



AUTOINFORME SEGUIMIENTO curso 16/17

(Convocatoria 17/18)

Datos de Identificación del Título

<i>Universidad de Sevilla</i>	
<i>ID Ministerio</i>	<i>2502294</i>
<i>Denominación del título</i>	<i>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</i>
<i>Centro</i>	<i>Facultad de Comunicación</i>
<i>Curso académico de implantación</i>	<i>10/11</i>
<i>Web del Título</i>	<i>http://www.us.es/estudios/grados/plan_211</i>
<i>Web del Centro</i>	<i>http://www.us.es/centros/propios/centro_47</i>

Análisis

Análisis

Análisis

Análisis

6. Indicadores

P1 - EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO

Código	Indicador	Valor	Justificación
P1-1.1	TASA DE OCUPACIÓN	98.59% numerador:140 denominador:142	Tasa muy alta, alcanzándose casi el 100% (y superándose en complementario). 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 2011/12 que se alcanzaron 147.
	1.1.1 ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO EN EL TÍTULO	144	
	1.1.2 OFERTA	142	
P1-1.2	DEMANDA	86.62% numerador:123 denominador:142	Muy alta, lo que podría interpretarse en términos del atractivo del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
P1-1.3	NOTA MEDIA DE INGRESO	9.56 numerador:1376.64 denominador:144 N.I.en1ERcurso:140	La "Nota media de ingreso", es de 9,56, cifra que supera el 9,44 de los dos cursos anteriores o la obtenida en el curso 2012-2013, que fue de 9,47. Por tanto, se acerca a las cota alcanzada en cursos precedentes como al 9,52 de hace dos años. Con todo, no se han vuelto a alcanzar cotas tan altas como las de los primeros años estudiados: el 9,94 en 2011/12 y el 9,97 en 2010/11.

P1-1.4		NOTA DE CORTE Ó NOTA MÍNIMA DE ADMISIÓN	8.58	En lo que respecta a la "Nota de corte", se obtiene un 8,58; en este sentido, observamos una importante subida respecto a los dos cursos anteriores (que se sitúo en 8.38 y 8,31, respectivamente). Esta cifra tan alta se ubica en los mismos niveles de cursos precedentes como 2012-2013 (8,61), 2011/12 (8,57) o el 8,78 del curso 2010/11.
P1-1.5		Nº TOTAL DE ALUMNOS MATRICULADOS	Xa:598 Xb:548	La media de alumnos por curso se sitúa en 149,5, una cifra muy alta que incluso supera los alumnos que ingresan en primero, y que puede relacionarse con la demanda del título

P1-1.6		TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO	<p>87.76%</p> <p>numerador:28368</p> <p>denominador:32325</p>	<p>En lo que se refiere a la "tasa de rendimiento del título", se mantiene la misma tendencia que se observó en los informes anteriores. Esto es, si bien el indicador es óptimo en términos generales, con un 87,76%, respecto al 88.69%, 88,75%, 89,79%, 88,95%, 85,36% y el 87,76% de los cursos precedentes, estas cifras contrastan entre las que se obtienen de las materias adscritas a centros ajenos con las vinculadas a áreas propias del centro. De este modo, casi ninguna de las asignaturas adscritas a áreas de conocimiento del centro baja del 90%, con picos notables como por ejemplo:</p> <p>"Tecnologías Digitales aplicadas a la publicidad" con un 100%; "Creatividad Publicitaria" con un 96.92%; "Teoría e historia de la propaganda" con un 96.32%; "Comunicación política" con un 96%; o "Publicidad, Cultura y Generación de Contenidos" con un 95,92% (esta asignatura, de hecho, se propuso desde esta Subcomisión). Por el contrario, las asignaturas no adscritas a áreas de conocimiento propias del centro reducen estos datos de forma notable: "Marketing" con un 56.17%, "Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencias Comunicativas" con un 61.17%, "Economía aplicada a la publicidad" con un 71.26%, o "Planificación y Gestión de Medios Publicitarios" con un 73.91%. Por otra parte, la</p>
--------	--	--------------------------------	---	--

asignatura "Proyecto Fin de Grado" tiene unos resultados negativos, situándose en 68 la cifra.

P1-1.7		TASA DE ÉXITO DEL TÍTULO	<p>94.48%</p> <p>numerador:28368</p> <p>denominador:30024</p>	<p>Respecto a la "Tasa de éxito del título" sigue siendo muy alta: esta vez es de 94.48%, respecto al también alto 94.14%, 94,29% o 94,12% de los últimos años. Igualmente, persiste una tendencia que ya se denunció en informes anteriores, y de manera especial en los cuatro últimos. Tendencia que, a nuestro juicio, aparte de ser preocupante, porque, como ya se explicó en los informes de los últimos años, no se trata de un fenómeno aislado sino de una verdadera constante. Hace dos años se pudo analizar en su conjunto, dado que contábamos con un histórico que explicitaba nítidamente lo que se había denunciado en los diferentes informes que esta comisión ha elaborado en los últimos años. Pues bien, este año, con un nuevo ciclo en su ecuador, esta tendencia se mantiene. Como sucediera en años precedentes, en datos generales como hemos expresado antes, existe una tasa de éxito muy alta (un 94,48% respecto al 94,29%, 94,12%, 95,54%, 88,97% y 92,58% de los años pasados), de hecho, buena parte de las asignaturas alcanzan un 100% de tasa de éxito, como es el caso de "Creatividad Publicitaria", "Tecnologías aplicadas a la publicidad", "Tecnologías Digitales Aplicadas a la Publicidad", "Dirección de Arte y Diseño", "Teoría y Tecnología de la Fotografía Publicitaria", "Diseño</p>
--------	--	--------------------------	---	--

