



AUTOINFORME DE SEGUIMIENTO curso 24/25

(Convocatoria 25/26)

Datos de Identificación del Título

Universidad de Sevilla	
Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos	
ID Ministerio	4318160
Curso académico de implantación	2022/23
Web del Centro/Escuela de Posgrado	https://fcom.us.es/
Web de la Titulación	https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-publicidad-y-gestion-de-contenidos
Convocatoria RA1	
Convocatoria RA2	
Convocatoria RA3	
Centro o Centros donde se imparte	Facultad de Comunicación

I. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE.

Criterio 1: La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

ANÁLISIS

1. El título publica información completa y actualizada sobre las características del programa y su desarrollo operativo.

La web del título cuenta con información relativa a las características del programa. Así, es posible encontrar los siguientes apartados: denominación completa del título en castellano; menciones del título de Grado; modalidad de enseñanza (presencial, híbrida y virtual); número total de créditos; idioma de impartición; número de plazas ofertadas, requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes; criterios de reconocimiento y transferencia de créditos; información sobre los programas de movilidad de los estudiantes propios y de acogida; perfiles de ingreso y de egreso a los que se orientan las enseñanzas. Se incluyen, además, los siguientes datos: fecha de publicación en el RUCT, curso de implantación, procedimiento para la expedición del suplemento Europeo al título, cronograma, objetivos y resultados de aprendizaje del título. Por otro lado, la web dispone de información relativa al desarrollo operativo del programa, en concreto: materias o asignaturas del plan de estudios; número de créditos ECTS; tipología (básica, obligatoria, optativa), prácticas académicas externas, información sobre los TFMs; organización temporal; descripción de actividades y metodologías docentes, así como de los sistemas de evaluación para cada asignatura incluyendo contenidos docentes e información sobre el profesorado y la persona que la coordina; descripción de los perfiles básicos del profesorado (número de profesores/as, número de doctores/as, categorías y acreditaciones), número de quinquenios y sexenios, áreas de conocimiento en las que imparten docencia, número de ECTS asumidos en las materias) y de otros recursos humanos necesarios y disponibles; medios materias y servicios disponibles (espacios docentes, instalaciones y equipamientos académicos, laboratorios, aulas informáticas...). En lo relativo a las prácticas académicas externas, se informa sobre el mecanismo de organización y criterios de elección por parte del alumnado y los convenios o compromisos con entidades, instituciones, organizaciones y empresas incluyendo el número de plazas disponibles. También se incluye información sobre horarios, aulas y exámenes, y el proceso de formación, innovación y evaluación del profesorado.

Además, la web del título cuenta con la información relativa al apoyo y orientación académica y profesional del estudiantado una vez matriculado, teniendo en cuenta la diversidad del perfil del estudiantado.

En definitiva, la información aportada en la web del título es clara y fácilmente accesible para el alumnado y la sociedad en su conjunto. Igualmente, es accesible a personas con diversidad funcional.

Para facilitar dicho acceso, toda la información del título está contenida en una única página web, alojada en la página web de la Universidad de Sevilla. También se puede encontrar información complementaria del título en la web de la Facultad de Comunicación. En todo caso, la información es homogénea en ambos sitios y se actualiza de forma simultánea, cumpliendo así con los requisitos.

2. El título publica información sobre los resultados alcanzados y la satisfacción teniendo en cuenta todos los grupos de interés (profesorado, estudiantado, egresados, empleadores, personal de apoyo).

La página web del título recoge los resultados de satisfacción de los distintos grupos de interés: estudiantes, PDI, personal de apoyo, egresados/as y empleadores/as, ofreciendo, además los datos de cursos anteriores.

De la misma forma, la web se recoge los principales datos y resultados del título: oferta y demanda académica, resultados por asignaturas y globales del programa formativo, estudiantado, personal académico y empleabilidad.

Información acerca de los resultados de satisfacción y otros referentes a los resultados del título pueden consultarse también en el cuadro de mandos a través del apartado de Calidad de la web de la Facultad de Comunicación: <https://fcom.us.es/cuadro-mandos>.

3. La institución publica el SIGC en el que se enmarca el título, así como todos los resultados de las revisiones realizadas, tanto en el seguimiento como en renovación de la acreditación.

La página web del título da acceso al Sistema de Gestión de Calidad en el que se enmarca el título. En esta misma línea, la web facilita el acceso a la memoria de verificación y a los informes de seguimiento, así como el procedimiento de Sugerencias y reclamaciones; y el acceso al Buzón de quejas, sugerencias, felicitaciones e incidencias.

4. Satisfacción del estudiantado y el PDI con la información pública disponible relativa al título.

En cuanto al grado de satisfacción relativo a la información pública disponible el sobre el título, el colectivo de los/as estudiantes muestra una puntuación de 2.91 en su valoración, lo que supone un ligero ascenso con respecto al curso anterior (2,69). En relación a la opinión expresada por el profesorado, esta se mantiene estable con 3 puntos durante los dos cursos académicos. El colectivo del PTGAS es el más satisfecho, ya que puntúa este ítem con 4,82 puntos, mejorando con respecto al curso anterior (3.88). En todo caso, la baja valoración inicial de los dos primeros colectivos puede deberse al propio proceso de implantación del título, que ha requerido de tiempo para que toda la información esté disponible y accesible.

Un dato favorable en este sentido es el crecimiento del número de entradas a la web institucional del título, que asciende de 9701 en el curso 2022/2023 a 11345 en 2023/2024, lo cual indica que se trata de un recurso útil y eficiente para la consulta de información relacionada con el título por parte de los/as usuarios/as.

Estos datos son tenidos en cuenta para el continuo proceso de mejora de la titulación, buscando no solo mejorar la valoración, sino también el índice de participación.

EVIDENCIAS

1.- Página web del título

- Página web del título

<https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-publicidad-y-gestion-de-contenidos>

- Página web del Centro

<https://fcom.us.es/titulos/masteres/publicidad-gestion-contenidos>

2.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha

- Indicadores de satisfacción Estudiantado, PDI y PTGAS

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjkyMDI1MDQwMzA5MTAucGRm>

- Ver análisis apartado 1.4.

II. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

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

ANÁLISIS

1. Responsables del Sistema Interno de Garantía de Calidad y Política de aseguramiento de la calidad.

La documentación actualizada sobre el Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos de la Universidad de Sevilla (SGCT-US) establece el órgano responsable del SGC, que es la Comisión de Garantía de Calidad de los Títulos de la Universidad de Sevilla (CGCT-US) y la Comisión de Garantía de Calidad del Centro (CGCC) y establece las normas de funcionamiento.

La Comisión Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro es el eje central del Sistema de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos. De ella emanan las diferentes comisiones, referentes a cada título. Su composición es la siguiente: 1) Decano; 2) Vicedecano/a responsable de la calidad de los títulos; 3) Vicedecano/a responsable de ordenación académica; 4) Directores/as de los departamentos con sede en el centro; 5) Coordinadores/as de los títulos de grado y posgrado; 6) Un representante de departamentos sin sede en el centro; 7) Tres estudiantes; 8) Un miembro del personal de administración y servicios; 9) Un observador externo.

Por otro lado, las diferentes Comisiones de Garantía de Calidad de los Títulos son fundamentales para el Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos al recoger el mandato de la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro para el seguimiento de los planes de estudios, no solo a través de la aplicación LOGROS con la redacción de los informes de seguimiento o planes de mejora, sino en su continuo trabajo por actualizar nuestros títulos respecto a la demanda y expectativas sociales.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 1

3.- Información sobre la revisión del SGC.

- Información sobre la revisión del SGC.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTkyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

4.- Política de calidad del título o del Centro donde se imparte el título.

- Política de calidad del Centro donde se imparte el título.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjEyMDI1MDcxMDEyNDMucGRm>

<https://fcom.us.es/sgcc/politica-y-objetivos-estrategicos-del-centro>

5.- Órgano responsable de gestionar, coordinar y realizar el seguimiento del funcionamiento del SIGC.

- Órgano responsable de gestionar, coordinar y realizar el seguimiento del funcionamiento del SIGC

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzAyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

6.- Composición de la Comisión y Actas de reuniones Manual de calidad o manual de procedimientos.

- Composición de la Comisión y Actas de reuniones

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTkyMDI1MDcxMDEzMzUucGRm>

- Manual de calidad o manual de procedimientos

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzEyMDI1MDcxMDEzMzUucGRm>

7.- Cuadro de mando.

- Cuadro de mando de Indicadores

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDI1MDQwODA5MDkucGRm>

8.- Acceso al sistema de gestión documental del SGC.

- Acceso al sistema de gestión documental del SGC.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzMyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

2. El SGC cuenta con un procedimiento de diseño, revisión y mejora del título.

Como se indica en el punto anterior, el Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad de Comunicación cuenta con una estructura interna conformada por: 1) Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro; 2) Comisiones de Calidad de los Títulos y 3) Grupos de Trabajo y Comités de Expertos (no aplicables a títulos de máster).

En referencia al diseño, revisión y mejora del título de máster, las funciones desarrolladas por la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro y las Comisiones de Calidad de los Títulos, se exponen a continuación:

1. Funciones de la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro.

- a) Revisa las necesidades de adaptación del plan de estudios de los Títulos a las expectativas de la sociedad (RD 822/2021).
- b) Vela por la transmisión de conocimientos, competencias y habilidades que son propias de la disciplina respectiva –o de los campos de estudios o las disciplinas implicadas– de los Títulos y que prepara al estudiantado para el desarrollo de actividades de carácter profesional y garantiza su formación integral como ciudadanos y ciudadanas (RD 822/2021).
- c) Para lograr ambos objetivos, la comisión establece cauces para el diálogo con los agentes internos (PDI, PAS y Estudiantes) y los agentes externos (asociaciones profesionales, empleadores, ONG, etc.) y eleva propuestas de modificación del plan de estudios marcando directrices globales para que sean discutidas y trabajadas por los Grupos de Trabajo y Comités de Expertos y las diferentes Comisiones de Garantía de Calidad de cada uno de los Títulos.
- d) Como comisión matriz del Sistema de Garantía de los Títulos del Centro, la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento asesora, revisa, discute y aprueba las decisiones y los informes finales de las diferentes Comisiones de Garantía de Calidad de los Títulos, así como cualquier otra documentación derivada del proceso de modificación, proponiéndolos, para su aprobación definitiva, a la Junta de Facultad.
- e) En su deseo de objetividad e independencia, la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento es el órgano que dirige, previo análisis y estudio de los informes pertinentes, cualquier controversia suscitada entre los miembros de los Grupos de Trabajos y Comités de Expertos o de las diferentes Comisiones de Garantía de Calidad de los Títulos. Sus resoluciones siempre deben justificarse mediante la emisión de un informe argumentado que debe ser ratificado por la Junta de Facultad.

2. Funciones de las Comisiones de Calidad de los Títulos

- a) Revisar las necesidades de adaptación del plan de estudios del Título de grado o posgrado a las expectativas de la sociedad (RD 822/2021).
- b) Analizar los indicadores disponibles del Título para poder hacer un informe de seguimiento anual o plurianual del mismo, con el objetivo de detectar fortalezas y debilidades y, consecuentemente proponer planes de mejora, que elevará a la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro.
- c) Proponer a la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro nuevos mecanismos para obtener información acerca de la calidad del Título.
- d) Verificar, a través de la coordinación del título y otros mecanismos que se puedan implementar para ello, el cumplimiento de los programas y proyectos docentes aprobados anualmente por los distintos Consejos de Departamento.
- e) Desarrollar las acciones requeridas por la Universidad de Sevilla en el marco del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos Oficiales (LOGROS).

En base a todas estas funciones, el procedimiento de trabajo del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos es el siguiente:

1. Contingencia externa o interna por la que se ven afectados los planes de estudios. Se considera contingencia externa cualquier acción ajena al Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos (modificación de normativa, cambio social, tecnológico, etc.). Por su parte, una contingencia interna tiene que ver con

cualquier acción propia del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos (elaboración de informe de seguimiento de LOGROS, plan de mejora, etc.).

2. Reunión de la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro.

3. Valoración de la contingencia o asunto a tratar por parte de la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos. La Comisión articulará la mejor solución economizando recursos, pero garantizando la seguridad de sus resultados.

3.1 Valorar el tipo de contingencia y poner en marcha el Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos del Centro según la naturaleza del caso o problema (Sistema de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos, los Grupos de Trabajo y Comités de Expertos y la Comisión de Garantía de Calidad de los Títulos).

