010-2011
	Publicació BOE <i>Publicación BOE</i>	BOE núm. 152, 26/06/2013
	Codi RUCT <i>Código RUCT</i>	2500527

**I – INFORMACIÓ PÚBLICA SOBRE EL DESENVOLUPAMENT
OPERATIU DE L'ENSENYAMENT**
**INFORMACIÓN PÚBLICA SOBRE EL DESARROLLO
OPERATIVO DE LA ENSEÑANZA**

Lloc d'informació pública de la normativa <i>Lugar de información pública de la normativa</i>	https://campus.uao.es/cerbero/ Área de archivos / IST (Part I) (acceso restringido a miembros de la comunidad universitaria y Agencia de Calidad: usuario = aqu ; contraseña = spQmvQ4c)	
DIMENSIONS <i>DIMENSIONES</i>	CONTINGUTS <i>CONTENIDOS</i>	2012-2013
ACCÉS ALS ESTUDIS <i>ACCESO A LOS ESTUDIOS</i>	Objectius de la titulació <i>Objetivos de la titulación</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp
	Perfil d'ingrés <i>Perfil de ingreso</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp
	Perfil de sortida <i>Perfil de salida</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp INFORMACIÓN RELACIONADA Competencias del Grado
	Nombre de places ofertes <i>Número de plazas ofertadas</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/admision-y-matricula
	Via d'accés <i>Vía de acceso</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/admision-y-matricula
	Informació sobre preinscripció i admissió <i>Información sobre preinscripción y admisión</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/admision-y-matricula PROCESO ADMISIÓN



	Normativa de trasllats <i>Normativa de traslados</i>	https://campus.uao.es/cerbero/ Área de archivos / IST (Part I) / 101-Normativa_acadèmica, Article 4
MATRÍCULA <i>MATRÍCULA</i>	Període i procediment de matriculació <i>Período y procedimiento de matriculación</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/admision-y-matricula PROCESO ADMISIÓN
	Sessions d'acollida i de tutorització <i>Sesiones de acogida y de tutorización</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp INFORMACIÓN RELACIONADA Sesiones de acogida
PLA D'ESTUDIS <i>PLAN DE ESTUDIOS</i>	Denominació dels estudis <i>Denominación de los estudios</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp
	Títol en superar els estudis de grau <i>Título al superar los estudios de grado</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/salidas-y-practicum
	Durada mínima dels estudis i crèdits ECTS <i>Duración mínima de los estudios y créditos ECTS</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/plan-de-estudios
	Estructura del pla d'estudis <i>Estructura del plan de estudios</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/plan-de-estudios
PLANIFICACIÓ OPERATIVA DEL CURS <i>PLANIFICACIÓN OPERATIVA DEL CURSO</i>	Calendari acadèmic <i>Calendario académico</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp INFORMACIÓN RELACIONADA Calendario Académico
	Guia docent <i>Guía docente</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/plan-de-estudios
	Recursos d'aprenentatge <i>Recursos de aprendizaje</i>	http://www.uaoceu.es/es/vida-universitaria Campus Net, ..., http://www.uaoceu.es/es/servicios/biblioteca , http://www.uaoceu.es/es/servicios/idiomas , http://www.uaoceu.es/es/servicios/otros-servicios
	Pla d'acció tutorial <i>Plan de acción tutorial</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp INFORMACIÓN RELACIONADA Folleto Acción Tutorial, https://campus.uao.es/cerbero/ Área de archivos / IST (Part I) / Directrices sobre Tutorías en los Estudios del Grado
PROFESSORAT <i>PROFESORADO</i>	Professors de la titulació <i>Profesores de la titulación</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/responsables-docentes
	Perfil acadèmic <i>Perfil académico</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/responsables-docentes
	Informació de contacte <i>Información de contacto</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/responsables-docentes
PRÀCTIQUES EXTERNES	Objectius <i>Objetivos</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/salidas-y-practicum



PRÁCTICAS EXTERNAS	Normativa general <i>Normativa general</i>	https://campus.uao.es/cerbero/ Área de archivos / IST (Part I) / 101-Normativa_acadèmica, Títol segon
	Obligatorietat / optativitat <i>Obligatoriedad / optatividad</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/salidas-y-practicum
	Assignatures associades <i>Asignaturas asociadas</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/plan-de-estudios
	Centres on es poden fer <i>Centros donde se pueden hacer</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/salidas-y-practicum (enlace) Relación de empresas en las que se ha realizado el practicum
PROGRAMES DE MOBILITAT PROGRAMAS DE MOVILIDAD	Objectius <i>Objetivos</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/movilidad-internacional (enlace) Servicio de Relaciones Internacionales
	Normativa general <i>Normativa general</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/movilidad-internacional (enlace) Normativa de movilidad
	Centres conveniats <i>Centros conveniados</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/movilidad-internacional
TREBALL FINAL GRAU TRABAJO FINAL GRADO	Normativa i marc general <i>Normativa i marco general</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp/plan-de-estudios , https://campus.uao.es/cerbero/ Área de archivos / IST (Part I) / Normativa de planificación y desarrollo del Trabajo de Fin de Grado