Publicitario Digital",
"Ceremonial y Protocolo" o
"Publicidad, Cultura y Gestión
de Contenidos", etc. Todas
ellas, materias pertenecientes a
áreas de conocimiento
adscritas al centro. Sin
embargo, como ya se marcara
en los dos informes anteriores,
mientras que, como se ha
ejemplificado antes, las
asignaturas pertenecientes a
áreas de conocimiento
adscritas al centro obtiene unos
resultados muy satisfactorios
(no se baja del 90%), buena
parte de las asignaturas
adscritas a áreas de
conocimiento no propias del
centro obtienen unos datos que
contrastan con la tendencia
general descrita. En este
sentido, "Marketing" un
68,94%, "Lengua Española y
Publicidad: Saber Idiomatico y
Competencias Comunicativas"
obtiene un 73,72% o
"Economía Aplicada a la
Publicidad" un 78,29%. Hace
unos años, cuando se analizó
el histórico de la "Tasa de éxito
del título" resultó interesante
comprobar cómo en los cursos
iniciales, sobre todo el primero
2010-2011 (que coincide con el
mayor número de materias
pertenecientes a áreas de
conocimiento no adscritas al
centro) se obtiene el grado de
éxito más bajo de todo el
grado, un 88,97%. Mientras
que a medida que evoluciona el
Grado (y hay una presencia
eminentemente mayoritaria de
asignaturas con vinculación a
áreas del propio centro) la

"Tasa de éxito del título" sube notablemente: 92,58%, 92,54%, 94,12% y 94,29% respectivamente. Esta tendencia descrita se mantiene, con un 94,48%. Entendemos que no se trata de una cuestión de dificultad de materias, es un problema de adecuación de los contenidos a la especificidad del título. Contrasta los resultados de la asignatura "Proyecto Fin de Grado" que tiene una tasa de éxito de 100%, con los resultados del indicador anterior. La dinámica de trabajo puede ser la explicación de esta distancia.

P1-1.8		TASA DE EFICIENCIA DEL TÍTULO	97.51% numerador1Cred.Tco.:240 numerador2Titulados:44 denominador:10830	La "Tasa de eficiencia del título" (es decir, la relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de titulados de un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse) es de un 97.51% con respecto al 99.16%, 99,51% y al 100% de las anteriores ediciones. Al no contar con datos específicos por materias, nos es imposible encontrar causas en esta tendencia.
P1-1.9		TASA DE GRADUACIÓN DEL TÍTULO	74.65% numerador:106 denominador:142	La "Tasa de graduación del título" (porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada) es del 76,26%, lo que supone un aumento considerable respecto al 75.71% y el 70,8% de los cursos anteriores.
P1-1.10		NÚMERO DE EGRESADOS POR CURSO	66 acred.lingüística:66	No contamos con información para analizar el dato de 66 que nos proporcionan.
P1-1.11		TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO	9.15% numerador:13 denominador:142	Cifra poco representativa si no se dispone de datos de otros centros o titulaciones para ejercer un estudio comparativo. Desde el punto de vista del histórico, el año pasado la cifra se situó en un 6.80%, frente a los 15,43% y 7,48% de las dos ediciones anteriores.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Altas tasas de ocupación y demanda, lo que denota lo atractivo e interesante del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
2. Alta nota media de ingreso y de corte, lo que explicita el nivel de nuestro alumnado
3. Alta tasa de rendimiento del título
4. Alta tasa de éxito del título
5. Alta tasa de graduación del título
6. Baja tasa de abandono del título
7. Alta tasa de éxito en el Proyecto Fin de Grado