3.2 Independientemente del tipo de contingencia a la que se expongan los planes de estudios, el proceso siempre se iniciará con la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro. Si todos los títulos se ven afectados por la cuestión tratada, la CGCSTC pondrá en marcha a las diferentes CGCT, una por cada Título impartido en el Centro, dándoles indicaciones de sus tareas según sus funciones. El trabajo entre ambas comisiones se iterará tantas veces como fuera necesaria hasta encontrar la solución apropiada o hasta resolver la tarea.

3.2 Si la Comisión de Garantía de Calidad y Seguimiento de los Títulos del Centro lo considerase oportuno, también podrá solicitar la reunión de los diferentes Grupos de Trabajo y Comités de Expertos de uno o de varios Títulos, en función de las necesidades del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos, según sus correspondientes funciones. Los Grupos de Trabajo y Comités de Expertos siempre actúan en el nivel intermedio del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 2

9.- Procesos, procedimientos y mecanismos de análisis de la información recogida para la revisión del título.

- Procesos, procedimientos y mecanismos de análisis de la información recogida para la revisión del título.
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODgyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

10.- Mecanismo para analizar los resultados del programa.

- Ver evidencia 6

11.- Procedimiento de extinción del título.

- Procedimiento de extinción del título.
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDkyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

12.- Planes de contingencia o de prevención de riesgos ante situaciones excepcionales.

- Plan de contingencia_US covid-19
<https://www.us.es/covid-19>
- Plan de contingencia_Centro
<https://fcom.us.es/plan-de-autoproteccion>

3. EL SGC garantiza la recogida de información de los resultados del programa formativo y la satisfacción de todos los grupos de interés, para el adecuado análisis del título

A partir de la aplicación LOGROS, la Comisión de Garantía de Calidad del Título dispone de los resultados del programa formativo, de cada uno de los títulos, y la satisfacción de todos los grupos de interés: estudiantado, profesorado y miembros del PAS. La Comisión de Garantía de Calidad de cada una de las titulaciones asume, a través de LOGROS, la tarea de analizar los datos y concluir fortalezas, debilidades y acciones de mejora.

En términos generales, en el Máster en Publicidad y gestión de contenidos, se especifica lo siguiente:

- Nivel de satisfacción con la actuación docente del profesorado aumenta desde el último curso académico (curso 2023-2024: 8,86; 2022-2023: 8,54).
- Satisfacción con las infraestructuras, el PAS y el profesorado son los que mejor valoran este criterio. En los dos cursos académicos, el colectivo del profesorado y PAS lo puntúan en torno a los tres puntos y medio y cuatro puntos respectivamente; por su parte, el estudiantado puntúa las infraestructuras con 3,52 puntos,

mejorando su valoración.

-Satisfacción con los recursos de orientación académica: sube un punto con respecto al curso académico anterior (2023-2024: 3.00 2022-2023: 2.00).

-Satisfacción con los recursos de orientación profesional: se observa un ascenso en la puntuación que otorgan los/as estudiantes, con 2,55 puntos. En cuanto al profesorado la puntuación es de 3,29.

-Satisfacción con los programas de movilidad: no se dispone de esta información con respecto a este ítem.

-Satisfacción con las prácticas externas: el nivel de satisfacción del alumnado con las prácticas externas se puntúa con 3,80 puntos en el curso 2023-2024 (desciende ligeramente con respecto al anterior, 2022-2023: 4,14). El nivel de satisfacción de los/as tutores/as internos asciende, de los 3 puntos en el año 2022-2023 hasta los 5 puntos del año 2023-2024. En cuanto a los tutores externos: la puntuación sube a 4,77 puntos (siendo la puntuación de 4,13 en el curso 2021-2022).

-Satisfacción de los egresados: no se dispone de esta información con respecto a este ítem.

Con todo ello, la evaluación y análisis de la satisfacción global con el título de los distintos colectivos es: la opinión del alumnado asciende casi un punto, a los 3.05 puntos y la opinión del profesorado ha descendido levemente, a los 3,25 puntos. La opinión del PAS crece hasta los 4,70 puntos.

Se pasa a detallar a continuación, de forma más específica, el nivel de satisfacción, necesidades y expectativas del estudiantado, profesorado y PAS con el Máster en Publicidad y gestión de contenidos

-Grado de satisfacción con:

1. La coordinación de las asignaturas.

En el caso del estudiantado la opinión sobre la coordinación de las asignaturas sube hasta los 2,64 puntos; la opinión del profesorado es similar, con una puntuación de 2,88.

2. La consecución de objetivos y competencias.

Existen diferencias entre el alumnado y el profesorado; mientras que en el estudiantado, esta categoría crece notablemente hasta los 3,55 puntos, decrece en el profesorado, aunque con una puntuación de 3,00.

3. El cumplimiento de las expectativas del título.

Existen diferencias entre el alumnado y el profesorado a la hora de mostrar su satisfacción con las expectativas del título. Si bien el alumnado asigna un 2,90 a la satisfacción con las expectativas del título, lo cual supone un aumento importante en relación al curso anterior, el profesorado muestra una satisfacción de 3.13, disminuyendo con respecto al curso previo.

4. El profesorado.

La opinión del alumnado sube con respecto al curso anterior, a los 3.91 puntos.

5. La gestión desarrollada por los responsables.

La percepción del estudiantado asciende a una puntuación de 2,76 puntos. La valoración del profesorado es similar, de unos 2,71 puntos. El PAS mejora su percepción de este ítem, pasando de 3.78 en 2022-23 a 4.50 en 2023-24.

6. El trabajo realizado por la Comisión de Garantía de Calidad del Título.

Este ítem es valorado por el profesorado quien lo valora con una puntuación de 2,83.

7. El tamaño de los grupos para su adaptación a las nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje.

El profesorado ofrece una percepción favorable, con una puntuación de 4,50. Este ítem no se recoge en la valoración del estudiantado, ni del PAS.

8. La distribución entre créditos teóricos y prácticos.

El estudiantado aumenta su satisfacción con este aspecto, pasando de 2,85 a 3,26. Por su parte, el profesorado presenta una puntuación de 2,75, en leve descenso. Este ítem no es evaluado por el PAS.

9. La variedad y adecuación de la metodología docente utilizada.

Estudiantado puntúa la metodología docente utilizada en torno a los tres puntos, 3,14; mientras que el profesorado la valora mejor (3,38 puntos), aunque desciende con respecto al curso anterior.

10. Cumplimiento de las expectativas con respecto al Título.

El estudiantado aumenta la percepción favorable, hasta los 2,90 puntos. El profesorado desciende su opinión con respecto al curso anterior, con 3,13 puntos. El PAS presenta una tendencia positiva, subiendo a los 4,50 puntos.

11. Adecuación de horarios y turnos.

La adecuación de horarios 2,59 puntos (aumentando en relación al curso anterior). El profesorado mantiene su valoración, en torno a los 2,75 puntos. El PAS manifiesta una alta satisfacción con este aspecto: 4.82 puntos, siendo uno de los ítems mejor valorados por este colectivo.

12. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente

El colectivo de los/as estudiantes muestra una puntuación (2.91) similar a la expresada por el profesorado (que puntúa este ítem con 3 puntos); el PAS es el colectivo más satisfecho, ya que puntúa este ítem con 4,82 puntos.

13. Oferta de programas de movilidad.

El estudiantado valora la oferta de movilidad con 2 puntos. El profesorado mantiene una opinión más favorable y estable, con 3.86 puntos en el último curso. Este ítem no es evaluado por el PAS.

14. Oferta de prácticas externas.

Este ítem es una de las áreas más críticas para el estudiantado, con valoraciones bajas, de 1,45 puntos, reflejando insatisfacción. En cambio, el profesorado ofrece una visión más positiva en relación al curso anterior, con 3,25 puntos. Este ítem no es evaluado por el PAS.

15. Atención recibida por el PAS.

El estudiantado muestra una satisfacción decreciente respecto a la atención recibida por el PAS, bajando a 2.86 puntos. Por el contrario, el profesorado valora muy positivamente la atención del PAS, con puntuaciones altas y estables (4.50). El PAS, en su propia autoevaluación sobre el trabajo entre compañeros, también refleja satisfacción creciente, alcanzando 4.55.

16. Equipamiento de las aulas.

En este ítem, el estudiantado ha aumentado su nivel de satisfacción a 3.32. El profesorado refleja una percepción similar, bajando a 3.71 puntos.

17. Sistema existente para interponer y dar respuesta a las Quejas, Sugerencias e Incidencias

El estudiantado valora este aspecto de forma baja (2.41), lo que indica una clara área de mejora. El profesorado muestra mejor percepción (3 puntos), aunque ha descendido un punto. El PAS muestra satisfacción creciente, con 4.40 puntos en el último curso.

18. Relaciones del PAS entre compañeros, con el alumnado y el profesorado

El PAS, refleja una mejora clara en la relación entre compañeros/as, pasando de 3.92 a 4.55, señal de un buen clima laboral. Valora muy positivamente su contacto con el alumnado, con un ascenso de 3.88 a 4.64 puntos en el último curso. Además, el PAS muestra satisfacción creciente respecto al profesorado que imparte docencia, con 4.30 puntos.

19. La gestión de trámites administrativos del alumnado (matriculación, becas, etc.).

El PAS ha aumentado notablemente su satisfacción con la gestión de trámites administrativos del alumnado pasando de los 3.96 puntos en el curso académico anterior a los 4.3 puntos.

Tras los resultados expuestos, se definirán una serie de medidas de mejoras que favorezcan el nivel de satisfacción tanto del alumnado, profesorado y PAS.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 3

16.- Procedimientos y mecanismos desplegados que facilite la recogida de los resultados del programa formativo.

- Procedimientos y mecanismos desplegados facilitando la recogida de los resultados del programa formativo.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjgyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

17.- Procedimiento para la toma de decisiones y mejora de la calidad de la titulación.

- Procedimiento para la toma de decisiones y mejora de la calidad de la titulación.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjlyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

18.- Mecanismo para la recogida y el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados:

Estudiantado; Personal académico; Personal de apoyo y personal de administración y servicios; Egresados; Empleadores.

- Mecanismo para la recogida y el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados:

Estudiantado; Personal académico; Personal de apoyo y personal de administración y servicios; Egresados; Empleadores.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODYyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

4. El SGC cuenta con un Plan de Mejora actualizado a partir del análisis y revisión de la información recogida. El plan de mejora debe recoger todas las acciones de mejora planteadas en el título. En cada una de estas acciones se debe especificar los indicadores que midan las acciones, los responsables, el nivel de prioridad, la fecha de consecución y la temporalización.

El Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos cuenta con un plan de mejora que se revisa anualmente y que se diseña en función de las recomendaciones derivadas tanto de los autoinformes de seguimiento interno como de los informes externos. Este plan de mejora recoge las acciones a realizar para solventar las posibles debilidades y amenazas del título. De esta forma, se establecen los objetivos, acciones y la calendarización para llevar a cabo las segundas y así alcanzar los primeros.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 4

19.- Procedimientos y mecanismos para la elaboración de informes periódicos de seguimiento.

- Procedimientos y mecanismos para la elaboración de informes periódicos de seguimiento.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTEyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

20.- Plan de mejora donde se recojan todas las acciones de mejora planteadas en el título. En cada una de estas acciones se debe especificar: los indicadores que midan las acciones; responsables; nivel de prioridad; fecha de consecución; y temporalización.

- Plan de mejora vigente

https://alojawebapps.us.es/fichape/Doc/AUTOSEG/PM/M210_planmejora.pdf

21.- Procedimiento periódico de análisis y revisión del plan de mejora.

- Procedimiento periódico de análisis y revisión del plan de mejora.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTQyMDI1MDQwMjE4MDcucGRm>

22.- Histórico del Plan de Mejora del Título.

- Curso 23-24

<https://logros.us.es/generaPDFplanMejoraV4.php?cd=8100>

23.- Informes de evaluación externos (verificación, modificaciones, seguimiento y renovación de la acreditación).

- Informe de verificación

<https://ws262.juntadeandalucia.es/seguimientoTitulos/common/verInformeVerificacion.asp?idtitulo=1320>

- Seguimiento 22-23

<https://ws262.juntadeandalucia.es/ruct/API/INFORME/SEG/13/4318160/1>

III. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Criterio 3: El programa formativo se ha implantado de acuerdo con lo establecido en la memoria verificada del plan de estudios y, en su caso, en sus posteriores modificaciones.