II – INFORMACIÓ PÚBLICA SOBRE ELS INDICADORS DE L'ENSENYAMENT
INFORMACIÓN PÚBLICA SOBRE LOS INDICADORES DE LA ENSEÑANZA

Lloc d'informació pública dels indicadors <i>Lugar de información pública de los indicadores</i>	http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/publicidad-y-rrpp INFORMACIÓN RELACIONADA Indicadores del Seguimiento	
DIMENSIONS <i>DIMENSIONES</i>	INDICADORS DEL GRAU* <i>INDICADORES DEL GRADO*</i>	2012-2013
ACCÉS I MATRÍCULA <i>ACCESO Y MATRÍCULA</i>	Nombre de places ofertes de nou accés <i>Número de plazas ofertadas de nuevo acceso</i>	50
	Ràtio demanda de places / oferta <i>Ratio demanda de plazas / oferta</i>	46,0%
	Nombre d'estudiants matriculats de nou ingrés <i>Número de estudiantes matriculados de nuevo ingreso</i>	23
	Percentatge d'estudiants matriculats de nou ingrés	25,8%



	<i>Porcentaje de estudiantes matriculados de nuevo ingreso</i>		
	Percentatge d'estudiants matriculats de nou ingrés segons via d'accés	PAU	73,9%
		FP	8,8%
	<i>Porcentaje de estudiantes matriculados de nuevo ingreso según vía de acceso</i>	>25 anys años	0,0%
		Titulats universitaris <i>Titulados universitarios</i>	13,0%
		Altres OTRAS	4,3%
	Percentatge d'estudiants matriculats de nou ingrés per intervals de nota d'accés	[5, 6)	56,5%
		[6, 7)	34,8%
		[7, 9)	4,4%
		[9, 10]	0,0%
		Altres Otros	4,3%
	Percentatge d'estudiants matriculats de nou ingrés per intervals de crèdits ordinaris matriculats	(0, 15]	0,0%
		(15,30]	0,0%
		(30, 45]	0,0%
(45, 60]		95,7%	
> 60		4,3%	
CARACTERÍSTIQUES DE L'ALUMNAT <i>CARACTERÍSTICAS DEL ALUMNADO</i>	Dedicació als estudis <i>Dedicación a los estudios</i>	No realitza cap treball <i>No realiza ningún trabajo</i>	73,9%
		Treballa menys de 3 mesos <i>Trabaja menos de 3 meses</i>	17,4%
		Treballa a jornada parcial <i>Trabaja a jornada parcial</i>	8,7%
		Treballa a jornada completa <i>Trabaja a jornada completa</i>	0,0%
	Nivell d'estudis dels pares <i>Nivel de estudio de los padres</i>	Sense estudis <i>Sin estudios</i>	0,0%
		Primaris <i>Primarios</i>	11,2%
		Secundaris <i>Secundarios</i>	38,2%
		Superiors <i>Superiores</i>	50,6%
	Nivell d'estudis de les mares <i>Nivel de estudio de las madres</i>	Sense estudis <i>Sin estudios</i>	1,1%
		Primaris <i>Primarios</i>	11,2%
		Secundaris <i>Secundarios</i>	36,0%
		Superiors <i>Superiores</i>	51,7%
	Percentatge d'estudiants matriculats segons comunitats autònomes de procedència <i>Porcentaje de estudiantes</i>	Aragó <i>Aragón</i>	0,0%
		Catalunya <i>Cataluña</i>	94,4%
		Comunitat Valenciana <i>Comunidad Valenciana</i>	0,0%
Illes Balears <i>Islas Baleares</i>		1,1%	