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. La alta ocupación masifica las aulas; una realidad que se observa en el número de matriculados en el título (casi 150 alumnos por curso). Como acción de mejora podría plantearse limitar el número de alumnos, aunque dicha decisión escapa a nuestras competencias y es una reclamación clásica en la Facultad respecto a la Universidad de Sevilla (US).
2. Las asignaturas impartidas por departamentos externos al centro tienen peor tasa de rendimiento que las adscritas al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Como acción de mejora, y tal y como venimos proponiendo desde el principio, es necesario ampliar la oferta de optativas adscritas al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Del mismo modo, existen asignaturas troncales que el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad puede asumir.
3. Tasa de rendimiento muy baja en el Proyecto Fin de Grado. Como acción de mejora, se propone ampliar (y adelantar) las sesiones informativas sobre TFG para que el alumnado sea consciente del proyecto.
4. Las asignaturas impartidas por departamentos externos al centro tienen peor tasa de éxito que las adscritas al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad (algo especialmente significativo cuando se trata de materias optativas). Como acción de mejora, y tal y como venimos proponiendo desde el principio, es necesario ampliar la oferta de optativas adscritas al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Del mismo modo, existen asignaturas troncales que el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad puede asumir.
5. Con el propósito de responder a una realidad cambiante en el sector de la Publicidad y las RR.PP. y atendiendo a criterios exclusivamente académicos, creemos necesario modificar levemente algunas denominaciones de materias. Acción de mejora: para mejorar académicamente los contenidos y adecuarse a las necesidades profesionales del sector, proponemos el cambio de nombre de la asignatura "Dirección de cuentas" a "Dirección de la Comunicación Institucional y Social". De este modo, se profundiza en sectores relevantes del ámbito público y social, y no únicamente en la comunicación comercial.
6. Con el propósito de responder a una realidad cambiante en el sector de la Publicidad y las RR.PP., y atendiendo a criterios exclusivamente académicos, creemos necesario modificar levemente algunas denominaciones de materias. Acción de mejora: para mejorar académicamente los contenidos y adecuarse a las necesidades profesionales del sector, proponemos que la asignatura "Publicidad en Sectores Económicos y Sociales" pase a denominarse "Gestión de Cuentas en sectores económicos y sociales", ampliando el contenido de la misma sustancialmente e incorporando un nuevo enfoque más ajustado a las tendencias de la gestión de cuentas en publicidad, ya que se trata de una asignatura obligatoria de 4º curso.
7. Con el propósito de responder a una realidad cambiante en el sector de la Publicidad y las RR.PP., y atendiendo a criterios exclusivamente académicos, creemos necesario modificar levemente algunas denominaciones de materias. Acción de mejora: la asignatura "Teoría del consumo" pasa a denominarse "Promoción de Ventas y Consumo". Este cambio de nombre tiene por objeto especializar la materia a la gestión profesional de la publicidad como instrumento que acelera el consumo.
8. Con el propósito de responder a una realidad cambiante en el sector de la Publicidad y las RR.PP. y atendiendo a criterios exclusivamente académicos, creemos necesario modificar levemente algunas denominaciones de materias. Acción de mejora: la asignatura "Tecnología Digital aplicada a la Publicidad" pasa a denominarse "Teoría del Consumo Digital". Al tratarse de una materia de carácter obligatorio, con este cambio se pretende no limitar de forma exclusiva los

contenidos en su vertiente profesional y ampliar los mismos a cuestiones teóricas. Incorporar el descriptor "consumo" permite diferenciar los contenidos respecto a otras materias limítrofes como "Teoría y Estructura de la Publicidad".

9. Con el propósito de responder a una realidad cambiante en el sector de la Publicidad y las RR.PP., y atendiendo a criterios exclusivamente académicos, creemos necesario modificar levemente algunas denominaciones de materias.

Acción de mejora: la asignatura "Diseño Publicitario Digital" pasa a denominarse "Diseño y Tecnología Digital en Publicidad". Con esta propuesta de cambio de nombre, se pretende complementar el diseño digital con las herramientas tecnológicas que son consustanciales al entorno online.

P2 - EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA Y EL PROFESORADO

Código	Indicador	Valor	Justificación
---------------	------------------	--------------	----------------------

P2-2.1		PROFESORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	57	<p>El número de profesores doctores implicados en el título es notable (64,91%); de hecho, sube respecto a ejercicios anteriores. La cuestión de los sexenios (35 reconocidos), si bien no es una cifra mala, tiene varios matices que se deben tener en cuenta para evaluarla en su justa medida: hasta la fecha solo pueden solicitar sexenios de investigación aquellos profesores que sean catedráticos, titulares y contratados doctores (lo que supone solo el 43,86% del profesorado implicado en el título). El hecho de que casi el 60% del profesorado implicado en el título no pueda solicitar sexenios (la mitad de los doctores) no solo baja la media, también mengua la posibilidad de promoción de este profesorado. Si a esto le sumamos los actuales criterios de la ANECA para titular y catedrático (son casi inasumibles), la carrera del grueso de profesores implicados con el título se hace muy cuesta arriba. Todo esto explica la baja vinculación permanente de los profesores vinculados al título. Estamos hablando de que un 56,14% del profesorado implicado en el título no tiene vinculación permanente, con el consecuente impacto que ello tiene en la docencia, dada la precariedad del grueso del profesorado. Del mismo</p>
--------	--	------------------------------------	----	---

modo, la dificultad de los nuevos criterios de la ANECA sumado al bloqueo de dicha institución en los últimos años, incide en el escaso número de catedráticos implicados en el título. El histórico también revela la progresiva pérdida de titulares (en el 2104-2015 había un 36,36% de titulares implicados frente al 33,33% de este año) y en general profesores con vinculación permanente (en el 2104-2015 había un 54,55% de profesores con vinculación permanente implicados, en 2015-2016 fue de 46,67% y este año vuelve a bajar con un 43,86%). Estas cifras denotan una clara precarización de los profesores vinculados al título (que en muchos casos son PSI).

	2.1.1	PROFESORES DOCTORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	64.91% numerador:37 denominador:57	
	2.1.2	SEXENIOS RECONOCIDOS AL PROFESORADO	35	
	2.1.3	PROFESORADO ASOCIADO IMPLICADO EN EL TÍTULO.	12.28% numerador:7 denominador:57	
	2.1.4	PROFESORADO CON VINCULACIÓN PERMANENTE IMPLICADO EN EL TÍTULO.	43.86% numerador:25 denominador:57	
	2.1.5	PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	33.33% numerador:19 denominador:57	
	2.1.6	CATEDRÁTICOS DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO.	1.75% numerador:1 denominador:57	
P2-2.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA ACTUACIÓN DOCENTE DEL PROFESORADO	4.01 Respuestas:1761 Universo:57	Estamos en un 4,01 que no es una mala cifra. Al respecto, se baja un poco respecto a los cursos 2014/15 (4,11) y (2015/16 (4,14), pero la valoración es más alta que en los cursos precedentes. No obstante, y este dato sí es más preocupante, por primera vez se obtiene una puntuación más baja que la que corresponde a la media del centro y de la universidad. Una rotación excesiva de profesorado vinculado a otros centros y el escaso número de profesores con vinculación permanente son factores que inciden en estos indicadores.