ANÁLISIS

1. El diseño del título está actualizado y se revisa periódicamente incorporando, si procede, acciones de mejora.

El programa formativo actual se corresponde con la última versión de la memoria verificada, que, en este caso, es la primera, pues el título de Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos fue implantado en 2022. De esta forma, no se ha realizado ninguna modificación del título.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 1

24.- Memoria verificada actualizada y en su caso modificada (DEVA).

- Memoria verificada actualizada y en su caso modificada (DEVA)
https://alojawebapps.us.es/fichape/Doc/MV/M210_memverif.pdf

25.- Informe de Verificación y en su caso modificación (DEVA).

- Ver evidencia 23

26.- En su caso, informes de seguimiento (DEVA).

- Ver evidencia 23

27.- En su caso, informes de renovación de la acreditación (DEVA).

- Ver evidencia 23

28.- Actas Comisión de Garantía de la Calidad.

- Actas de la comisión
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODkyMDI1MDcxODE1MTkucGRm>

29.- Guías docentes, especificando las asignaturas que se imparten en otras lenguas.

- Guías docentes
<https://sevius4.us.es/index.php?PyP=LISTA>

2. La modalidad de enseñanza (presencial, virtual (o no presencial) y/o híbrida (o semipresencial) se ajusta a lo establecido en la memoria del programa formativo

La modalidad de impartición de todas las asignaturas del título es presencial, lo que corresponde con la Memoria verificada. No existen distintas modalidades de impartición.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 2

30.- Memoria verificada actualizada y en su caso modificada (DEVA).

- Ver evidencia 24

31.- Informe de Verificación y en su caso modificación (DEVA).

- Ver evidencia 25

32.- En su caso, informes de seguimiento (DEVA).

- Ver evidencia 26

33.- En su caso, informes de renovación de la acreditación (DEVA).

- Ver evidencia 27

34.- Actas Comisión de Garantía de la Calidad.

- Ver evidencia 28

35.- Guías docentes, especificando las asignaturas que se imparten en otras lenguas.

- Ver evidencia 29

3. Los procesos de gestión e implantación de la normativa aplicable al título se desarrollan de manera adecuada y benefician al desarrollo del programa formativo, en particular lo referido a:

- Reconocimiento de créditos y convalidaciones.

- **Normativa de gestión de los TFM/TFG (dirección y coordinación, normativa de selección por parte del alumnado, tipologías, sistemas de evaluación, rúbrica, composición del tribunal).**
- **En su caso, complementos formativos.**
- **Normas de permanencia.**

Los procesos de reconocimiento de créditos y convalidaciones se aplican de manera ajustada a la normativa vigente y toman en consideración de manera adecuada la formación o experiencia previa del/de la solicitante. No obstante, y dada la corta trayectoria del máster, aún no se ha dado ningún caso de reconocimiento y convalidación de créditos.

Los procesos de gestión de los TFM son lo suficientemente ágiles y transparentes como para permitir la finalización de la Titulación en los plazos proyectados. Ello incluye aspectos diversos tales como los criterios de selección de TFMs, listado de la oferta de TFMs, por parte de los tutores, la asignación de tutores, temáticas de referencia, etc. La normativa que se sigue en el título es la Normativa General sobre Trabajos de Fin de Máster de la Facultad de Comunicación (ver Evidencia 38). Y, además, en la Guía del Estudiante disponible cada año en la Plataforma de Enseñanza Virtual, el alumnado puede ver un listado del profesorado y su asociación temática, la cual sirve de orientación a la hora de elegir tutor/a. En esa misma guía quedan reflejados los plazos de las tres convocatorias anuales para la presentación y defensa del TFM.

No se requieren complementos de formación en el título de Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos.

Se vela por el correcto cumplimiento de las normas de permanencia.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 3

36.- Normativa en materia de reconocimiento de créditos y convalidaciones y listado de los/las alumnos/as que han obtenido reconocimiento de créditos o convalidaciones durante el periodo sometido a renovación de la acreditación incorporando información agregada (ECTS reconocidos, asignatura en la titulación de origen (Grado, Formación Profesional, título propio), y asignatura reconocida, etc.).

- Normativa en materia de reconocimiento de créditos y convalidaciones
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzkyMDI1MDQwODA5MTQucGRm>

37.- Número de créditos reconocidos por estudiantes por experiencia profesional u otro criterio aplicado.

- Reconocimiento de créditos por experiencia profesional u otro criterio aplicado.
<https://fcom.us.es/secretaria/soyEstudiante>

38.- Normativa en materia de gestión de los TFM/TFG, incluyendo todos los aspectos relevantes de dicho proceso (matriculación, sistemas de adscripción del alumnado a un/a tutor/a, mecanismos de elección de temática, calendario de ejecución del TFG/TFM, convocatorias de defensa pública, etc.).

- Normativa en materia de gestión de los TFG
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDQyMDI1MDcxNDE4MDcucGRm>

39.- En su caso, de estar previstos complementos formativos, debería documentarse el alumnado que ha cursado los mismos con referencia en cada caso a la titulación previa.

- No aplica

40.- Promedio de créditos en complementos formativos del alumnado que los han cursado.

- No aplica

41.- Complementos formativos (si existen). Alumnado titulado que han cursado complementos formativos.

- No aplica

42.- Normas de permanencia.

- Normas de permanencia
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTUyMDI1MDcxNDE4MDcucGRm>

4. Los criterios de admisión, el perfil del estudiante de ingreso y número de plazas son adecuadas y se ajustan a lo establecido en la memoria del programa formativo.

El número de estudiantes de nuevo ingreso se corresponde con lo establecido en la memoria verificada. El perfil del estudiante de ingreso y los criterios de admisión se ajustan a la tipología de la titulación y no generan disfuncionalidades en el desarrollo de la misma (incluyendo aspectos como niveles de conocimientos lingüísticos previos). Este último punto es especialmente importante en el caso del Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos, pues existe una gran mayoría de alumnado extranjero cada año. Por tanto, se cumple estrictamente el apartado 4.2.1. de la memoria verificada del título, donde se indica que "con respecto al estudiantado procedente de países donde el español no sea la lengua oficial deberán acreditar un conocimiento del mismo según las competencias contempladas en el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Al respecto, se solicita un nivel mínimo de B2 en español."

Tanto el perfil de acceso como las eventuales pruebas de admisión son públicos y adecuados a la tipología de la titulación. Puede consultarse dicha información en:

<https://fcom.us.es/titulos/masteres/publicidad-gestion-contenidos>

Los criterios de admisión son coherentes con la tipología de la titulación de referencia y tanto aquellos como el propio perfil de ingreso son adecuados con la finalidad de garantizar la adquisición de las competencias establecidas por el Título. Tales competencias pueden consultarse en:

<https://fcom.us.es/titulos/masteres/publicidad-gestion-contenidos>.

La nota de corte para el alumnado de nuevo ingreso ha mejorado en un punto desde la primera a la segunda edición del máster: del 6,27 (curso 2022-23) al 7,24 (curso 2023-34), así como el número de egresados por curso (pasando de 6 a 20).

Los tamaños de los grupos son adecuados para la consecución de los objetivos de aprendizaje y la consecución de las competencias previstas en la memoria verificada. Todas las asignaturas del Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos tienen grupos de entre 20 y 35 personas, como puede consultarse en la Evidencia 45. La única excepción es el TFM, donde hay un mayor número de alumnado matriculado, pero esto no requiere su presencialidad en las aulas.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 4

43.- Perfil de ingreso y criterios de admisión.

- Perfil de ingreso y criterios de admisión.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjcyMDI1MDQyMTEzNDUucGRm>

44.- En su caso, pruebas de admisión específicas previstas y sus ponderaciones. Debe justificarse su carácter público y su coherencia en la titulación de referencia.

- No aplica

45.- Tabla/descripción de los tamaños de los grupos incluyendo divisiones ulteriores (subgrupos de prácticas, seminarios, etc.).

- Tabla/descripción de los tamaños de los grupos incluyendo divisiones ulteriores

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTQyMDI1MDQyMjE1NTcucGRm>

46.- Indicadores para los títulos de grado de los últimos seis años: Oferta, demanda y matrícula (Plazas ofertadas, Demanda 1.ª opción, Estudiantes de nuevo ingreso, Porcentaje de acceso en primera preferencia); Nota de corte; Nota de acceso; Vía de acceso (Pruebas de acceso a la universidad, FP2 o asimilados, Titulados universitarios o asimilados, Pruebas específicas para mayores de 25, 40 y 45 años, Otros accesos); Pruebas específicas de acceso (si procede) (estándar 1.3) (Estudiantes presentados, Porcentaje de estudiantes aprobados).

- No aplica

47.- Indicadores para los títulos de máster de los últimos seis años: Oferta, demanda y matrícula (Plazas ofertadas, Estudiantes de nuevo ingreso); Procedencia (Estudiantes que proceden de la misma universidad; Estudiantes que proceden de otras universidades andaluzas; Estudiantes que proceden de otras universidades del Estado; Estudiantes que proceden de universidades extranjeras); Porcentaje de

estudiantes con más de un 15% de créditos reconocidos.

- No aplica

5. La coordinación docente permite la adecuada planificación del programa formativo asegurando que los resultados de aprendizaje son asumidos por el estudiantado

A nivel de la Universidad de Sevilla, la Resolución rectoral de 24 de octubre de 2019 sobre cargos académicos y prestación de servicios institucionales de carácter unipersonal de la Universidad de Sevilla regula, entre otros, la figura de coordinador de máster universitario. En este sentido, también hay que atender a la "Normativa Interna del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla", aprobada en Junta de Centro el 25 de mayo de 2023.

Todas las asignaturas cuentan con un/a coordinador/a y, en el caso de que sean asignaturas compartidas, dicha figura se corresponde con el/la docente de mayor cargo académico. Para asegurar el buen funcionamiento de la titulación, los/as coordinadores/as de asignaturas mantienen reuniones periódicas con la coordinación del máster, tal y como se contempla en el Artículo 8 de la Normativa Interna de Coordinación de Títulos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (Aprobada en Junta de Centro el 29 de noviembre de 2023) (descrito en la Evidencia 48). La coordinación del máster también se reúne con el alumnado del mismo de manera periódica para atender sus quejas, sugerencias y propuestas de mejora.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 5

48.- Descripción de la coordinación horizontal y vertical a dos niveles: Cuadro de personal de académico y de apoyo implicado en los distintos niveles de la coordinación (coordinador/a del Título, coordinadores de asignatura, etc.); y plasmación material del desarrollo de la misma a través de actas de reuniones o documentación análoga.

- Ver evidencia 6 y análisis apartado 3.5
- Normativa interna de coordinación de títulos FCOM
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzMyMDI1MDcxMTEwMDcucGRm>

49.- Descripción de las actuaciones llevadas a cabo por parte del/de la coordinador/a de prácticas con la finalidad de garantizar la coordinación en el desarrollo de las mismas (particularmente entre tutores académicos y externos) así como la homogeneidad en la evaluación de dicha asignatura.

- Funcionamiento y normativa de prácticas
<https://fcom.us.es/practicas/yopractico/>
- Programa de la asignatura de Prácticas Externas
<https://sevius4.us.es/index.php?PyP=LISTA&codcentro=2&titulacion=M210&asignatura=52100015>

6. Implantación de los títulos con estructuras específicas y de innovación docente, tales como:

- **Títulos que se imparten en más de un centro.**
- **Títulos conjuntos.**
- **Dobles Grados con itinerario específico.**
- **Titulaciones de Grado con mención dual.**
- **Titulaciones de Grado con estructuras curriculares específicas y de innovación docente.**
- **Titulaciones de Grado con itinerario académico abierto.**

No aplica.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 6

50.- En su caso, coordinación entre: Títulos que se imparten en más de un centro; Títulos conjuntos. - No aplica
51.- En su caso, información sobre la implantación de los títulos con estructuras específicas y de innovación docente. Dobles Grados/Másteres con itinerario específico (incluir información sobre cómo se desarrollan los TFG/TFM en cada uno de los títulos); Titulaciones de Grado con mención dual, (aportar convenios); Titulaciones de Grado con estructuras curriculares específicas y de innovación docente; Titulaciones de Grado con itinerario académico abierto, aportar el informe del SGC donde se especifique el porcentaje del estudiantado que curso el itinerario. - No aplica
52.- La normativa específica aprobada por la Universidad. - No aplica
53.- Las titulaciones que están implicadas y las asignaturas de estas. - No aplica
54.- Propuesta formativa diseñada que se pretende ofertar, acorde con lo propuesto en el RD 822/2021. - No aplica
55.- Descripción pormenorizada de los procesos de coordinación docente y de cómo la misma se desarrolla en relación con las diferentes estructuras (diferentes centros, universidades, centros profesionales, etc.) implicados en el Título. - No aplica
56.- Acta de la comisión de Calidad. - No aplica

IV. PROFESORADO

Criterio 4: El profesorado previsto para el desarrollo de la docencia en el programa formativo es suficiente y adecuado en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte del estudiantado.