	<i>matriculados según comunidades autónomas de procedencia</i>	Altres comunitats <i>Otras comunidades</i>	4,5%
		Estranger <i>Extranjero</i>	0,0%
	Percentatge d'estudiants matriculats segons comarca de procedència <i>Porcentaje de estudiantes matriculados según comarca de procedencia</i>	Baix Llobregat	15,3%
		Barcelonès	47,5%
		Maresme	5,1%
		Vallès occidental	10,2%
		Vallès oriental	6,8%
	Altres <i>Otras</i>	15,1%	
PROFESSORAT <i>PROFESORADO</i>	Percentatge de docència impartida per professors doctors <i>Porcentaje de docencia impartida por profesores doctores</i>		50,6%
	Percentatge de docència impartida per professors catedràtics <i>Porcentaje de docencia impartida por profesores catedráticos</i>		1,3%
	Percentatge de docència impartida per professors agregats <i>Porcentaje de docencia impartida por profesores agregados</i>		6,3%
	Percentatge de docència impartida per professors adjunts <i>Porcentaje de docencia impartida por profesores adjuntos</i>		15,0%
	Percentatge de docència impartida per professors col·laboradors doctors <i>Porcentaje de docencia impartida por profesores colaboradores doctores</i>		28,0%
	Percentatge de docència impartida per professors col·laboradors no doctors <i>Porcentaje de docencia impartida por profesores colaboradores no doctores</i>		49,4%
MÈTODES DOCENTS <i>MÉTODOS DOCENTES</i>	Percentatge de classe magistral i grandària grup-classe <i>Porcentaje de clase magistral y tamaño grupo-clase</i>		46,3% 34 alumnes/classe
	Percentatge de seminari i grandària grup-classe <i>Porcentaje de seminario y tamaño grupo-clase</i>		17,4% 34 alumnes/classe
	Percentatge de taller i grandària grup-classe <i>Porcentaje de taller y tamaño grupo-clase</i>		25% 20 alumnes/classe
	Percentatge de pràctiques i grandària grup-classe <i>Porcentaje de prácticas y tamaño grupo-clase</i>		11,3% 20 alumnes/classe
	Percentatge de treball de síntesi i grandària grup-classe <i>Porcentaje de trabajo de síntesis y tamaño grupo-clase</i>		0,0%
ESPAIS <i>ESPACIOS</i>	Nombre d'hores setmanals i percentatge d'ús d'aula <i>Número horas semanales y porcentaje de uso de aula</i>		14h/semmana 70%
	Nombre d'hores setmanals i percentatge d'ús d'aules-seminari <i>Número horas semanales y porcentaje de uso de aulas-seminario</i>		0 h/semmana 0%
	Nombre d'hores setmanals i percentatge d'ús d'aules-taller <i>Número horas semanales y porcentaje de uso de aulas-taller</i>		6h/semmana 30%
	Nombre de visites a la Biblioteca per estudiant		18,3



	<i>Número de visitas a la Biblioteca por estudiante</i>	
	Nombre de préstecs bibliotecaris a estudiants <i>Número de préstamos bibliotecarios a estudiantes</i>	36
CAMPUS VIRTUAL <i>CAMPUS VIRTUAL</i>	Nombre d'accessos <i>Número de accesos</i>	48.393
	Nombre de materials docents publicats <i>Número de materiales docentes publicados</i>	477
	Nombre de materials docents consultats <i>Número de materiales docentes consultados</i>	9.208
	Nombre d'intervencions a fòrums <i>Número de intervenciones en foros</i>	5.210
AVALUACIÓ DELS APRENTATGES <i>EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES</i>	Percentatge d'avaluació continua <i>Porcentaje de evaluación continua</i>	55,0%
	Percentatge d'examen final <i>Porcentaje de examen final</i>	45,0%
	Percentatge a l'avaluació continua d'exàmens escrits <i>Porcentaje en la evaluación continua de exámenes escritos</i>	40,0%
	Percentatge a l'avaluació continua de treballs <i>Porcentaje en la evaluación continua de trabajos</i>	35,0%
	Percentatge a l'avaluació continua de casos pràctics <i>Porcentaje en la evaluación continua de casos prácticos</i>	15,0%
	Percentatge a l'avaluació continua de seguiment tutorial <i>Porcentaje en la evaluación continua de seguimiento tutorial</i>	5,0%
	Percentatge d'altres formes d'avaluació continua <i>Porcentaje de otras formas de evaluación continua</i>	5,0%
PRÀCTIQUES EXTERNES I MOBILITAT <i>PRÁCTICAS EXTERNAS Y MOVILIDAD</i>	Nombre d'estudiants que han completat satisfactòriament les pràctiques externes voluntàries <i>Número de estudiantes que han completado satisfactoriamente las prácticas externas voluntarias</i>	46
	Nombre d'estudiants que han superat les pràctiques externes obligatòries <i>Número de estudiantes que han superado las prácticas externas obligatorias</i>	39
	Percentatge d'estudiants que han superat les pràctiques externes obligatòries en ... t (cohort 2009-10) <i>Porcentaje de estudiantes que han superado las prácticas externas obligatorias en ... t (cohorte 2009-10)</i>	55,6%
	Percentatge d'estudiants que realitzen les pràctiques externes a la universitat <i>Porcentaje de estudiantes que realizan las prácticas externas en la universidad</i>	0%