P2-2.3		GUÍAS DOCENTES: PROGRAMAS Y PROYECTOS PUBLICADOS EN PLAZO ESTABLECIDO	-	Se ha alcanzado el 100% de programas publicados en el plazo establecido, al igual que en los dos cursos anteriores. También es positivo respecto a años anteriores el porcentaje de proyectos docentes publicados en plazo, ya que este ha sido de un 91,38%, respecto al 76,32% del curso 2015-16 y el 89,47% del 2014-15.
	2.3.1	PROGRAMAS DE ASIGNATURAS PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO	100.00% numerador:38 denominador:38	
	2.3.2	PROYECTOS DOCENTES PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO.	91.38% numerador:53 denominador:58	
P2-2.4		PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE	14.04% numerador:8 denominador:57	Se incrementa más del doble respecto al 6.67% alcanzado el curso anterior, lo cual debe interpretarse en términos muy favorables
P2-2.5		GRADO DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA LA ELECCIÓN Y REALIZACIÓN DE LOS TRABAJOS FIN DE GRADO/MÁSTER.	2.60 Respuestas:60 Universo:598	No tenemos comparativa, pero es un mal dato (pese a la escasa repuesta respecto al universo).

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. El número de profesores doctores implicados con el título
2. Valoración notable en lo que respecta a la satisfacción con la actuación docente del profesorado, si bien baja respecto al año anterior
3. Se ha alcanzado el 100% de programas publicados en el plazo establecido
4. El porcentaje de proyectos docentes publicados en plazo mejora respecto a cursos anteriores (53 de 58).
5. El indicador de los proyectos de innovación se incrementa más del doble respecto al curso anterior.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Escaso número de profesores vinculados al título con dedicación permanente (43,86%). Es necesario que desde la US se favorezca la promoción interna del profesorado y se diseñe una carrera estable que consolide al mismo.
2. Bajo número de sexenios (35) por la imposibilidad de solicitarlos a no ser que tenga vinculación permanente. Aunque, una vez más, son medidas que van más allá de la gestión del Grado, consideramos importante, aparte de la necesaria estabilización antes comentada, permitir la petición de sexenios a todo el PDI con título de doctor.
3. La satisfacción con la actuación docente del profesorado ha bajado, situándose este año en 4,01. Si bien no

contamos con la información concreta de las evaluaciones específicas de los docentes, acudiendo a las tasas de rendimiento y éxito de los últimos años, así como el número de alumnos matriculados en las optativas, cabe pensar que la adscripción departamental de las materias es un aspecto relevante.

4. El grado de satisfacción frente al procedimiento para la elección y realización de los TFG es el indicador más bajo de las encuestas de satisfacción del alumnado. Si bien no se puede obviar que hay muchos alumnos que responden NS/NC para dicho indicador, el reducido valor (2,60) resulta preocupante, sobre todo teniendo en cuenta que dichos trabajos se entienden como la culminación del título.

Acción de mejora: ampliar (y adelantar) las sesiones informativas sobre TFG para que el alumnado sea consciente del proyecto, y buscar fórmulas alternativas a este respecto.

P3 - EVALUACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y RECURSOS

Código	Indicador	Valor	Justificación
P3-3.1	GRADO DE SATISFACCIÓN CON LAS INFRAESTRUCTURAS.	Xa:3.21 Xa)(Respuestas:179 Xa)(Universo:598 Xb:3.21 Xb)(Respuestas:34 Xb)(Universo:50 Xc:4.05 Xc)(Respuestas:21 Xc)(Universo:54	No se trata de resultados negativos, puesto que se sitúan en un nivel medio-alto, pero sí mejorables, sobre todo en lo que respecta a la opinión de los estudiantes (aunque el número de respuestas no es significativo en cuanto al universo) y PAS (siendo para ambos grupos de 3.21). En cuanto al profesorado, la puntuación es ligeramente superior (4.05), lo cual sí puede considerarse un dato positivo.
P3-3.2	GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA.	3.13 Respuestas:178 Universo:598	Los resultados en cuanto al grado de satisfacción de los estudiantes no son especialmente buenos, pero se mantienen en una posición media-alta. No obstante, el número de respuestas no puede considerarse representativo respecto al universo total de alumnos, por lo que los resultados no son significativos.

P3-3.3		GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS RECURSOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL.	Xa:2.51 Xa)(Respuestas:169 Xa)(Universo:598 Xb:4.09 Xb)(Respuestas:22 Xb)(Universo:54	Los resultados en cuanto al grado de satisfacción de los estudiantes no pueden considerarse significativos teniendo en cuenta el universo de la muestra; no obstante, no supone un resultado muy favorable. En este caso, se observa una diferencia importante con la opinión de los profesores.
--------	--	--	--	--

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Las infraestructuras del centro se organizan según áreas: Área de edición, Área de fotografía, Área de sonido, Biblioteca y Videoteca... y todos los años se realiza una inversión económica importante (solicitando ayudas de la propia universidad) para realizar mejoras en cuanto a los equipos y el material disponible. No obstante, es necesario trabajar en este aspecto si la percepción de la comunidad universitaria no es acorde a dicho esfuerzo en cuanto a la renovación que se realiza en el centro, con el fin de conocer su experiencia como usuarios.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Al tratarse de la primera vez que se evalúan estos aspectos, no se dispone de datos de años anteriores con los que realizar una comparativa y extraer resultados en cuanto a un incremento o descenso del nivel de satisfacción de estudiantes, PAS y profesores en lo referente a las infraestructuras. A partir de ahora, podrá obtenerse información más significativa al respecto.