ANÁLISIS

1. El personal académico reúne el nivel de cualificación y experiencia (docente e investigadora) adecuado y se corresponde con el comprometido en la memoria del programa formativo.

El Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos dispone de un claustro docente cualificado, con un 91,3% de doctores/as. Asimismo, más de la mitad es profesorado con plena capacidad docente y contrato indefinido, los cuales suman 19 sexenios y 32 quinquenios, a los que se suman cuatro ayudantes doctores. Es cierto que en los últimos cursos se ha visto ampliada la proporción de profesorado sustituto interino (de hecho, la diferencia entre el número de docente que aparece en la memoria de verificación y el actual equivale a los/as seis profesores/as sustitutos/as interinos/as). Aunque esta última es una situación que excede la realidad particular del máster y afecta al conjunto de titulaciones, no hay que obviar que es precisamente el cuerpo docente de Publicidad y Relaciones Públicas (el más minoritario dentro del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad) el que ha contado en estos años con más descargas de gestión por estar ocupando cargos unipersonales. En todo caso, el personal funcionario y permanente imparte una media de 6,15 créditos por docente, mientras que en el caso del profesorado ayudante doctor es de 5 créditos y del profesorado sustituto interino de 2,16 créditos, lo cual significa que el personal estable es el que imparte la mayor parte de la docencia.

En una búsqueda de la especificidad y la especialización del título, y conectando con lo anterior, todo el personal docente pertenece al área de Comunicación Audiovisual y Publicidad, con especial énfasis de la subárea de Publicidad y Relaciones Públicas. En este sentido, en todo momento se busca que el contenido de las asignaturas impartidas por cada docente conecte directamente con sus líneas de investigación, lo cual también revierte positivamente en el desarrollo de los trabajos fin de máster. Esto ha llevado a que, desde el curso 2024/2025 se concorra también en las convocatorias del Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla para contar con profesorado colaborador externo experto en determinados contenidos y materias.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 1

57.- Información sobre el profesorado que imparte el título: ámbitos de conocimiento actualizada en donde conste: ámbito o área de conocimiento en concreto, la universidad deberá incorporar las categorías de profesorado que se correspondan por la naturaleza del centro y deberá explicar su perfil adecuadamente incluyendo, acreditaciones, doctorado (en caso de no tener doctorado, nivel de Máster), quinquenios, quinquenio vivo, sexenios y sexenio vivo, para no doctores: méritos docentes e investigadores (este último adaptado a criterios CNEAI, materias en las que el profesorado está involucrado, porcentaje de dedicación docente, porcentaje de dedicación al título, nº de horas de docencia indicando los desgloses en grupos según actividades formativas, dirección de TFGs/TFMs, horas de dirección a los TFGs/TFMs.

- 57.1 Información sobre el profesorado que imparte el título

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTUyMDI1MDQwNDEzMDgucGRm>

- 57.2 Dedicación

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzUyMDI1MDQwNDEzMDgucGRm>

- 57.3 Categorías

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDI1MDQwNDEzMDgucGRm>

- 57.4 Comparativa profesorado

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzlyMDI1MDcxNzAxMTEucGRm>

58.- En caso de Formación Dual, se debe indicar el perfil del profesorado académico participante y la preparación (formación recibida) y experiencia sobre dicho modelo.

- No aplica

59.- En caso de formación dual profesorado de la entidad colaboradora asignado al título por ámbitos de

conocimiento.

- No aplica

2. El personal académico implicado en el título es suficiente y su grado de dedicación es adecuado para llevar a cabo el programa formativo propuesto en relación al número del alumnado.

Como se ha comentado en el apartado anterior y se puede ver en la evidencia 57, la docencia es impartida por 23 docentes que cubren una totalidad de 112 créditos. Al respecto, más de la mitad de las asignaturas son impartidas por solo un/a docente, mientras que el resto son impartidas por un máximo de dos, excepto la asignatura "Elaboración de Proyectos Creativos". Tanto esta última, como la de "Workshop de Creatividad Publicitaria Aplicada" o la de "Planificación de Eventos e Implementación de Campañas de Relaciones Públicas", entre otras, son materias eminentemente prácticas que requieren de una tutorización constante, por lo que el compartir la materia incluso facilita la enseñanza de la asignatura. Asimismo, otras materias como "Estrategia y Gestión de Campañas Políticas e Institucionales" o "Técnicas Cuantitativas y Cualitativas de Recogida de Datos" cuentan con una división de contenidos muy marcada (comunicación política y comunicación institucional, la primera; técnicas cuantitativas y técnicas cualitativas, la segunda), por lo que al tener dos docentes la asignatura queda bien estructurada. De esta forma, se asegura, en todos los casos, que el alumnado puede seguir adecuadamente las materias impartidas y que se cumplen los resultados de aprendizaje incorporados en la memoria de verificación.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 2

60.- Información sobre el profesorado que imparte el título: ámbitos de conocimiento actualizada en donde conste: ámbito o área de conocimiento en concreto, la universidad deberá incorporar las categorías de profesorado que se correspondan por la naturaleza del centro y deberá explicar su perfil adecuadamente incluyendo, acreditaciones, doctorado (en caso de no tener doctorado, nivel de Máster), quinquenios, quinquenio vivo, sexenios y sexenio vivo, para no doctores: méritos docentes e investigadores (este último adaptado a criterios CNEAI, materias en las que el profesorado está involucrado, porcentaje de dedicación docente, porcentaje de dedicación al título, nº de horas de docencia indicando los desgloses en grupos según actividades formativas, dirección de TFGs/TFMs, horas de dirección a los TFGs/TFMs.

- Ver evidencia 57

61.- En caso de Formación Dual, se debe indicar el perfil del profesorado académico participante y la preparación (formación recibida) y experiencia sobre dicho modelo.

- No aplica

62.- En caso de formación dual profesorado de la entidad colaboradora asignado al título por ámbitos de conocimiento.

- No aplica

3. La actividad docente del personal académico es objeto de evaluación, teniendo en cuenta las características del programa formativo, de manera que se asegure que el proceso de aprendizaje se desarrolle de una manera adecuada.

Tal y como se refleja en las evidencias, la Universidad de Sevilla cuenta con un sistema para la evaluación de la actividad docente del profesorado. Al respecto, como se recoge en la evidencia 63.1, la valoración en los dos cursos de los que se dispone información es muy alta, superior al 8,5 en los dos casos, y con una tendencia hacia arriba. Es cierto que la tasa de PDI con encuesta es bastante baja, y si bien es algo mejor en el curso 2023-2024 que en el 2022-2023, tienen que realizarse esfuerzos para animar tanto al equipo docente como al alumnado a que cumplimenten los cuestionarios correspondientes. En este punto es importante señalar, no obstante, que, frente al grado, las asignaturas de máster cuentan con menos créditos y están más concentradas en el tiempo, lo que dificulta el proceso de encuestación. Asimismo, la Universidad de Sevilla ha implantado un sistema experimental de evaluación de la actividad docente del profesorado, el programa DOCENTIA-US, que permitirá mejorar el sistema de evaluación de la calidad docente en los cursos siguientes.

En lo que respecta a la innovación docente, el 45,00% del profesorado en el curso 2022-2023 y el 13,04%

en el 2023-2024 participaron en proyectos de estas características. Se observa un interés de cierta parte del claustro docente al respecto, pues en total la participación fue del 35,71%. Así, aunque hay una bajada, esta puede deberse al incremento de profesorado sustituto interino, el cual se incorpora tarde para poder participar en dichos proyectos.

Finalmente, la participación del profesorado en acciones formativas se ha visto incrementada del curso 2022-2023, en la que se contó con un porcentaje de participación de 15,38%, al curso 2023-2024, en la que el porcentaje fue de 42,86%.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 3

63.- Resultados de evaluación de la calidad de la actividad docente del profesorado, en su caso resultados del DOCENTIA. Se debe especificar quiénes, cómo y cuándo se realiza las actividades relacionadas con la evaluación y mejora de la calidad de la actividad docente del profesorado que imparte docencia en la titulación.

- 63.1 Resultados de evaluación de la calidad de la actividad docente del profesorado, en su caso resultados del DOCENTIA

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTkyMDI1MDQwMzEyMzlucGRm>

- 63.2 Sistema experimental de evaluación de la actividad docente del profesorado. DOCENTIA-US

<https://www.us.es/trabaja-en-la-us/profesorado/docentia>

64.- Información sobre la formación del profesorado y sobre la innovación docente llevada a cabo por parte del profesorado que imparte docencia en el título.

- 64.1 Información sobre la formación del profesorado y sobre la innovación docente llevada a cabo por parte del profesorado que imparte docencia en el título

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODUyMDI1MDQwNzEzMDgucGRm>

- 64.2 Información sobre la innovación docente llevada a cabo por parte del profesorado que imparte docencia en el título.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDQyMDI1MDQwNzEzMDgucGRm>

4. Disponibilidad de criterios de selección y asignación de TFM o TFG.

El profesorado que tutoriza los TFMs tiene plena capacidad docente, como puede verse en la evidencia 66. Al respecto, todo el equipo docente tutor es doctor y el 64,3% cuenta con sexenios de investigación. Al comienzo del curso, junto a la lección inaugural, se dedica un tiempo a la presentación del claustro de profesores y profesoras al alumnado, quienes pueden presentarse e indicar sus líneas de investigación. Dichas líneas también se recogen en la guía que se elabora anualmente para el alumnado. Tanto en esta como en la normativa específica de TFM se recoge el procedimiento de asignación de tutores/as. Cada estudiante propondrá hasta tres posibles docentes para la tutorización. Una vez finalizado el plazo de solicitud, la Comisión Académica analizará y realizará las asignaciones teniendo en cuenta, por un lado, que haya un reparto equitativo entre el equipo docente, con el fin de asegurar una correcta tutorización, y, por otro, la modalidad (investigación o profesional) y la línea de investigación o trabajo apuntadas por el/la estudiante.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 4

65.- Se cuenta con un documento detallado con los criterios de asignación de tutor y tema asignado para realizar el TFG y TFM que debe aparecer de manera pública en la página web del título.

- Normativa general sobre TFM de la Facultad de Comunicación

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTgyMDI1MDcxMTE5NDMucGRm>

- Normativa específica TFM

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTeyMDI1MDcxMTE5NDMucGRm>

- Programa de la asignatura de TFM

<https://sevius4.us.es/index.php?PyP=LISTA&codcentro=2&titulacion=M210&asignatura=52100017>

- Guía para el alumnado (curso 2023-2024)

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTEyMDI1MDcxMTE5MTAucGRm>

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

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

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTAyMDI1MDQwODEzMTEucGRm>

5. En su caso, adecuación del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones.

Las prácticas son supervisadas por dos docentes pertenecientes al cuerpo de Profesores Titulares de Universidad con amplia trayectoria, siendo uno de ellos el coordinador del título, que mantiene un contacto continuo y fluido con el estudiantado, el Vicedecanato de Estudiantes y Prácticas Externas (principal órgano responsable de las prácticas) y con las entidades seleccionadas. Al respecto, el nivel de satisfacción del estudiantado con los tutores internos de prácticas ha mejorado desde el curso 2022-2023 (3,79) al curso 2023-2024 (4,46), tal y como se observa en la evidencia 107.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 5

67.- Documento regulatorio del desarrollo de las prácticas externas o profesionales en el que consten los perfiles académicos del profesorado involucrado, tareas asignadas de tutorización, supervisión y seguimiento del desempeño, así como la guía para la elaboración de la memoria final y papel del tutor en dicho proceso. También se indicará el número de horas reconocidas por dicha tarea y por cada estudiante, así como el número máximo de estudiantes que pueden ser asignados a cada tutor por curso académico.

- Documentos regulatorios de las prácticas externas.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTAyMDI1MDQwOTE2NTcucGRm>

68.- Información sobre la persona que tutela las prácticas externas (incluidos rotatorios y prácticas profesionales de títulos con orden CIN) especificando el número de estudiantes por grupo y número de grupos tutorizados.

- Información profesorado de prácticas con grupos

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjMyMDI1MDcxNzAxMTEucGRm>

69.- Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas.