	<p>Percentatge d'estudiants que realitzen les pràctiques externes fora de la universitat <i>Porcentaje de estudiantes que realizan las prácticas externas fuera de la universidad</i></p>	100%
	<p>Nombre d'estudiants propis que participen en programes de mobilitat (marxen) <i>Número de estudiantes propios que participan en programas de movilidad (marchan)</i></p>	10
	<p>Percentatge d'estudiants propis que participen en programes de mobilitat (marxen) <i>Porcentaje de estudiantes propios que participan en programas de movilidad (marchan)</i></p>	18,5%
	<p>Percentatge, en relació amb les places de conveni signat, d'estudiants externs que participen en programes de mobilitat (vénen) <i>Porcentaje, en relación con las plazas de convenio firmado, de estudiantes externos que participan en programas de movilidad (vienen)</i></p>	50%
ACTIVITATS D'ORIENTACIÓ ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN	<p>Activitats d'orientació per a la professió <i>Actividades de orientación para la profesión</i></p>	una general y una personalizada por estudiante
	<p>Activitats d'orientació per a la inserció laboral <i>Actividades de orientación para la inserción laboral</i></p>	una general y una personalizada por estudiante
SATISFACCIÓ SATISFACCIÓN	<p>Satisfacció dels estudiants amb la docència (escala: 1 mínim – 10 màxim) <i>Satisfacción de los estudiantes con docencia (escala: 1 mínimo – 10 máximo)</i></p>	7,9
	<p>Satisfacció dels estudiants amb el programa formatiu (escala: 1 mínim – 10 màxim) <i>Satisfacción de los estudiantes con el programa formativo (escala: 1 mínimo – 10 máximo)</i></p>	6,5
	<p>Satisfacció dels titulats amb la formació rebuda (escala: 1 mínim – 10 màxim) <i>Satisfacción de los titulados con la formación recibida (escala: 1 mínimo – 10 máximo)</i></p>	—
	<p>Satisfacció del professorat amb el programa formatiu (escala: 1 mínim – 10 màxim) <i>Satisfacción del profesorado con el programa formativo (escala: 1 mínimo – 10 máximo)</i></p>	—
	<p>Taxa d'intenció de repetir estudis (EIL) <i>Tasa de intención de repetir estudios (EIL)</i></p>	—



	Nombre de suggeriments <i>Número de sugerencias</i>	2	
	Nombre de reclamacions <i>Número de reclamaciones</i>	25	
	Nombre de felicitacions <i>Número de felicitaciones</i>	2	
RESULTATS ACADÈMICS <i>RESULTADOS ACADÉMICOS</i>	Taxa de rendiment a primer curs <i>Tasa de rendimiento en primer curso</i>	79,8%	
	Taxa de rendiment <i>Tasa de rendimiento</i>	89,1%	
	Taxa d'abandonament a primer curs (cohorte 2010-11) <i>Tasa de abandono en primer curso (cohorte 2010-11)</i>	26,7%	
	Taxa d'abandonament per cohort <i>Tasa de abandono por cohorte</i>	2009-10	22,2%
		2008-09	27,6%
		2007-08	43,3%
		2006-07	40,8%
		2005-06	42,9%
	Taxa de graduació en ... t i t+1 (cohorte 2008-09) <i>Tasa de graduación en ... t i t+1 (cohorte 2008-09)</i>	20,7%	
	Taxa d'eficiència <i>Tasa de eficiencia</i>	94,5%	
Durada mitjana dels estudis per cohort <i>Duración media de los estudios por cohorte</i>	2008-09	4,5	
	2007-08	4,8	
	2006-07	5	
	2005-06	5,3	
RESULTATS PERSONALS <i>RESULTADOS PERSONALES</i>	Nombre de treballs de final de grau realitzats <i>Número de trabajos de final de grado realizados</i>	34	
	Autovaloracions de l'assoliment de competències transversals (escala: 1 mínim – 10 màxim) <i>Autovaloración de la consecución de competencias transversales (escala: 1 mínimo – 10 máximo)</i>	—	
INSERCIÓ LABORAL <i>INSERCIÓN LABORAL</i>	Taxa d'ocupació (EIL) <i>Tasa de ocupación (EIL)</i>	—	
	Taxa d'adequació de la feina als estudis (EIL) <i>Tasa de adecuación del trabajo a los estudios (EIL)</i>	—	