2. El nivel de satisfacción de los alumnos con los recursos de orientación profesional resulta bajo, lo cual requiere un análisis en profundidad, con el objetivo de conocer las causas de dicha disconformidad (a pesar de no tratarse de una muestra significativa).

P4 - ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Código	Indicador	Valor	Justificación
P4-4.1	TASA DE ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	6.75% numerador:37 denominador:548	La tasa de estudiantes de la titulación en otras universidades nacionales o extranjeras es baja. Esto se debe, fundamentalmente, a dos motivos. El primero es la dependencia de las becas de movilidad. El número de becas se ha reducido considerablemente en los últimos años debido a la crisis económica. Por otro, a la especificidad de nuestros estudios, por lo que resulta complicado encontrar la misma titulación en otros centros, especialmente los europeos.

P4-4.2		TASA DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	19.16% numerador:105 denominador:548	En cuanto al dato de estudiantes extranjeros en nuestra titulación se mantiene en la media de otros años. Más del 19% de los estudiantes de nuestra titulación proceden de otras universidades, lo que implica que nuestros estudiantes tengan contacto con otras culturas, y evidencia además cierto interés en nuestro Grado por parte de otras universidades.
P4-4.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES.	Xa:3.17 Xa)(Respuestas:12 Xa)(Universo:33 Xb:4.33 Xb)(Respuestas:3 Xb)(Universo:4	Los datos ofrecidos son muy poco representativos debido al escaso número de encuestados. Aún así, los datos revelan que el grado de satisfacción es medio-alto, aunque es mayor en los programas de movilidad nacional que en los de convenios internacionales.
P4-4.4		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES.	Xa:4.25 Xa)(Respuesta:4 Xa)(Universo:94 Xb:3.00 Xb)(Respuesta:2 Xb)(Universo:11	La tasa de respuestas es todavía menor en este criterio, por lo que es difícil valorar el grado de satisfacción de los estudiantes procedentes de otras universidades sobre la US. Según los datos, la satisfacción es muy alta en el caso de los estudiantes extranjeros, y media en el caso de los nacionales.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. La tasa de estudiantes de la titulación en otras universidades se mantiene, e incluso se aprecia cierto repunte que debemos observar en los próximos cursos
2. La tasa de estudiantes extranjeros ha aumentado considerablemente, pasando de apenas el 10% a casi un 20%

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Poca representatividad de las encuestas realizadas tanto a los estudiantes extranjeros como a los estudiantes de la titulación. Se debe fomentar la difusión de las encuestas relacionadas con este indicador.

P5 - EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

Código	Indicador	Valor	Justificación
--------	-----------	-------	---------------

P5-5.1		EMPRESAS CON CONVENIO CON ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS EXTERNAS.	119	Teniendo en cuenta el número de empresas e instituciones vinculadas a la US con convenio de Prácticas de Formación Académica, se observa un constante incremento desde los últimos años. Así, en el curso 2013/2014 eran 62 empresas, en el curso 2014/2015 este número sube a 76, y en el curso 2015/2016 a 111 (teniendo en cuenta las renunciaciones de prácticas del total de 127 empresas). Por lo tanto, el hecho de contar con 119 en este curso supone un resultado positivo que evidencia el progresivo crecimiento de la oferta de prácticas.
P5-5.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS	4.12 Xe)(TE:4.34 Xe)(TI:3.80	En cuanto al nivel de satisfacción de los estudiantes durante el curso 2016/2017 es de 4.12 (82,4), por lo que se produce un leve descenso respecto al 87,3 del curso 2015/2016 y a los nueve puntos de cursos anteriores.

P5-5.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES CON LAS PRÁCTICAS.	-	<p>En relación con el indicador P5-5.3.1, hay que señalar que desde el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Estudiantes se recoge de manera manual la valoración que los tutores académicos (tutores internos de la universidad) hacen de las prácticas. Así, la satisfacción de los tutores académicos con las prácticas es inmejorable (10). En cuanto a la satisfacción de los tutores profesionales con las prácticas, datos del mismo Vicedecanato indican que el 97% de las empresas tiene un nivel de satisfacción con la gestión y realización de prácticas en empresas, así como con los estudiantes adjudicados, valorada con una calificación superior al 9. Por otro lado, un 2% de las empresas tiene un nivel de satisfacción con la gestión y realización de prácticas, así como con los estudiantes adjudicados, valorada con una calificación entre el 7 y el 9. Y un 1% de las empresas tiene un nivel de satisfacción con la gestión y realización de prácticas, así como con los estudiantes adjudicados, valorada con una calificación inferior al 6. Según el indicador P5-5.3.2., el nivel de satisfacción de los tutores externos con las prácticas, es de 4.49 sobre 5, lo cual supone una valoración muy positiva... no obstante, los datos de años anteriores son aún mejores, puesto que se obtuvo un 100%.</p>
--------	--	---	---	--

	5.3.1	NIVEL DE SATISFACCIÓN TUTORES INTERNOS DE PRÁCTICAS	S/D	
	5.3.2	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS CON LAS PRÁCTICAS.	4.49	