- Personal académico responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDcyMDI1MDQwOTA4MDkucGRm>

70.- Tabla nominal del profesorado tutor de prácticas externas en la que consten el centro (universidad/empresa), titulación, ámbito de conocimiento, tutor académico/profesional, número de estudiantes tutorizados, breve descripción de los destinos y tareas de prácticas de cada estudiante y calificaciones obtenidas por los alumnos/as durante los cursos académicos objeto de acreditación.

- Tabla nominal del profesorado tutor de prácticas

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjYyMDI1MDcxMTE5MzkucGRm>

6. En su caso, adecuación del perfil del profesorado que imparte enseñanza híbrida o virtual.

No aplica.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 6

71.- Información sobre el profesorado que imparte el título: ámbitos de conocimiento actualizada en donde conste: ámbito o área de conocimiento en concreto, la universidad deberá incorporar las categorías de profesorado que se correspondan por la naturaleza del centro y deberá explicar su perfil adecuadamente incluyendo, acreditaciones, doctorado (en caso de no tener doctorado, nivel de Máster), quinquenios, quinquenio vivo, sexenios y sexenio vivo, para no doctores: méritos docentes e investigadores (este último adaptado a criterios CNEAI, materias en las que el profesorado está involucrado, porcentaje de dedicación docente, porcentaje de dedicación al título, nº de horas de docencia indicando los desgloses en grupos según actividades formativas, dirección de TFGs/TFMs, horas de dirección a los TFGs/TFMs.

- No aplica

72.- En caso de Formación Dual, se debe indicar el perfil del profesorado académico participante y la preparación (formación recibida) y experiencia sobre dicho modelo.

- No aplica
73.- En caso de formación dual profesorado de la entidad colaboradora asignado al título por ámbitos de conocimiento. - No aplica
74.- Programa formativo para la docencia online. - No aplica
75.- Actividades desarrolladas para la adquisición de competencias digitales por parte del profesorado. - No aplica

7. El alumnado está satisfecho con respecto a la actuación docente del profesorado.
El análisis de la satisfacción del alumnado con la actividad docente del profesorado puede verse en el apartado 4.3. Al respecto, los resultados obtenidos son analizados por la Comisión de Garantía de Calidad del Título en cada informe y se estudia su evolución con el fin de tomar posibles decisiones de mejora, como el hecho de tener que implementar mecanismos para que incremente el número de docentes con encuesta y así la representatividad.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 7
76.- Indicadores de satisfacción. - Ver evidencia 63.1
77.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 4.7.

8. El profesorado está satisfecho con el desarrollo del programa formativo.
La satisfacción del profesorado con el título supera el 3 en ambos cursos, lo cual puede entenderse como un resultado notable. No obstante, el principal problema encontrado es la baja participación, que mejora un poco en el curso 2023-2024, cuando se pasa del 25,00% al 34,78% de respuestas recibidas. En este sentido, se debe trabajar para animar al equipo docente a que participe en las encuestas, haciéndole ver la importancia de las mismas para una correcta evaluación del título por parte de la coordinación del título y de la Comisión de Garantía de Calidad del Título.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 8
78.- Indicadores de satisfacción. - Nivel de satisfacción del profesorado con el título https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjYyMDI1MDQwODE1MDEucGRm
79.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 4.8.

V. RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA

Criterio 5: Los recursos materiales, las infraestructuras y los servicios de apoyo a la docencia son adecuados, teniendo en cuenta las características del título.

ANÁLISIS

1. El título cuenta con la infraestructura y los recursos adecuados teniendo en cuenta el tamaño de los grupos, el desarrollo de las actividades formativas y las metodologías de enseñanza-aprendizaje. El alumnado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles. El profesorado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles.

El título de Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos cuenta con la infraestructura y los recursos adecuados teniendo en cuenta el tamaño de los grupos, el desarrollo de las actividades formativas y las metodologías de enseñanza-aprendizaje. El centro dispone de más de 20 aulas teóricas para tres títulos de grado, un doble grado y cinco títulos de máster. Cada una de ellas, con capacidad para más de 100 personas, está equipada con proyector, cámaras, microfonía, megafonía y enchufes suficientes para abastecer la conexión a la red del alumnado.

Además de estas aulas teóricas, el título cuenta con cuatro aulas de informática equipadas con software específico para la correcta labor de las asignaturas más prácticas del grado, aulas de edición digital, aulas de radio, cabinas de audición, visionado, duplicación y edición digital, laboratorio fotográfico, platós, plató digital, sala de grafismo, seminarios, sala home cinema, biblioteca (con salas de trabajo en grupo), videoteca (con salas de trabajo en grupo), salón de grados y salón de actos.

La Biblioteca de la Facultad de Comunicación cuenta con 420 plazas en su sala de lectura, 3 plazas en la zona cómic y 6 plazas en la zona cine. Tiene 7 salas de trabajo en grupo con capacidad para 4-10 personas. Su videoteca cuenta con 7 cabinas de estudio individual, 5 cabinas de visionado (con capacidad para 2 personas cada una), una sala de estudio con 29 plazas, y una sala home cinema con 33 plazas. Además, la biblioteca está equipada con puestos adaptados a personas con discapacidad motora y visual, puestos informáticos de consulta, una máquina de autopréstamo y dos escáneres al público.

En relación a sus recursos, la Biblioteca de la Facultad de Comunicación contiene más de 40.000 ejemplares impresos, y acceso online a: 13 periódicos electrónicos, tres bases de datos destinadas a la investigación científica, 14 bases de datos del área de comunicación, y otras seis bases de datos audiovisuales (Internet Archive, Internet Archive Book Image, MDC Memoria Digital de Cataluña, Somos Documentales. RTVE, Wellcome Images y Biblioteca Digital Hispánica).

La dotación económica para la realización de las prácticas y del resto de actividades formativas previstas es adecuada, pues abastece cada año la demanda del estudiantado matriculado en el Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos.

El título dispone de la Plataforma de Enseñanza Virtual, donde cada asignatura del grado tiene su espacio virtual en el que se suben materiales docentes y se realizan actividades de evaluación online. Esta plataforma tiene un sistema propio de estadísticas en el que se puede visualizar el uso que cada alumna y alumno le da a la misma.

El Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos dispone de indicadores válidos para conocer la satisfacción del estudiantado con las infraestructuras, medios y recursos disponibles para el título. Esta satisfacción es analizada en la Evidencia 84. Los indicadores de satisfacción son analizados anualmente por los responsables integrantes en la Comisión de Garantía de Calidad del Título y utilizados en el proceso de mejora de la titulación.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 1

80.- Descripción de las infraestructuras disponibles para el desarrollo de las diferentes actividades formativas. - Descripción de las infraestructuras disponibles para el desarrollo de las diferentes actividades formativas. https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzlyMDI1MDQyMjEzMDUucGRm
81.- Descripción de las características y funcionamiento de la biblioteca. - Descripción de las características y funcionamiento de la biblioteca. https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjYyMDI1MDQyMjEzMDUucGRm
82.- Acceso a la plataforma virtual y estadísticas de utilización. - Acceso a la plataforma virtual https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjYyMDI1MDQyMzEyNTgucGRm
83.- Indicadores de satisfacción del alumnado. - Satisfacción del alumnado con la Infraestructura https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTYyMDI1MDQwOTExMjMucGRm
84.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 5.1. https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDI1MDcxNjExMDkucGRm
85.- Indicadores de satisfacción del profesorado. - Satisfacción del PDI con la Infraestructura https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzcyMDI1MDQwOTExMjMucGRm
86.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 5.1.

2. En su caso, las acciones realizadas para favorecer la movilidad del estudiantado son adecuadas a las características del programa formativo. El alumnado está satisfecho con los programas de movilidad. Los coordinadores de movilidad están satisfechos con los programas de movilidad.

El Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos, al ser un máster de siete meses lectivos de duración, no contempla en la actualidad la movilidad de su alumnado. La gran mayoría del mismo, no obstante, es alumnado extranjero que realiza en su totalidad (sin convenio con sus universidades de origen) el título del Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos en la Universidad de Sevilla. En cualquier caso, se estudiará la posibilidad de establecer convenios con otras instituciones para que pueda haber movilidad entre estudiantes de distintas universidades.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 2

87.- Listado de destinos de movilidad. - No procede
88.- Número de estudiantes de movilidad entrante y saliente. - No procede
89.- Procedimiento de revisión y actualización de convenios de movilidad. - No procede
90.- Procedimiento de información y asignación de destinos de movilidad. - No procede
91.- Procedimiento de acogida de estudiantes de movilidad entrante. - No procede
92.- Procedimiento de designación de coordinadores y reconocimiento de sus funciones. - No procede
93.- Procedimiento de gestión y apoyo al estudiante de movilidad. - No procede
94.- Indicadores de satisfacción del alumnado de movilidad. - No procede
95.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.

- No procede
96.- Indicadores de satisfacción del profesorado que coordina la movilidad. - No procede
97.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 5.2.

3. En el caso de que el programa formativo incluya prácticas académicas externas, se desarrollan de manera adecuada, dispone de plazas suficientes con convenios de cooperación educativos específicos para el título. El alumnado está satisfecho con las prácticas externas. Las personas externas que tutelan las prácticas están satisfechas con las mismas.

El título dispone de una oferta de destinos para la realización de las prácticas externas, de forma optativa, que resulta suficiente para el número de estudiantes y adecuado para alcanzar las competencias previstas. En total, se adjudicaron 15 prácticas curriculares, a las que hay que sumar 5 extracurriculares. En cada empresa se oferta un puesto, suficiente para cubrir la demanda del estudiantado. En el último curso, el número de empresas con convenio ha sido de 13, si bien hay que tener en cuenta que cualquier entidad con convenio con la Universidad de Sevilla es susceptible de ser destino de prácticas del estudiantado, al tiempo que se le da la posibilidad a este de que firme convenios con nuevas empresas o instituciones.

En relación con lo anterior, el Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos dispone de un procedimiento para revisar y actualizar la oferta de convenios de prácticas y para analizar las actividades realizadas en las prácticas externas, principalmente en lo que se refiere a su adecuación para la adquisición de las competencias previstas en el programa formativo. Tal procedimiento se corresponde con lo dispuesto en el P04-01, aplicable al Sistema de Gestión de la Calidad del SPEE de la Universidad de Sevilla. Los tipos de convenios existentes son: convenio tipo de Prácticas Académicas Externas; convenios específicos; convenio de Prácticas Internacionales; convenio tipo para la realización de trabajos fin de grado y máster (TFG/TFM); y convenio conjunto para la realización de prácticas académicas externas y trabajos fin de estudio.

El título dispone de un procedimiento de asignación de las prácticas externas, coincidente con el Acuerdo 10.1/CG 23-5-17, por el que se aprueba la Normativa de Prácticas Académicas Externas de la Universidad de Sevilla.

El número de tutores externos y su capacitación son adecuados para facilitar la adquisición, por parte del estudiantado, de las competencias previstas, pues cada tutor de empresa tiene, por lo general, la responsabilidad formativa de 1 estudiante del Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos. Al respecto, el título dispone de criterios claros y definidos para la designación de los tutores externos, a través de la cumplimentación del Convenio Tipo Base de Cooperación Educativa para la Realización de Prácticas Académicas Externas y Trabajos Fin de Estudios entre la Universidad de Sevilla y la entidad colaboradora. Asimismo, dispone de un procedimiento de coordinación de los tutores externos, en el que se informe sobre sus funciones, competencias, objetivos y sistemas utilizados para evaluar el desempeño del estudiantado. Los apartados a evaluar están disponibles en la memoria final que deben cumplimentar los tutores externos, y son los siguientes: motivación de logro, capacidades técnicas adquiridas, capacidad de aprendizaje demostrada, capacidad para la administración de trabajos demostrada, habilidades de comunicación oral y escrita, sentido de la responsabilidad, facilidad de adaptación, creatividad e iniciativa, implicación personal, receptividad de las críticas, puntualidad, relaciones con su entorno laboral, capacidad de trabajo en equipo, y competencias previstas en el Proyecto Formativo.