(*) Els indicadors de cohorts anteriors a 2010-11 són indicadors que corresponen a la Llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques (en procés d'extinció) de la Universitat Abat Oliba CEU

(*) Los indicadores de cohorts anteriores a 2010-11 son indicadores que corresponden a la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas (en proceso de extinción) de la Universitat Abat Oliba CEU



III – ANÀLISI VALORATIVA DE L'ENSENYAMENT I ACCIONS DE MILLORA

ANÁLISIS VALORATIVO DE LA ENSEÑANZA Y ACCIONES DE MEJORA

1. ANÀLISI VALORATIVA SOBRE EL DESENVOLUPAMENT I LA QUALITAT DEL PROGRAMA FORMATIU

ANÁLISIS VALORATIVO SOBRE EL DESARROLLO Y LA CALIDAD DEL PROGRAMA FORMATIVO

El desarrollo del programa formativo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas sigue los parámetros establecidos en Bolonia y el espacio europeo de educación superior (EEES). La adaptación al cambio que implica el nuevo paradigma para el sistema educativo de educación superior (en procedimientos, metodología pedagógica, interacción con los estudiantes y materialización de la demostración de aprendizaje) en la Universitat Abat Oliba CEU (UAO CEU) está generando un bagaje cualitativo positivo.

El programa formativo está consolidado gracias a un proceso sistemático llevado a cabo con planificación. Los planes de estudio de las antiguas licenciaturas incluyeron ejes vertebradores claves para satisfacer los KPI (*key performance indicators*) de Bolonia. El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la UAO CEU apuesta por la evaluación continuada, trabajo de final de grado (en licenciatura, denominado trabajo de final de carrera o TFC), tutorías personalizadas, trabajo autónomo del alumno o adaptabilidad del sistema de seminarios y de clases magistrales. En esta línea, el Departamento impulsó la elaboración de un libro de referencia en España para la elaboración del trabajo de final de grado (FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2013). "El Trabajo de Fin de Grado en Ciencias Sociales y Jurídicas. Guía metodológica". Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias. ISBN: 9788484693239. Págs.: 336), obra de referencia para esos menesteres. Asimismo, desde el Departamento de comunicación se lleva a cabo una intensa actividad de investigación llevada a cabo por dos Grupos de investigación cuyos pilares son periodismo- Grupo de investigación sobre Periodismo Digital y Banda ancha- y publicidad- Grupo de investigación Psicrea Research, que han dado lugar a más de 50 artículos científicos indexados en su área de conocimiento y en el análisis empírico de los contenidos impartidos en el Grado y metodologías y claves de elección del Grado. También se llevan a cabo eventos de referencia para comunicación y telecomunicaciones (esenciales en publicidad y relaciones públicas), como las Jornadas del Cable y la Banda Ancha en Cataluña (edición XVIII en el curso 2012-13) y el certamen de publicidad Goliads UAO CEU Awards. Profesores del Departamento han conseguido premios de investigación de prestigio como el VII Premi de Recerca (Generalitat de Catalunya), Premio LinkedIn, los V premios Prat Gaballí concedidos por el Colegio de Publicitarios y Relaciones Públicas de Catalunya en el área de la Publicidad y en el área de las Relaciones Públicas y un premio de blogs sobre fotografía.

La transición hacia Bolonia requiere un riguroso sistema de ingreso del alumnado. La proactividad de tutores y profesores y la cantidad de estudiantes por grupo ayuda a propulsar la calidad de la enseñanza, el seguimiento individualizado del alumnado y la implementación aplicada de los contenidos impartidos. Es fundamental la ratio profesor-alumno, que relanza la calidad de prácticas, seminarios, talleres, análisis de casos, clases participativas, búsqueda de información, resolución de ejercicios y las diversas actividades a desarrollar. La incorporación de más asignaturas en inglés y la exigencia del entorno digital creciente no obstaculizan una satisfacción elevada (7,90) del



alumnado con la docencia impartida, en la línea del año anterior aunque algo por debajo (8,30).

La tasa de rendimiento académico en estos momentos es del 89,1%, sensiblemente mayor que el 80,6% del curso anterior, e insistiendo en la línea de ascenso, puesto que se procedía del 72,3%. Esas cifras reflejan el éxito en la adaptación al nuevo sistema y superan las previsiones más optimistas del Departamento de Ciencias de la Comunicación (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas). De cara al curso 2013-14 la misión es mantener ese nivel con un suelo del 80%, objetivo nada fácil de obtener. La tasa de eficiencia es del 94,5%, en la línea del Grado de Periodismo, por encima del 94,1% del curso 2011-12 y del 90% del curso 2010-11. Las diferencias son minúsculas y no significativas a efectos estadísticos, pero son positivas partiendo de cifras elevadas, lo que genera un mérito añadido. De esos datos se infiere el acierto en la implementación de los planes docentes de Publicidad y Relaciones Públicas desde una perspectiva cualitativa. Ha colaborado en ello el aumento de la cantidad de docencia impartida por profesores doctores (del 45% de 2010-11 y el 47,5% de 2011-12 al 50,6%), tendencia que se tratará de corroborar en próximos años propulsándose por encima de ese 50%. También crece el nivel de acreditación (Aneca y AQU) de los profesores.