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. A pesar de que se observan ligeros descensos en cuestiones clave, como el nivel de satisfacción de los alumnos o de los tutores externos, los resultados obtenidos siguen siendo bastante altos y positivos
2. Igualmente, el aumento progresivo en cuanto al número de empresas con convenio de prácticas supone un aspecto a valorar, teniendo en cuenta las debilidades en el tejido empresarial andaluz, y más concretamente en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Descenso (aunque muy leve) del grado de satisfacción de los estudiantes con las prácticas externas, así como del grado de satisfacción de los tutores externos

P6 - EVALUACIÓN DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS Y DE LA SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA

Código	Indicador	Valor	Justificación
P6-6.1	EGRESADOS OCUPADOS INICIALES	48.05% numerador:37.00 denominador:77.00	Este porcentaje (48.05%) muestra que casi la mitad de los egresados consiguieron empleo al año de haber finalizado sus estudios. A pesar de que pueden resultar resultados no muy positivos, hay que tener en cuenta que una gran parte de ellos continúan su formación con un máster u otro tipo de cursos de especialización tras acabar la titulación universitaria, por lo que sería interesante poder contar con más datos en este sentido para hacer una valoración correcta de dichos resultados. Un dato positivo es que se observa un aumento respecto al curso anterior, cuando el porcentaje no llegaba al 40% (36.21%), por lo que se observa una mejora reseñable.

P6-6.2		TIEMPO MEDIO EN OBTENER EL PRIMER CONTRATO	5.93 numerador:196 denominador:33	El tiempo medio que tardan los egresados en obtener su primer contrato o ejercer una actividad profesional por cuenta propia es de 5.93, lo cual supone un aumento respecto al curso pasado (4.73). No obstante, es la primera vez que se cuenta con datos desglosados con respecto a este ítem (esta vez se conocen tanto la suma de meses transcurridos hasta el primer alta en la Seguridad Social desde su egreso, como el número de egresados con nuevas altas en la Seguridad Social desde su egreso), por lo que resulta complejo poder establecer una comparativa correcta con años anteriores.
P6-6.3		ADECUACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL A LA TITULACIÓN	3.82	El grado de satisfacción de los egresados ocupados con su situación laboral en conexión con su titulación es de 3.82, lo cual supone un resultado positivo (medio-alto). Para poder realizar la comparativa con cursos previos, hay que aclarar que este ítem (al igual que el siguiente) se representaba anteriormente en porcentajes. Según la puntuación sobre 5, la del curso anterior es de 4.28 (85.71%), lo cual supone un descenso en este sentido y, por lo tanto, algo a analizar y a tener en cuenta.

P6-6.4		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON LA FORMACIÓN RECIBIDA	3.44	Al igual que en el ítem anterior, los resultados respecto al grado de satisfacción de los egresados con la formación recibida (3.44) pueden considerarse positivos, al ser medio-altos. No obstante, se produce un descenso (más acusado en este caso) respecto al curso 2015/2016, con un 4.28 (85.71%), lo cual supone un resultado negativo que requiere de atención.
P6-6.5		NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES CON LA FORMACIÓN ADQUIRIDA	3.88	Es la primera vez que se cuenta con datos con respecto al grado de satisfacción de los empleadores con la formación adquirida por los egresados, por lo que no se pueden establecer comparativas diacrónicas. No obstante, pueden considerarse resultados positivos, ya que es una puntuación (3.88) media-alta.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Aumenta el porcentaje de egresados ocupados al año de su egreso con respecto al curso pasado, lo cual supone un resultado positivo
2. Los resultados respecto al grado de satisfacción de los empleadores con la formación adquirida por los egresados pueden considerarse positivos, siendo la primera vez que se cuenta con dichos datos

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Sería interesante poder conocer el número de estudiantes que, al año de su egreso, continúan su formación académica, además de conocer el número de aquellos que se incorporan al mercado laboral, con el fin de obtener datos más significativos en este sentido
2. Descenso en el grado de satisfacción de los egresados ocupados con su situación laboral en conexión con su titulación, así como en el grado de satisfacción de los egresados con la formación recibida. A pesar de que los resultados no son negativos, se requiere prestar atención a este aspecto, con el fin de que mejore en años próximos.

P7 - EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL TÍTULO DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS

Código	Indicador	Valor	Justificación
--------	-----------	-------	---------------

P7-7.1		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO CON EL TÍTULO	3.12 Respuestas:177 Universo:598	<p>Antes de poder realizar la comparativa de dicha puntuación con cursos previos hay que tener en cuenta que este ítem (y ocurre con los otros dos del procedimiento) se evaluaba anteriormente del 1 al 10 y ahora del 1 al 5. En este sentido, la puntuación de 6,17 del curso 2015-2016 sería, según el intervalo actual, de un 3,09, lo que significa que hay un incremento (reducido) en cuanto a la satisfacción con el título. Asimismo, la puntuación sigue siendo mayor que la media del centro, aunque, a diferencia de lo que ocurría en cursos previos, es inferior respecto a la media de la Universidad. Las cuestiones peor valoradas por el alumnado son las referentes a "los recursos de orientación profesional del Título" (2,51), "el sistema existente para interponer y dar respuestas a quejas y sugerencias e incidencia" (2,61) y "la distribución entre créditos teóricos y prácticos" (2,68). También las cuestiones referentes a las prácticas externas y los trabajos fin de grado, pero en este caso se acumulan demasiados NS/NC como para poder hacer un análisis adecuado. En cualquier caso, ninguno de estos aspectos "suspendería", pues todas están por encima del nivel medio. Por su parte, las cuestiones mejor valoradas son "la adecuación de los horarios y turnos" (3,46), "el profesorado" (3,29), "la disponibilidad, accesibilidad y utilizada de la información existente" (3,24) y "las infraestructuras e instalaciones" (3,21). Aunque la puntuación no es excelente, esta se incrementa para todas las preguntas, aunque hay que apuntar, como dato negativo, que en la encuesta solo participó el 29,6% de los matriculados (frente al 43,4% de la edición anterior). Asimismo, no se dispone de datos</p>
--------	--	--	--	--

previos para la cuestión referente a “los recursos de orientación profesional del Título”, por lo que no se puede realizar ninguna comparativa al respecto.