El título dispone de indicadores válidos para conocer la satisfacción de los estudiantes con las prácticas externas, desglosando los datos en la medición de satisfacción con: las prácticas externas en general, los tutores externos y los tutores académicos. En los dos últimos cursos, el nivel de satisfacción del estudiantado ha sido bastante positivo, como se puede leer en la Evidencia 107. El título también dispone de indicadores válidos para conocer la satisfacción de los tutores de prácticas externas y de los tutores

académicos, aunque esta satisfacción no se estudia de manera desglosada, sino de manera global, como se puede leer en la Evidencia 109. Los resultados de estas encuestas de satisfacción son analizadas anualmente por la Comisión de Garantía de Calidad del Título del Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 3

98.- Listado de convenios para prácticas externas y número de plazas ofertadas. - Listado de empresas PE y plazas ofertadas https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODIyMDI1MDQyMjE3MDQucGRm
99.- Listado de plazas cubiertas en cada centro. - Ver evidencia 105
100.- Procedimiento de asignación de las prácticas externas. - Procedimiento de asignación de las prácticas externas. https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTQyMDI1MDkwMzE0MTUucGRm
101.- Número de tutores de prácticas de la universidad y del centro conveniado. Criterios de designación de tutores. - Tutores/as internos, externos y normativa https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTkyMDI1MDcxNTIzNTAucGRm
102.- Procedimiento de revisión y actualización de los convenios de prácticas. - Procedimiento de revisión y actualización de los convenios de prácticas https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODQyMDI1MDQxNDExNTQucGRm
103.- Procedimiento de coordinación de los tutores externos. - Procedimiento de coordinación de los tutores externos. https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDQyMDI1MDQxNDExNTQucGRm
104.- Procedimiento de presentación y evaluación de los resultados de las prácticas (rúbrica). - Procedimiento de presentación y evaluación de los resultados de las prácticas (rúbrica). https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjUyMDI1MDcxMDE2MzYucGRm
105.- Información sobre prácticas académicas externas (último curso). - Adjudicación de prácticas externas (2023-2024) https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTAyMDI1MDcxMDE3MDkucGRm
106.- Información sobre las personas que tutorizan las prácticas externas (último curso). - Ver evidencia 101
107.- Indicadores de satisfacción del alumnado con las prácticas externas. - Satisfacción del alumnado con las prácticas externas https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTEyMDI1MDcxMDE5MDkucGRm
108.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 5.3.
109.- Indicadores de satisfacción de los tutores de prácticas. - Satisfacción de los tutores/as de prácticas https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODUyMDI1MDcxMDE5MDkucGRm
110.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 5.3. https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDkyMDI1MDcxNjExNDcucGRm

4. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado y suficiente para el desarrollo del programa formativo y está satisfecho con el desarrollo del programa formativo/centro donde se imparte el título.

El máster en Publicidad y Gestión de Contenidos dispone del personal de apoyo necesario para la realización de las actividades formativas prácticas, tanto en lo que se refiere al número como a su capacitación profesional. También dispone de personal para el resto de actividades necesarias para el desarrollo del programa formativo (personal de biblioteca, puntos de información, etc.), y de personal para

llevar a cabo todas las tareas de administración y gestión relacionadas con el programa formativo. Concretamente, tal y como se puede ver en las Evidencias 111, 112 y 113, se cuenta con 46 miembros del PTGAS para estas tareas formativas.

El título/centro dispone de indicadores válidos para conocer la satisfacción del personal de administración y servicios, tanto del personal de apoyo como del de gestión, que se recogen de forma específica para el título del máster. Los resultados de estas encuestas de satisfacción del PAS con el título de Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos son analizadas anualmente por la Comisión de Garantía de Calidad del Título del Máster en Publicidad y Gestión de Contenidos. Así, se observa una mejora en la valoración entre los dos últimos cursos, si bien también se detecta una bajada en el número de respuestas obtenidos.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 4

111.- Listado y perfil del personal de apoyo disponible para la realización de las prácticas.

- Listado y perfil del personal de apoyo disponible para la realización de las prácticas
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDAYMDI1MDUxMzEyNDMucGRm>

112.- Listado y perfil del personal disponible para el resto de actividades de apoyo para el desarrollo del programa formativo.

- Listado y perfil del personal disponible para el resto de actividades de apoyo para el desarrollo del programa formativo.
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDIyMDI1MDUxMzEyNDMucGRm>

113.- Listado y descripción del personal de administración y gestión asignado al título/centro.

- Listado del personal de administración y gestión
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDUyMDI1MDUxMzEyNDMucGRm>

114.- Indicadores de satisfacción del personal de apoyo asignado al título/centro.

- Indicadores de satisfacción del personal de apoyo asignado al título/centro.
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzYyMDI1MDQyOTExMTUucGRm>

115.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción del personal de apoyo asignado al título/centro y acciones de mejora puestas en marcha.

- Ver análisis apartado 5.4.
<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTcyMDI1MDcxNjEyMTEucGRm>

5. En caso de enseñanza híbrida o virtual, el título cuenta con los recursos necesarios en infraestructura y personal de apoyo. El alumnado está satisfecho con la docencia no presencial recibida. El profesorado está satisfecho con la docencia no presencial impartida.

No aplica.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 5

116.- Descripción del sistema de docencia no presencial utilizado.

- No aplica

117.- Procedimiento de seguimiento y evaluación del estudiantado que participa en la docencia no presencial.

- No aplica

118.- Procedimiento para el acceso a los servicios de orientación académica y profesional.

- No aplica

119.- Listado (descripción) del personal de apoyo disponible.

- No aplica

120.- Actividades formativas ofertadas y participación del PDI y personal de apoyo en dichas actividades.

- No aplica

121.- Indicadores de satisfacción del alumnado de la modalidad no presencial.

- No aplica

122.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.

- No aplica

123.- Indicadores de satisfacción del profesorado en la modalidad no presencial.

- No aplica

124.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.

- No aplica

VI. RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO

Criterio 6: Los resultados de aprendizaje alcanzados por las personas tituladas se ajustan a los previstos en el plan de estudio, en coherencia con el perfil de egreso y se corresponden con el nivel del MECES del programa formativo, y las actividades de formación y de evaluación son coherentes con dicho perfil de egreso y con las competencias del título.

ANÁLISIS

1. Los resultados del proceso de aprendizaje alcanzados por el estudiantado se corresponden con el nivel MECES, son acordes con el perfil de egreso y con la memoria verificada.

Existe una escrupulosa correspondencia entre el Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos y las directrices definidas en el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) en su artículo séptimo. Del mismo modo, los resultados de aprendizaje alcanzados se corresponden con los previstos en la memoria de verificación del título, garantizándose la adquisición de los mismos con respecto a cada una de las modalidades implicadas. Prueba de ello es la totalidad de los programas y proyectos docentes publicados cada curso por los docentes coordinadores implicados en el título, proyectos estos que sin excepción contienen de forma pormenorizada: 1) Objetivos y resultados del aprendizaje con a) Objetivos, b) Competencias básicas, c) Competencias generales; d) Competencias transversales y e) Competencias específicas; 2) Contenidos o bloques temáticos (desarrollados de forma pormenorizada en casi todos los casos); 3) Relación detallada y ordenación temporal de los contenidos; 4) Actividades formativas y horas lectivas; 5) Sistemas y criterios de evaluación y calificación; 6) Metodología de enseñanza-aprendizaje; 7) Horarios del grupo del proyecto docente; 8) Calendario de exámenes; 9) Tribunales específicos de evaluación y apelación; 10) Sistemas y criterios de evaluación y calificación del grupo; 11) Bibliografía recomendada; más cuestiones generales como los datos básicos de la asignatura o el idioma de impartición.

El caso de la asignatura "Branding (Teoría y Gestión de Marcas)" se va a utilizar como ejemplo para ilustrar la evaluación de las asignaturas obligatorias del presente máster (con todo, se adjuntan pruebas de evaluación de otras materias). "Branding (Teoría y Gestión de Marcas)" es relevante porque se trata de una de las asignaturas obligatorias con más créditos del programa (4 ECTS) impartida por el profesor titular Jorge David Fernández, a la sazón director del máster. Además, es la única materia del programa que cuenta con un 5 de satisfacción por parte del estudiantado. Se trata de una materia teórico-práctica que forma en paradigmas y modelos de branding con el propósito de capacitar al estudiantado para desarrollar estrategias de marca en casos reales. La práctica para ilustrar las pruebas de evaluación que cubran el espectro de calificaciones (suspense, aprobado, notable y sobresaliente) de esta asignatura es de la marca Cruzcampo. A partir de un briefing real que el profesor trabajó años atrás cuando formaba parte de la agencia VCCP Spain, los estudiantes tienen que buscar soluciones estratégicas y proponer una estrategia concreta para la marca. Tienen que desarrollar una investigación que se traduzca en un planteamiento estratégico que se baja a una creatividad, esta aplicada a un planteamiento táctico. El trabajo APROBADO (6,5) si bien programa estratégicamente de forma correcta (con algunas imprecisiones en la definición de objetivos y target) y propone una creatividad con cierto gancho, carece de un estudio serio previo y de un racional creativo sólido. Del mismo modo, no aplica herramientas ni modelos de las trabajadas en clase para definir los valores de marca y se echa en falta un planteamiento táctico más ambicioso y sobrio. La defensa oral del trabajo fue correcta, pero se cometieron numerosos fallos que se traducen en la calificación final obtenida. El trabajo calificado con NOTABLE (7,5) desde la presentación visual y la defensa oral tiene más empaque. Los contenidos de igual modo están bien desarrollados, en lo estratégico con la aplicación de un modelo de la complejidad del prisma de Kapferer y en lo táctico con una propuesta sobria y rica en matices que hacen de la propuesta un trabajo notable. Los problemas radican en una investigación parca que les lleva a soluciones precipitadas y sobre todo la falta de sinergia y cohesión entre las diferentes acciones propuestas. Por último, el trabajo con SOBRESALIENTE (10) tuvo una defensa oral impecable que se extrapola al documento escrito desde su presentación, a todas luces, profesional. El contenido es serio y

riguroso, propone una investigación interna y externa que les lleva a propuestas estratégico-creativas muy solventes. Aplican herramientas (mapas de posicionamiento, jerarquía de las necesidades de Maslow...) y modelos (de branding) abordados en clase que culminan en una propuesta brillante en lo creativo y ampliamente justificado desde lo estratégico. La prueba que se adjunta como suspenso es a través de un examen tipo test (la alumna no puso asistir a clases por problemas con su visado y se la examinó de este modo).

Presentamos también evidencia de las pruebas de evaluación de "Workshop de creatividad aplicada" cubriendo todo el espectro de calificaciones (suspenso, aprobado, notable y sobresaliente). La elección de la misma, además de por su naturaleza obligatoria, responde a que se trata de una de las materias vertebrales del título. Fruto de ello es su carga docente al ser la asignatura con mayor número de créditos del título (6 ECTS). Del mismo modo, y con objeto de completar la información proporcionada con asignaturas de corte analítico-aplicado se presentan trabajos de "Investigación de mercados y del mensaje publicitario" (obligatoria de 3 créditos) cubriendo el espectro de calificaciones (suspenso, aprobado, notable y sobresaliente). De naturaleza estratégica y táctica, "Innovación en los Procesos Publicitarios", es una materia obligatoria de 2 créditos de la que se aportan pruebas de evaluación con los mismos rangos. Vinculada a la propaganda pero desde lo estratégico y táctico presentamos evidencias de "Estrategia y Gestión de Campañas Políticas e Institucionales", materia obligatoria de 3 créditos. Por último, con el objeto de presentar una asignatura de naturaleza epistemológica y de perfil eminentemente académico, incluimos los trabajos de "Metodología Científica" (obligatoria de 3 créditos).

En el 2023-2024, de los 13 alumnos que hicieron sus prácticas, 11 obtuvieron una calificación de sobresaliente y 9 de ellos alcanzaron el 10. Así, se adjuntan las actas de la asignatura de cinco estudiantes que obtuvieron calificaciones que van de notable (7) en un caso hasta sobresaliente (10) en dos casos, pasando por un notable (8) y un sobresaliente (9). Tanto las opiniones del estudiantado como de las/os tutoras/es externas/os en los informes son, por lo general, positivas.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 1

125.- Guías docentes.

- Guías docentes

<https://sevius4.us.es/index.php?PyP=LISTA>

- Programa Prácticas en Empresa

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTkyMDI1MDcwODE4MDYucGRm>

- Programa TFM

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTUyMDI1MDcwODE4MDYucGRm>

126.- Información sobre cinco asignaturas obligatorias representativas del programa formativo entre ellas TFM/TFG y en su caso las practicas externas: Guías docentes; Información sobre el profesorado de la asignatura; Selección de pruebas de evaluación del estudiantado que cubran el espectro de calificaciones (suspenso, aprobado, notable y sobresaliente); En caso de evaluación continua, tabla que permita su contextualización. Debe incluir como mínimo la ponderación y la tipología de las distintas pruebas.