También se ha confirmado en 2012-13 otra apuesta esencial en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: la digitalización. Tanto en contenidos como artículos científicos indexados, libros, capítulos de libro y congresos científicos, como en prácticas digitales, la mayor parte de asignaturas acostumbra al estudiante a pensar y actual en términos digitales, los que garantizan mayor empleabilidad en el entorno profesional. La prolífica tarea de investigación llevada a cabo por los grupos de investigación del Departamento alumbró un horizonte digital que es el que más yacimientos de ocupación está generando de un tiempo a esta parte. La dinámica digital en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas refleja una espectacular tendencia: el número de accesos ha pasado de 31.990 en 2011-12 a 48.393 en 2012-13; el número de materiales docentes publicados ha pasado de 252 a 477; el número de materiales docentes consultados, de 7.124 a 9.208; y el número de intervenciones en foros, de 3.465 a 5.210. Otro eje ascendente es la apuesta por el inglés, utilizado satisfactoriamente no sólo como lengua de uso docente, sino también en la publicación de artículos científicos indexados, libros, capítulos de libro y en las participaciones del profesorado de la UAO CEU en numerosos congresos científicos.

Más allá de los positivos y difícilmente mejorables resultados obtenidos, el Departamento de Ciencias de la Comunicación se plantea fórmulas de optimización. Así, retos de futuro son los siguientes: incrementar la matriculación de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas, con el argumento de la necesidad de profesionales que cubran las necesidades de digitalización en el mercado profesional actual; promover la acreditación de los profesores como agregados o titulares; promover la finalización de la tesis doctoral de algunos de los profesores del Departamento que están en proceso de culminarla; mantener el listón de investigación, lo que se traduce en prestigio para el Departamento y trasvase de esos contenidos al alumnado; el incremento del uso de herramientas digitales en el programa formativo.

2. PROPOSTES DE MILLORA QUE NO REQUEREIXEN CANVIS EN LA MEMORIA DEL TÍTOL *PROPUESTAS DE MEJORA QUE NO REQUIEREN CAMBIOS EN LA MEMORIA DEL TÍTULO*

Como propuestas de mejora en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas no requeridas en la información pública de la titulación, nos planteamos las siguientes:



- Crear un Comité asesor internacional integrado por profesores y profesionales de comunicación para generar nuevas líneas de actuación.
- Aumentar el número de alumnos a partir del proceso de ingreso y matriculación, intentando una aproximación hacia el 60% - 70%.
- Mejorar la evaluación del desempeño y la evaluación docente.
- Incrementar el uso del inglés en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.
- Aumentar la digitalización: número de accesos, número de materiales docentes publicados, número de materiales docentes consultados y número de intervenciones en foros.
- Reforzar el *engagement* con empresas e instituciones del sector publicitario con fines académicos y de posibilidades de promoción laboral tras el Grado.
- Insistir en la contratación del número de Doctores (acreditados) y profesionales especializados con características curriculares híbridas: profesional/docente.
- Facilitar la vocación de investigación del alumnado (gracias a la oferta de Máster oficial en el Departamento de Ciencias de la Comunicación: el Máster Universitario en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías y el Máster Universitario en Postproducción Audiovisual) y la integración de los grupos de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación.
- Uso intensivo, por parte del profesorado, de la herramienta de publicación de calificaciones de evaluación continua en el aplicativo CampusNet.
- Cambio de denominación del foro de la asignatura por foro de debate, para promover la participación digital.
- Finalización de la tarea del servicio de informática para modificar las informaciones relacionadas con los profesores con un acceso sencillo y cómodo desde la web de la Universidad y con una información actualizada de los profesores no asociada necesariamente a las informaciones de los estudiantes ya matriculados y con referencia no sólo a aspectos curriculares académicos, sino también a las implicaciones profesionales del profesorado.
- Implementar de un buzón *on line* de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones.