P7-7.2		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL TÍTULO	4.19 Respuestas:21 Universo:54	<p>La satisfacción del profesorado con el título se ha visto incrementada respecto al curso anterior, pasándose de un 3,77 (7,54 según el intervalo del 1 al 10) a un 4,19. No obstante, el nivel de participación de dicho profesorado en la encuesta ha bajado del 42,9% al 38,9%. La satisfacción del equipo docente con el título es, asimismo, bastante superior a la media del centro y a la media de la universidad. En cuanto a las preguntas específicas, la peor valorada es la referente al "tamaño de los grupos para su adaptación a las nuevas tecnologías de enseñanza-aprendizaje" (3,05), reflejando una problemática que se ha venido indicando en diferentes informes: el excesivo tamaño de los grupos de las asignaturas para desempeñar un correcto trabajo docente e implementar métodos de enseñanza innovadores, más prácticos y acordes con los tiempos actuales. Y, sin embargo, es el punto cuya puntuación más se ha visto incrementada respecto al curso anterior. Por su parte, "la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente sobre el Título" es la cuestión que ha recibido una puntuación media más alta (4,24), estableciéndose así un paralelismo con las respuestas de los estudiantes. No obstante, existe una disparidad importante, y digna de ser reseñada, entre la valoración que los docentes hacen de "la variedad y adecuación de la metodología docente utilizada" (4,24) y "la distribución entre créditos teóricos y prácticos" (4,18), y la que hacen los estudiantes sobre estos aspectos (2,73 y 2,68, respectivamente). En este sentido, resulta necesario establecer acciones que permitan conocer mejor cuáles son los intereses y necesidades de los alumnos, y ver cómo pueden ser</p>
--------	--	---	--------------------------------------	--

implementadas las mejoras.

P7-7.3		NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON EL TÍTULO	3.63 Respuestas:32 Universo:50	<p>El primer punto a destacar respecto a este ítem es el incremento en la participación del personal de administración y servicios en la encuesta, pasándose de un 20,5% a un 64,0%. Al respecto, la valoración media prácticamente se mantiene, incrementándose en dos centésimas, y aunque es algo inferior a la media de la universidad (3,63 respecto a 3,88), con el incremento de participación ya se puede realizar un mejor análisis de los resultados que conduzcan a establecer propuestas de mejora para incrementar la satisfacción del colectivo con el título. En cuanto a las preguntas concretas, las cuestiones peor valoradas son las referidas al "sistema existente para interponer y dar respuestas a quejas y sugerencias e incidencias" (2,67) y "el equipamiento de las instalaciones en las que realiza su trabajo" (2,88). Por su parte, las cuestiones mejor valoradas son las que tienen que ver con "el resto de compañeros del personal de administración y servicios" (4,06), "la gestión de las aulas" (3,88) y "la gestión de horarios" (3,82), así como "el contacto con el alumnado de los títulos" (3,76). Respecto a este último punto, existe, sin embargo, una disparidad con la opinión que tienen los alumnos con el personal de administración y servicios (2,73). El personal de administración y servicios valora mejor el contacto con los alumnos que a la inversa, a diferencia de lo que ocurre con el profesorado, pues en este caso, los docentes dan una valoración mayor al personal de administración y servicios (4,09) que al revés (3,36).</p>
--------	--	--	--------------------------------------	--

1. La satisfacción del alumnado con el título se incrementa respecto al curso anterior, si bien no llega a las cifras esperadas teniendo en cuenta la valoraciones generales
2. La satisfacción del profesorado con el título se incrementa notablemente respecto al curso anterior
3. La participación del Personal de Administración y Servicios aumenta de forma notable con respecto a ejercicios anteriores.

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. No hemos alcanzado los objetivos de satisfacción con el título por parte del alumnado.

Acción de mejora: organizar reuniones periódicas con representantes de alumnos para conocer mejor la problemática, pues los datos numéricos no facilitan más información.

2. Disparidad de pareceres entre los diferentes colectivos. Al respecto, y en relación con la acción de mejora apuntada en el punto anterior, se podría organizar una reunión con representantes de los diferentes colectivos implicados para conocer mejor la problemática.