- Branding

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzUyMDI1MDcxNzE5MDYuemlw>

- Investigación de Mercados y del Mensaje Publicitario

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTAyMDI1MDcxNzE5NDQucGRm>

- Innovación en los Procesos Publicitarios

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDAyMDI1MDcxNzE5NDQucGRm>

- Estrategia y Gestión de Campañas Políticas e Institucionales

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjUyMDI1MDcxMDEzMTgucGRm>

- TFM

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODcyMDI1MDcxODEwMjcucGRm>

127.- En su caso, cinco memorias de prácticas externas.

2. Las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación son pertinentes y adecuadas para certificar los diferentes aprendizajes reflejados en el perfil de formación y se adecuan a la memoria verificada.

Como antes se explica, la totalidad de los programas y proyectos docentes contienen: 1) Objetivos y resultados del aprendizaje con a) Objetivos, b) Competencias básicas, c) Competencias generales; d) Competencias transversales y e) Competencias específicas; 2) Contenidos o bloques temáticos (desarrollados de forma pormenorizada en casi todos los casos); 3) Relación detallada y ordenación temporal de los contenidos; 4) Actividades formativas y horas lectivas; 5) Sistemas y criterios de evaluación y calificación; 6) Metodología de enseñanza-aprendizaje; 7) Horarios del grupo del proyecto docente; 8) Calendario de exámenes; 9) Tribunales específicos de evaluación y apelación; 10) Sistemas y criterios de evaluación y calificación del grupo; 11) Bibliografía recomendada; más cuestiones generales como los datos básicos de la asignatura o el idioma de impartición. En este sentido, las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación reflejados en las guías docentes de las asignaturas son los que efectivamente se implementan en el aula.

El máster en sus diferentes materias cuenta con la aplicación de actividades formativas llevadas a cabo en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Desde sesiones monográficas, hasta actividades desarrolladas en espacios con equipamiento especializado, pasando por la docencia teórica o los estudios de casos. De este modo, por poner un ejemplo ilustrativo desde la logística: asignaturas como "Análisis de datos" se imparten en la sala de informática para el aprendizaje y uso del programa estadístico SPSS, el "Workshop de Creatividad Publicitaria Aplicada" se imparte en otra sala de ordenadores con programas de diseño (sala Mac) y "Oratoria y Habilidades para Hablar en Público" en aulas más diáfanas y abiertas por las necesidades docentes.

La satisfacción del estudiantado con los TFM es, en los dos cursos de los que se disponen datos, de 3,0, lo que evidencia que está por encima de la media, alcanzando así valores satisfactorios. El proceso de elaboración y defensa de los TFM es coherente con la normativa interna de la Universidad de referencia y con el marco normativo general, como se demuestra en la Guía del estudiante y en la normativa interna de TFM. En ellas queda patente tanto la existencia de sistemas de evaluación que garanticen una evaluación homogénea y adecuada de los TFM como la existencia de criterios y procedimientos de asignación de TFM.

En este sentido, las calificaciones generales de los TFM es notable. Del total de trabajos defendidos ninguno baja del 7 y hay una docena de sobresalientes, en algunos casos con Matrícula de Honor.

Con todo, de cara a optimizar el proceso de selección de tutor y presentación y evaluación de los TFM, el presente curso 2024-2025 se ha implementado la plataforma Terminus en el centro, facilitando al estudiante el proceso de elección de tutor y entrega de documentación necesaria (informe antiplagio, anexos) y del propio TFM, sirviendo además de herramienta de trabajo para tutor y alumno en lo que se refiere a entregas periódicas o mensajes.

Como se puede observar en el programa de Prácticas Externas (evidencia 125), estas se desarrollan garantizando la adquisición de las competencias vinculadas a dicha asignatura y los sistemas de evaluación de las mismas garantizan una evaluación objetiva y homogénea de la totalidad del alumnado implicado en la misma. Todos los estudiantes cuentan con un tutor profesional y otro académico (que forma parte del claustro del mismo) con el fin de hacer un seguimiento continuado de las prácticas del estudiante y que las competencias y objetivos definidos se cumplan. Del mismo modo, los criterios y procedimientos de asignación de prácticas externas se gestionan desde el decanato siguiendo la normativa general del Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo de la Universidad de Sevilla (evidencia 67) y la normativa

específica de la Facultad de Comunicación (evidencia 49).

EVIDENCIAS ANÁLISIS 2

128.- Guías docentes (incluyendo programa, resultados de aprendizaje, actividades formativas y sistemas de evaluación) de las asignaturas (cabe referencia a las publicadas vía web si las mismas se encuentran actualizadas y resultan suficientemente pormenorizadas).

- Ver evidencia 125

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjMyMDI1MDcwODA3MzMucGRm>

129.- Plan de estudios del título pormenorizando las actividades formativas llevadas a cabo en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

- 129_Plan de estudios del título pormenorizando las actividades formativas llevadas a cabo en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDEyMDI1MDQxMDEzMjAucGRm>

130.- Documento del SGC sobre los procesos asociados al desarrollo de los programas formativos para favorecer el aprendizaje del estudiantado, así como la recopilación y el análisis de los resultados.

- Documento del SGC sobre los procesos asociados al Programa formativo, recopilación y análisis de los resultados

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTlyMDI1MDUxMzE1MjYucGRm>

131.- Listado de TFM/TFG defendidos y calificaciones.

- 131.1 Listado de TFM/TFG defendidos y calificaciones.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjEyMDI1MDcxNDE3NDYucGRm>

- 131.2.-Satisfacción con el procedimiento de gestión TFE

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzcyMDI1MDQyMzEyMTQucGRm>

- Guía del estudiante

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODlyMDI1MDcwOTA4MTAucGRm>

- Memoria interna TFM

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NjYyMDI1MDcwOTA4MTAucGRm>

132.- Rúbrica de la presentación y evaluación de los TFMs/TFGs.

- Rúbrica de la presentación y evaluación de los TFMs

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzEyMDI1MDcwODE5MDMucGRm>

133.- Listado de prácticas externas realizadas, centros, tutores internos y externos.

- Ver evidencia 101

134.- Información sobre cinco asignaturas obligatorias representativas del programa formativo entre ellas TFM/TFG y en su caso las practicas externas: Guías docentes; Información sobre el profesorado de la asignatura; Selección de pruebas de evaluación del estudiantado que cubran el espectro de calificaciones (suspense, aprobado, notable, sobresaliente y matrícula de honor); En caso de evaluación continua, tabla que permita su contextualización. Debe incluir como mínimo la ponderación y la tipología de las distintas pruebas.

- Ver evidencia 126

135.- En su caso, cinco memorias de prácticas externas.

- Ver evidencia 127

3. Los resultados de los indicadores académicos y su evolución se adecúan a los objetivos formativos del plan de estudios.

En general los indicadores son muy positivos. La tasa de presentados está en el 90% (en el curso 2022-2023 se sitúa en 91,87% y en el 2023-2024 en 89,06%), por lo que los no presentados son muy escasos (suponen un 10%), que en parte se debe a la tardía incorporación al máster de algunos estudiantes internacionales por problema con sus visados y a la defensa del TFM. La tasa de rendimiento también es muy alta con un 83,21% el curso 2022-2023 y un 80,64% el 2023-2024. Roza el 100% la tasa de éxito con un 98,24% y un 98,60%, respectivamente. Las tasas de eficiencia real y teórica del máster están en el 100% en el curso 2022-2023 y el 90,57% y el 90,88, respectivamente, en el curso 2023-2024. Con todo, la tasa de

graduación es de 54,17% debido a las complicaciones que tienen los alumnos para defender su TFM en el propio curso, debido al nivel de exigencia (auto)impuesto. No consta abandono por parte de algún alumno por el momento.

Los indicadores de satisfacción del alumnado por asignatura son en general muy positivos situándose de media en torno al 3,5-4,0, con picos tan significativos como el 5 de "Branding (Teoría y Gestión de Marcas)" o el 4,71 de "Adaptación de Estrategias y Contenidos al Entorno Digital" y "Planificación de Eventos e Implementación de Campañas de Relaciones Públicas". Tan solo las materias vinculadas con los aspectos más áridos de la investigación académica como la epistemología o la metodología tienen una consideración menor por parte de los estudiantes (2,28 de "Metodología científica" o 2,86 de "Técnicas Cuantitativas y Cualitativas de Recogida de Datos").

Las calificaciones globales del título son también muy positivas en términos generales con un índice de suspensos casi anecdótico. Tan solo hay suspensos en tres asignaturas (2, 2 y 3, respectivamente): "Branding (Teoría y Gestión de Marcas)", "Planificación de Eventos e Implementación de Campañas de Relaciones Públicas" y "Técnicas Cuantitativas y Cualitativas de Recogida de Datos". Teniendo en cuenta que algunos estudiantes extranjeros por problemas de visado se incorporan tarde al máster y que estas asignaturas se imparten en los primeros compases del mismo, la razón de los suspensos se justifica. Con todo, el máster tiene unas calificaciones excelentes con picos tan altos como el de la asignatura "Desarrollo de Campañas de Responsabilidad Social Corporativa" que tiene un 94,29% de sobresalientes. La media de los aprobados en las asignaturas es de sobresaliente ("Branding (Teoría y Gestión de Marcas)" tiene un 83,78% y "Planificación de Eventos e Implementación de Campañas de Relaciones Públicas" tiene un 65,71%) y notable ("Técnicas Cuantitativas y Cualitativas de Recogida de Datos" tiene un 80,56% y "Oratoria y Habilidades para Hablar en Público" tiene un 72,73%). Respecto a los no presentados la media es de 2 NP por asignatura con picos de 4 en "Prácticas en Empresa" y de 0 en "Planificación de Eventos e Implementación de Campañas de Relaciones Públicas".

EVIDENCIAS ANÁLISIS 3

136.- Indicadores (según tipo de enseñanza): Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza.; Porcentaje de no presentados; Resultados globales de la titulación de los últimos seis años: Tasa de rendimiento, Tasa de eficacia, Tasa de graduación, Tasa de abandono; Resultados globales del primer curso de los últimos seis años: Tasa de abandono, Tasa de presentados, Tasa de éxito, Tasa de rendimiento.

- 136A_ Indicadores (según tipo de enseñanza): Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzkyMDI1MDkwODEyNTMucGRm>

- 136C_ Resultados Globales

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MTAyMDI1MDQyMTE0MTkucGRm>

- 136D_ Resultado Globales en 1er curso

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODQyMDI1MDQyMjEyNDgucGRm>

4. El título dispone de indicadores para analizar grado de satisfacción del estudiantado con cada asignatura así como con el programa formativo.

El máster comenzó con una satisfacción del alumnado con el programa formativo baja, que se situó en un 2,15. El curso siguiente se alcanzó un 3,05. Según las encuestas realizadas al alumnado, en las dos ediciones coincide como punto más débil del máster "La oferta de Prácticas Externas" con 1,45 (sobre 5) en las dos ediciones. Desde el Vicedecanato de Estudiantes y Prácticas Externas y la coordinación del título se está trabajando para mejorar el número y la variedad de entidades que ofertan prácticas para el máster.

Por otro lado, en la primera edición sobresale la mala consideración de los alumnos a "La adecuación de los

horarios y turnos" que lo puntúan con un 1,77, opinión que mejora en la segunda edición del máster (se aprueba con un 2,59) fruto de los cambios que se acometieron desde la comisión académica del mismo. En realidad, la primera edición del máster se desarrolló en unas condiciones muy complejas por su tardía aprobación (perdiendo fases de matrícula fundamentales) y por el cambio de coordinación de última hora que sufrimos. Esto justifica en parte una encuesta no muy afortunada. Con todo, el profesorado recibe un 3,54 o "La atención recibida por el Personal de Administración y Servicios" recibe un 3,38, además, se aprueba en casi todas las preguntas con a veces soltura como el 3,0 recibido en "Procedimiento para la elección y realización del Trabajo de Fin de Grado o de Fin de Máster" o el 2,92 en "Los resultados alcanzados en cuanto a la consecución de los objetivos y las competencias". Para el año 2023-2024 las encuestas muestran unas respuestas más positivas. La valoración del profesorado sube a 3,91 y muchos aspectos relevantes del programa y la logística reciben buenas valoraciones: "El equipamiento de las aulas" (3,32), "Las infraestructuras e instalaciones" (3,52), "Los resultados alcanzados en cuanto a la consecución de los objetivos y las competencias" (3,55), "La distribución entre créditos teóricos y prácticos" (3,27) o "La variedad y adecuación de la metodología docente utilizada" (3,14).