3. PROPOSTES DE MODIFICACIÓ NO SUBSTANCIAL (S'INCORPORARAN A LA MEMÒRIA DEL TÍTOL QUAN S'HAGI DE SOTMETRE A UN PROCÉS DE MODIFICACIÓ)
PROPUESTAS DE MODIFICACIÓN NO SUSTANCIAL (SE INCORPORARÁN A LA MEMORIA DEL TÍTULO CUANDO SE TENGA QUE SOMETER A UN PROCESO DE MODIFICACIÓN)

Las propuestas de modificación no substancial aplicadas a la información pública del Grado en Publicidad y RRPP son las siguientes:

Cambios en el despliegue temporal de impartición de materias y/o asignaturas.

En el presente período 2012-13:

- Materia 14: Comunicación Publicitaria Avanzada, que en el Plan de Estudios estaba fijada en tercer curso, pasa su impartición a 4º curso. Las asignaturas de esta materia son: Creación y Gestión de Marcas (9 créditos) y Comunicación y Propaganda Política (6 créditos)
- Materia 16: Medios Publicitarios, que en el Plan de Estudios estaba fijado en 4º curso, pasa la asignatura de Medios de Comunicación (6 créditos) a tercer curso. La otra asignatura de esta materia, Advertising Media Planning (6 créditos), se mantiene en 4º curso.
- Materia 18: Relaciones Públicas, que en el Plan de Estudios estaba fijado en 4º curso, pasa la asignatura de



Comunicación Institucional y Corporativa (9 créditos) a tercer curso. La otra asignatura de esta materia, Dirección de Eventos y Protocolo (6 créditos), se mantiene en 4º curso.

Todos estos cambios de materias y/o asignaturas no afectan al número de créditos que se había establecido en el Plan de Estudios, manteniéndose igual como se había programado.

4. PROPOSTES DE MODIFICACIÓ SUBSTANCIAL AUTORITZABLES (ES SOL.LICITARAN A TRAVÉS DEL PROCÉS DE MODIFICACIÓ DEL TÍTOL ABANS DE SER APLICADES)
PROPUESTAS DE MODIFICACIÓN SUSTANCIAL AUTORIZABLES (SE SOLICITARÁN A TRAVÉS DEL PROCESO DE MODIFICACIÓN DEL TÍTULO ANTES DE SER APLICADAS)

Ninguna.

5. PLA D'ACCIÓ DE MILLORA QUE ARTICULA LES ACCIONS PROPOSADES ANTERIORMENT
PLAN DE ACCIÓN DE MEJORA QUE ARTICULA LAS ACCIONES PROPUESTAS ANTERIORMENTE

1. Aumentar la dotación de profesorado doctor y acreditado. Responsable: Director de Departamento. Plazo: dos próximos cursos. Prioridad 1.
2. Impulsar la matrícula. Responsable: Director del Departamento de Marketing. Plazo: curso 2013-14. Prioridad 1.
3. Estudio de programas de Ciencias de la Comunicación de la competencia internacional. Responsables: Departamento Ciencias de la Comunicación y Comité asesor internacional. Plazo: curso 2013-14. Prioridad 3.
4. Mayor seguimiento de la implementación de las actividades docentes de seminario y taller. Responsable: Director de estudios. Plazo: curso 2013-14. Prioridad 3.
5. Mayor seguimiento de la implementación de las actividades digitales (blog, foro de debate, número de accesos, número de materiales docentes publicados, número de materiales docentes consultados y número de intervenciones en foros), lo que mejora la evaluación del desempeño y la evaluación docente. Responsable: Director de estudios. Plazo: curso 2013-14. Prioridad 3.
6. Formación del profesorado en evaluación continua. Responsable: Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado. Plazo: curso 2013-14. Prioridad 3.
7. Implementación total de los procesos del SGIC, previa revisión y simplificación de los mismos. Particularmente, establecimiento del Consejo de Gobierno como responsable último de la revisión y aprobación de los IST's y ISU. Responsables: Vicerrectorado de Investigación y Calidad y Unidad Técnica de Calidad. Plazo: tres próximos cursos. Prioridad 2.
8. Crear el Comité asesor internacional. Responsable: Departamento Ciencias de la Comunicación. Plazo: curso 2013-14. Prioridad 1.
9. Reforzar el *engagement* con empresas e instituciones del sector comunicativo con fines académicos y de posibilidades de promoción laboral tras el Grado. Responsable: Departamento Ciencias de la Comunicación. Plazo: curso 2013-14. Prioridad 2.
10. Incrementar el uso del inglés en la docencia. Responsable: Director de estudios. Plazo: curso 2014-15. Prioridad 1.