P8 - GESTIÓN Y ATENCIÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS E INCIDENCIAS

Código	Indicador	Valor	Justificación
P8-8.1	QUEJAS, SUGERENCIAS, INCIDENCIAS Y FELICITACIONES INTERPUESTAS	0.36%	Las quejas recibidas son solo dos, un índice que solo representa el 0,36%. Es cierto que, en comparación con otros años, este índice ha aumentado, pero también se debe a que los estudiantes no conocían el sistema de quejas e incidencias. Esto demuestra que las campañas de comunicación del sistema de quejas está funcionando.
	8.1.1	QUEJAS INTERPUESTAS	0.36% numerador:2 denominador:548
	8.1.2	INCIDENCIAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:548
	8.1.3	SUGERENCIAS INTERPUESTAS	0.00% numerador:0 denominador:548
	8.1.4	FELICITACIONES RECIBIDAS	0.00% numerador:0 denominador:548

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Valor muy bajo del número de quejas que solo representa el 0,36%
2. Parece que las campañas de comunicación sobre el sistema de quejas están funcionando

Debilidades y decisiones de mejora adoptadas en el procedimiento

1. Ha aumentado el porcentaje de quejas, aunque sea muy poco relevante

P9 - MECANISMOS PARA LA DIFUSIÓN DEL TÍTULO

Código	Indicador	Valor	Justificación
P9-9.1	ACCESO A LA INFORMACIÓN DEL TÍTULO DISPONIBLE EN LA WEB	11623	Las consultas a la web de la titulación se mantienen de forma constante y, además, se aprecian ciertos repuntes en los meses de septiembre, mayo y junio. Estos meses son los de mayor acceso porque coinciden con los periodos de matriculación y otras gestiones administrativas.

Fortalezas y Logros del procedimiento

1. Se mantiene el número entradas a la web de la titulación
2. Los picos de accesos en los meses de matriculación y otras gestiones administrativas demuestran la utilidad de la web

7. Plan de Mejora del título.

(Se adjunta al final del documento)

8. Tratamiento de las recomendaciones realizadas en el informe de verificación y si procede, de modificación



PLAN DE MEJORA Curso 2016/17

Universidad/es: Universidad de Sevilla

Id.Ministerio: 2502294

Denominación título: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Centro/s: Facultad de Comunicación

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

Número:	1	Origen:	RES (Recomendación de Especial Seguimiento)
Doc.Origen:	IRA (Informe de Renovación de la Acreditación)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Campaña por correo electrónico para aumentar la participación en las encuestas.			
Justificación:			
Necesidad de fomentar la participación de los distintos grupos de interés en las encuestas de satisfacción.			
Responsable:			
Vicedecanato de Calidad, Postgrado e Investigación de la Facultad de Comunicación			
Fecha inicio prevista:	01-10-2018	Fecha fin prevista:	01-05-2019
Indicador:			
P7			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	2	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Adelantar las sesiones informativas para el Trabajo fin de Grado (TFG). Las sesiones informativas sobre TFG, organizadas por el Decanato deberían adelantarse al inicio del curso académico con el objetivo de mejorar la planificación anual del estudiante.			
Justificación:			
La tasa de rendimiento es muy baja y consideramos que adelantar la información sobre el procedimiento permitirá mejorar la planificación académica del estudiante.			
Responsable:			
Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia			
Fecha inicio prevista:	10-09-2018	Fecha fin prevista:	05-10-2018
Indicador:			
P2/2.5.			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	3	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Cambiar el nombre de la asignatura optativa "Teoría del Consumo" por "Promoción de Ventas y Consumo".			
Justificación:			
Este cambio de nombre tiene por objeto especializar la materia respecto a la gestión profesional de la publicidad como instrumento que acelera el consumo. De este modo, la asignatura permitiría ampliar su enfoque y adaptarla a la realidad profesional.			
Responsable:			
Vicedecanato de Calidad, Postgrado e Investigación, y Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia			
Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	16-09-2019
Indicador:			
P1 EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		

Observaciones:

Número:	4	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Cambiar el nombre de la asignatura optativa "Tecnología Digital aplicada a la Publicidad" por "Teoría del Consumo Digital".			
Justificación:			
Este cambio de nombre tiene por objeto especializar la materia en función de la gestión profesional de la publicidad como instrumento que acelera el consumo. De este modo, la asignatura permitiría ampliar su enfoque y adaptarla a la realidad profesional.			
Responsable:			
Vicedecanato de Calidad, Postgrado e Investigación, y Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia			
Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	16-09-2019
Indicador:			
P1 EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	5	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Cambiar el nombre de la asignatura obligatoria "Diseño Publicitario Digital" por "Diseño y Tecnología Digital en Publicidad".			
Justificación:			
Este cambio tiene por objeto responder a una realidad cambiante en el sector de la Publicidad y las RR.PP. En concreto, con esta modificación de nombre se pretende complementar el diseño digital con las herramientas tecnológicas que son consustanciales al entorno online.			
Responsable:			
Vicedecanato de Calidad, Postgrado e Investigación, y Vicedecanato de Ordenación Académica y Docencia			
Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	16-09-2019
Indicador:			
P1 EVALUACIÓN Y MEJORA DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

Número:	6	Origen:	AI (Análisis interno)
Doc.Origen:	AUS (Autoinforme Seguimiento)		
Descripción de la Acción de mejora:			
Llevar a cabo una campaña informativa y de promoción con el objetivo de fomentar la participación en las encuestas sobre movilidad.			
Justificación:			
La participación de estas encuestas es muy baja, tanto en alumnos extranjeros como nacionales; por este motivo, el Decanato, junto con el Vicerrectorado de Internacionalización, debe hacer una campaña que incentive la participación de los estudiantes.			
Responsable:			
Vicedecanato de Movilidad y Relaciones Internacionales			

Fecha inicio prevista:	17-09-2018	Fecha fin prevista:	16-09-2019
Indicador:			
P4-4.3 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES			
P4-4.4 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES			
Valor del indicador:			
Acción finalizada:	No		
Observaciones:			

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