No obstante, los indicadores que mejor ilustran la satisfacción del alumnado son los que responden a las asignaturas. En efecto, como antes se explicó, los indicadores de satisfacción del alumnado por asignatura son en general muy positivos situándose de media en torno al 3,5-4,0, con picos tan significativos como el 5 de "Branding (Teoría y Gestión de Marcas)" o el 4,71 de "Adaptación de Estrategias y Contenidos al Entorno Digital" y "Planificación de Eventos e Implementación de Campañas de Relaciones Públicas". Además, buena parte de las asignaturas superan el 4, de este modo, "Desarrollo de Campañas de Responsabilidad Social Corporativa" tiene un 4,43, "Oratoria y Habilidades para Hablar en Público" tiene un 4,60 o "Innovación en los Procesos Publicitarios" y el "Workshop de Creatividad Publicitaria Aplicada" que tienen un 4. Como antes se afirmó, tan solo las materias vinculadas con los aspectos más áridos de la investigación académica como la epistemología o la metodología tienen una consideración menor por parte de los estudiantes (2,28 de "Metodología científica" o 2,86 de "Técnicas Cuantitativas y Cualitativas de Recogida de Datos").

EVIDENCIAS ANÁLISIS 4

137.- Indicadores de Satisfacción del alumnado por asignatura.

- Indicadores curso 2023-24 de Satisfacción del alumnado por asignatura.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODkyMDI1MDQyMzE0MTgucGRm>

138.- Indicadores de Satisfacción del alumnado con el programa formativo.

- Indicadores de Satisfacción del alumnado con el programa formativo.

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MjUyMDI1MDQyOTEyNDUucGRm>

139.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.

- Ver análisis apartado 6.4.

VII. ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD

Criterio 7: Los servicios necesarios para poder garantizar la orientación académica y profesional del alumnado son adecuados, así como la información sobre la empleabilidad aportan indicadores útiles para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

ANÁLISIS

1. El título tiene los servicios necesarios para poder garantizar la orientación académica y profesional del alumnado. El alumnado está satisfecho con los servicios orientación académica y profesional del alumnado.

El título cuenta con un plan estable de orientación académica dirigida a su estudiantado (evidencia 140), cuyo contenido describe y detalla un conjunto de actividades que en cada curso académico se han desarrollado, en el ámbito de la orientación académico-profesional.

Asimismo, el máster internamente ayuda a este proceso de orientación a través de la figura del coordinador, que está en contacto permanente con el alumnado. Además, al inicio del máster se organiza una jornada con una conferencia inaugural de un/a profesional reconocido del sector y una charla de bienvenida del coordinador del máster en la que explica los pormenores de algunas cuestiones relevantes del título (mecánica de trabajo, horarios, TFM, Prácticas en empresa, plan de estudios...). Al coordinador le acompaña buena parte del claustro con el objeto de hacer breves intervenciones sobre aspectos concretos de su asignatura o líneas de trabajo de cara a la selección de tutor de TFM. Esta jornada de acogida es, sin duda, capital para la correcta organización del estudiantado. Asimismo, el coordinador, durante el curso, mantiene otras charlas informativas en el aula relacionadas con la orientación académica sobre el TFM, las prácticas externas o para discutir posibles problemas surgidos en el desarrollo del máster.

Del mismo modo, el máster cuenta con un plan estable de orientación profesional, dirigido, de forma específica, a los/as futuros/as egresados/as, que cuenta con la participación de profesionales o empleadores/as, en los que se analizan, tanto las salidas laborales, como las opciones existentes para ampliar sus estudios. El documento adjunto (evidencia 141) detalla dicha información reflejando los procedimientos a seguir para la orientación e información sobre los recursos y herramientas de búsqueda de empleo, detectando necesidades formativas transversales y/o específicas y derivándolos, en cada caso, a la sección correspondiente con el objeto de facilitar la inserción laboral de los estudiantes y/o titulados universitarios.

El grado de satisfacción de la orientación académica y profesional recibida, como ocurre en casi todas las parcelas del título, va de menos a más. En este sentido, el primer año de vida del máster alcanzó un 2,0 en la parcela de orientación académica y un 2,23 en lo que se refiere a la profesional. El segundo año se trabajó para poder hacer frente a las exigencias del alumnado alcanzando un 3,0 en orientación académica y un 2,55 en orientación profesional. Pese a aprobar en ambos indicadores en el curso 2023-2024, desde el máster se sigue trabajando en ello para incrementar estos niveles de satisfacción.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 1

140.- Plan de orientación académica.

- Plan de orientación académica-US

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NDkyMDI1MDUxNDEzMDkucGRm>

- POAT 2021/2022

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODYyMDI1MDcyOTeyNTAucGRm>

- POAT 2022/2023

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NTEyMDI1MDcyOTeyNTAucGRm>

- POAT 2023/2024

<https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=ODIyMDI1MDcyOTeyNTAucGRm>

- Acciones POAT Facultad de Comunicación https://cat.us.es/consulta-de-acciones-poat
141.- Plan de orientación profesional. - Plan de orientación profesional -US https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzYyMDI1MDUxNDEzMDkucGRm
142.- Indicadores de satisfacción del estudiantado con respecto a la orientación académica y profesional recibida. - Indicadores de satisfacción del estudiantado con respecto a la orientación académica y profesional recibida. https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=NzEyMDI1MDUxMzEzNDEucGRm
143.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 7.1.

2. Los resultados de los indicadores de empleabilidad de las personas egresadas son adecuados para las características de la titulación.

El título dispone de indicadores de empleabilidad fiables que permiten determinar que los empleos a los que accede el alumnado egresado están directamente relacionados con las características de la titulación. Como se aportó antes (evidencia 141), el máster apoyado por el Vicedecanato de Estudiantes y Prácticas Externas de la Facultad cuenta con un programa de prácticas serio y riguroso en el que solo concursan empresas u organizaciones con desempeño en funciones de comunicación (como actividad principal o por contar con un departamento específico para ello).

Según los datos disponibles, el 50% del estudiantado egresado adquirió trabajo tras el primer año del egreso, consiguiendo el primer concreto antes de los cinco meses. A su vez, la adecuación de la actividad laboral a la titulación es de un 50%. No obstante, el escaso número de estudiantes egresados/as impide realizar una valoración adecuada de estos datos, por lo que será necesario proseguir con el estudio en los cursos sucesivos para conocer mejor la realidad y, en su caso, proponer mejoras.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 2

144.- Indicadores de empleabilidad. - Indicadores de empleabilidad https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MDAyMDI1MDUxNjExMjkucGRm
145.- Análisis realizado de los indicadores de empleabilidad y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 7.2.

3. Los perfiles de egreso fundamentalmente desplegados en el programa formativo mantienen su interés y están actualizados según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.

El título dispone de un procedimiento que permite revisar el interés y adecuación de los perfiles de egreso y actualizarlos en caso necesario (evidencia 146). Se trata de un sistema que permite medir la empleabilidad de los egresados y su satisfacción con la formación adquirida, así como la de sus empleadores/as.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 3

146.- Procedimiento de revisión y actualización de los perfiles de egreso. - Procedimiento de revisión y actualización de los perfiles de egreso https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=MzAyMDI1MDUxNDEzMDkucGRm
--

4. Los empleadores están satisfechos con la formación recibida por los egresados.

No se dispone de datos al respecto.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 4

147.- Indicadores de satisfacción por parte de los empleadores.

- Sin datos
148.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver análisis apartado 7.4.

5. Los egresados están satisfechos con la formación recibida.
No se dispone de datos al respecto.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 5
149.- Indicadores de satisfacción del alumnado egresado. - Sin datos
150.- Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha. - Ver cuadro 7.5.

6. Se analiza la sostenibilidad del título teniendo en cuenta el perfil de formación que ofrece la titulación y los recursos disponibles.
--

El Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos de la Universidad de Sevilla, a partir del Sistema de Garantía de Calidad del Centro de la Facultad de Comunicación, cuenta con un procedimiento bien definido que permite el análisis de la sostenibilidad. Este sistema, conforme a las normativas del RD 822/2021 y las directrices de ANECA, así como las directrices de ACCUA, permite un seguimiento periódico del título a través de informes que recogen datos sobre aspectos clave como la demanda, el nivel del profesorado y los recursos disponibles.

La sostenibilidad se evalúa a partir de indicadores tales como la demanda o la nota de corte de acceso, las tasas de rendimiento y abandono, la cualificación del profesorado (evidencia 57), la existencia de infraestructuras adecuadas para la correcta impartición del título o el nivel de ocupación tras el egreso. La Comisión de Garantía de Calidad del Título evalúa estas evidencias junto a los datos de satisfacción de los diferentes colectivos implicados, así como el contexto profesional y social, para poder detectar fortalezas y oportunidades, así como amenazas y debilidades y, en su caso, proponer mejoras para solventarlas.

Así, en concreto, el nivel de demanda del título es muy alto contando con cientos de solicitudes cada curso. Por ejemplo, para el curso que viene (2025-2026), el número de solicitudes evaluadas entre las fase 1 y fase 2 (que establece el DUA, Distrito Único Andaluz) ha sido de poco menos de 800. El curso pasado se superaron las 600, por lo que el interés va en aumento. De hecho, el máster no ha ofertado hasta la fecha plazas en la fase 3ª de preinscripción por no contar con vacantes. El estudiantado internacional es el más numeroso en lo que respecta a solicitudes. Sobre todo el procedente de América Latina (de países como Perú, México, Chile, Uruguay, Brasil, Bolivia, Venezuela, Colombia, Argentina, etc.) aunque también se reciben numerosas solicitudes procedentes de Asia (sobre todo de China) y del norte de África (Marruecos, Argelia). En este curso, además, se han recibido solicitudes de países europeos como Italia, Alemania o Francia. También se reciben un número considerable de solicitudes de estudiantes nacionales que este año superan las 200, solicitudes estas procedentes de diversos territorios de nuestra geografía.

La alta demanda del máster posibilita un alumnado especialmente brillante dado que el criterio de admisión tiene como base el expediente académico. A esto hay que sumarle que dicha demanda se corresponde con los perfiles de egreso recogidos en la memoria de verificación del título. En este sentido, en aquella se sostiene: "tendrá buena acogida entre los egresados no solo de dicho título de grado, sino también de aquellos relacionados con la comunicación, en general, o el marketing" (pág. 67). En esta línea, nuestros estudiantes son graduados/as en Comunicación Social, Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad o Marketing.

El profesorado vinculado al máster es otro puntal del mismo que garantiza su estabilidad. El claustro está formado por 21 doctores (de los 23 docentes) de los que una mayoría tienen vinculación permanente con la Universidad de Sevilla, esto es, una catedrática (con 3 sexenios de investigación y 3 quinquenios) y 10

profesores titulares (que suman 20 quinquenios y 15 sexenios), a los que hay que sumar 2 profesores permanentes laborales. Además, imparten docencia en el título 4 ayudantes doctores y 6 profesores sustitutos interinos. Algunos de estos docentes tienen un fuerte compromiso con el título, de hecho, están prácticamente al 50% de su docencia asociados al máster, como Jiménez Marín (50,61%), Fernández Gómez (48,82 %) o García Estévez (44,02%). Por último, con el propósito de hacer más sólido al título y de cara a la impartición de algunas materias con un grado de especificidad alto, se ha contado con profesionales externos (por medio de las ayudas del IV Plan Propio de Docencia de la US para captar talento) que complementan al claustro.

El análisis de las distintas evidencias permite, como se apuntaba, la elaboración de los informes de seguimiento interno y externo por parte de la Comisión de Garantía de Calidad del Título que, a su vez, pueden dar lugar a propuestas de mejora, las cuales, a su vez, pueden suponer la actualización de contenidos, la reestructuración y reordenación de asignaturas, la mejora de la metodología docente y los sistemas de evaluación, o el desarrollo de planes de orientación académica y profesional. Todo ello se orienta a mantener la calidad académica y adaptar la formación a las necesidades del entorno profesional y social. De esta forma, y a modo de resumen, el procedimiento de sostenibilidad, por tanto, es una herramienta clave dentro del sistema de mejora continua del grado.

EVIDENCIAS ANÁLISIS 6

151.- Análisis sobre la sostenibilidad del título correlacionando las diferentes dimensiones que afectan a este criterio (demanda, nivel del profesorado implicado en la titulación, etc.).

- Ver análisis apartado 7.6.