6. SEGUIMENT DE LES PROPOSTES DE MILLORA DE CURSOS ANTERIORS

SEGUIMIENTO DE LAS PROPUESTAS DE MEJORA DE CURSOS ANTERIORES

Como reflexión sobre las acciones de mejora de los informes de seguimiento de los cursos anteriores, observamos un cumplimiento satisfactorio en líneas generales. Así, se ha incrementado el *engagement* con empresas e instituciones del sector publicitario con fines académicos y de posibilidades de promoción laboral tras el Grado y está mejorando la contratación del número de Doctores (acreditados) y profesionales especializados con características curriculares híbridas: profesional/docente.

Pese a que está costando el objetivo de aumentar el número de alumnos a partir del proceso de ingreso y matriculación, se está facilitando la formación dentro del alumnado en futuros programas o acciones destinadas a FPI con inclinación a la docencia y a procesos de investigación y la integración de los grupos de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación, está mejorando el proceso para la obtención de datos cuantitativos en relación a los indicadores “Satisfacción del profesorado con el programa formativo” y “Autovaloración de la consecución de competencias transversales”, también progresa la digitalización y la investigación y aumentan las felicitaciones.

IV – IDONEÏTAT DEL SISTEMA DE GARANTIA INTERNA DE LA QUALITAT (SGIQ) PER AL SEGUIMENT DE L'ENSENYAMENT

IDONEIDAD DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD (SGIC) PARA EL SEGUIMIENTO DE LA ENSEÑANZA

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat Abat Oliba CEU participó en la convocatoria 2010 del programa AUDIT, en el que el diseño de su SGIC recibió por parte de l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya una valoración positiva, aplicable a todas sus titulaciones oficiales. La información referente al SGIC está disponible en la página web <http://www.uao.es/es/conocenos/calidad/sistema-garantia-interna-calidad>.

Durante el curso 2012-13 se siguió con la consolidación de la implementación, ya comenzada durante los cursos 2009-10, 2010-11 y 2011-12, de los procesos previstos en el SGIC, con el objetivo de mejora continua de la calidad de las titulaciones. Se ha logrado un grado alto de implementación de la mayoría de los procesos, teniendo en cuenta que la mayoría de titulaciones adaptadas al EEES no estaban totalmente implantadas al estar en su tercer curso de vida. Durante el curso 2012-13 se han revisado y simplificado algunos procesos del SGIC, principalmente los procesos relacionados con la gestión y planificación de la movilidad y la gestión y revisión de las prácticas externas y orientación profesional, por medio de reuniones del equipo de Calidad con los responsables afectados en cada uno de ellos. Se espera que estos procesos estén totalmente asentados durante el curso 2013-14 en que la mayoría de grados acabarán de implantarse en su totalidad. Durante el curso se ha propuesto también la modificación del SGIC



estableciendo como responsable de la revisión y aprobación de los IST's y del ISU al Consejo de Gobierno de la Universitat.

Por su nivel alto de implementación, un curso más volvemos a destacar tres procesos claves relacionados directamente con el seguimiento del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: el proceso de revisión periódica de los programas formativos, el proceso para la planificación y desarrollo de la enseñanza y el proceso de resultados del aprendizaje. Tal y como se prevé en estos procesos, el Director del Departament de Ciències de la Comunicació, con la ayuda del Director de Estudios de Publicidad y Relaciones Públicas, realizó el análisis valorativo de la enseñanza y propuso acciones de mejora de este grado, una vez que los responsables de los servicios de la Universidad, especialmente el de Informática, facilitaran los indicadores solicitados para la segunda parte del presente informe, tal y como prevé el proceso de apoyo de medición de los resultados.

Además, destacamos que durante el curso 2012-13 se ha participado en un grupo de trabajo de las universidades catalanas, coordinado por la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, sobre la encuesta de satisfacción de los graduados/as, lo cual permitirá computar el correspondiente indicador en este grado al final del curso 2013-14.

Durante el curso 2012-13 se ha llevado a cabo la implementación de la visibilidad de los indicadores que aparecen en los IST's en la web. En la Comisión Interna de Calidad, se valoró positivamente la revisión y simplificación de los procesos citados anteriormente, y se mantuvo como prioridad, para los próximos cursos, seguir con la revisión, simplificación y mejora de los otros procesos del SGIC.

Por último, se indica que la gestión del proceso de elaboración de este informe de seguimiento ha sido llevada a cabo por la Dirección de la Unidad Técnica de Calidad del Vicerrectorado de Estudiantes y Calidad, el cual ha redactado en este informe la parte actual sobre la idoneidad del SGIC para el seguimiento de la enseñanza. La revisión y aprobación de este informe ha correspondido al Consejo de Gobierno de la Universidad