

Informe Final para la renovación de la acreditación del Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla

1. DATOS DEL TÍTULO

ID Ministerio	2502294
Denominación del Título	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad	Universidad de Sevilla
Centro	Facultad de Comunicación Centro Universitario EUSA
Universidad/es Participante/s	
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Educación

2. ÁMBITO NORMATIVO

La renovación de la acreditación se tramita de conformidad con el procedimiento previsto con el artículo 34 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.. La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con los criterios y directrices para el Aseguramiento de la Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior (ESG) establecidos en la Guía para la renovación de la acreditación de los títulos universitarios de grado y máster de la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento.

La Agencia Andaluza del Conocimiento, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 16/2007, de 3 de diciembre, tiene atribuidas las competencias de evaluación y acreditación de las actividades universitarias.

La Comisión de renovación de la acreditación, designada por la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento, es la competente para efectuar la evaluación de la solicitud de la renovación de la acreditación de los títulos oficiales presentada por la Universidad. El presente informe es emitido por dicha comisión formada por expertos en la materia que actúan en régimen de independencia y autonomía.

3. CONTENIDO DE LA EVALUACIÓN

En este informe la Comisión realiza las siguientes valoraciones:

- Primero: Certifica y **constata** el cumplimiento de los criterios conforme a lo establecido en la Guía para la renovación de la acreditación de los títulos universitarios de grado y máster de Andalucía, de la Dirección de Evaluación y Acreditación, de la Agencia Andaluza del Conocimiento, diciembre 2014.
- Segundo: Realiza **recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento**, esto conlleva un plan de mejora cuya realización será objeto de comprobación a lo largo del seguimiento.
- Tercero: Especifica las **modificaciones** señaladas en el informe provisional que no han sido resueltas de forma satisfactoria y que motivan, en su caso, el informe desfavorable.

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	1/13
			

3.0. INTRODUCCIÓN

El presente informe hace referencia al proceso de renovación de la acreditación del Grado Universitario en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla. Se trata de la segunda renovación de la acreditación de este Grado, por lo que se han examinado de forma específica las acciones de mejora que se han propuesto a partir de las recomendaciones incluidas en el Informe de primera renovación de la acreditación de fecha 29/9/2016. En las valoraciones efectuadas se ha tenido en cuenta que el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla se imparte en modalidad Presencial en dos centros diferentes (Facultad de Comunicación y Centro Adscrito EUSA) y que incluye 6 créditos optativos de prácticas externas.

La Comisión de Renovación de la Acreditación a la vista del Autoinforme de Acreditación presentado por la Universidad solicitante, de las evaluaciones de dicho autoinforme, de las evidencias presentadas por la Universidad solicitante y de las aclaraciones y respuestas obtenidas de las personas comparecientes en la visita de acreditación, emitió el Informe Provisional de renovación de la acreditación que contenía modificaciones y recomendaciones en diversos criterios.

Presentadas las alegaciones en tiempo y forma por la Universidad, la Comisión de renovación de la acreditación ha analizado dichas alegaciones y emite este Informe Final de evaluación.

3.1. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

No se alcanza

La información pública disponible para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se presenta en tres webs diferentes (una por cada centro - Facultad, EUSA- y la de la universidad US):

- 1) La web de la US (<https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>) proporciona información relevante para todos los grupos de interés (estudiantes actuales y futuros, profesorado, etc.). Se accede a los contenidos relevantes del programa formativo (competencias, memoria de verificación), a la normativa de acceso y las gestiones correspondientes (matrícula) así como a las respectivas páginas web de los centros donde se puede cursar la titulación. También se informa del Sistema de Garantía de Calidad (SGC) presentando los principales resultados alcanzados en los procesos de evaluación de su calidad, sin embargo, no existen referencias acerca de su funcionamiento en la práctica (actas de reuniones, composición del órgano responsable y procedimientos).
- 2) La web de la Facultad (<https://fcom.us.es/titulos/grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>) posee una organización clara e intuitiva con información sobre la organización académica del grado: plan docente, horarios, exámenes, programas de las asignaturas e información específica sobre el TFG y sus procedimientos, así como tablas de adaptación de los estudios de licenciatura al grado. Se dispone de un directorio sobre el profesorado del título y su horario de atención al alumnado (tutorías). También se accede al SGC del título, entre otra, con información sobre las actas de la comisión de garantía de calidad de este grado.
- 3) La web de EUSA (<https://www.eusa.es/grados-universitarios/publicidad/>) proporciona información relevante para todos los grupos de interés (estudiantes actuales y futuros, profesorado, etc.). Se informa de la normativa de acceso y las gestiones correspondientes (matrícula). Sin embargo, no existe información acerca de los contenidos relevantes del programa formativo (competencias, objetivos), aunque se publica la memoria del título. También se informa del Sistema de Garantía de Calidad (SGC) bajo una categoría genérica de "Documentación Académica" que incluye desde el informe de Verificación del grado, modificación del plan de estudios,... (información relacionada con el SGC) hasta el calendario académico, horarios y "Diversos enlaces a la web de la US". Se recomienda

Código Seguro de Verificación: R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	2/13
			

organizar significativamente esta documentación para que resulte funcional para el usuario. En este entorno virtual, se valora como positivo que la información sobre el profesorado de la titulación se encuentra asociada a los programas de las asignaturas del plan de estudios, no obstante, en algunas ocasiones la ficha de presentación de cada docente está vacía. En ningún caso se proporciona el horario de atención al alumnado (tutorías), aunque si se menciona la figura del tutor/a de grado. Al mismo tiempo, no se dispone de las guías docentes de todas las asignaturas: en 2º curso se detecta su falta en una materia obligatoria ('Dirección de Arte') y en varias materias optativas (entre otras, 'Prácticas en empresas', 'Teoría e Historia del Diseño publicitario').

En las webs de ambos centros se informa sobre las prácticas en empresas, publicando las normativas y listados de centros e instituciones que poseen convenio específico para ello. Solamente en el caso de la Facultad es posible identificar aquellas directamente relacionadas con el grado en Publicidad y Relaciones Públicas. En el caso de EUSA esta información no está vinculada bidireccionalmente con el título objeto de estudio.

En relación con los servicios de orientación académica y profesional, se valora positivamente el uso de distintos canales para la difusión del título (ferias, redes sociales, medios de comunicación, etc.) afines a los estudiantes. Sin embargo, solamente la Facultad oferta acciones de orientación específicas, dirigidas al alumnado del título. En el caso de EUSA se remite a los servicios de orientación generales del centro. No obstante, es preciso que se ofrezca a los estudiantes del grado acciones propias para ellos.

En conclusión, la información pública del título está distribuida en tres espacios web diferentes sin que haya una relación fluida entre ellas, a pesar de que han experimentado diversas mejoras en los sistemas de difusión y publicidad del Grado. Debe seguir realizándose un esfuerzo que permita comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad. Se valora positivamente el uso de las redes sociales para la difusión y comunicación en título, así como la existencia de un Gabinete de comunicación y un boletín interno de noticias de la Facultad y el canal de información en la red en el Centro EUSA.


Aunque las acciones de mejora propuestas para atender a estas modificaciones y recomendaciones se valoran positivamente, se mantienen como recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento hasta su completa resolución.

Recomendaciones:

- Se recomienda ofrecer información completa y actualizada del profesorado asociado al título y horario de atención al alumnado (tutorías) (EUSA).
- Se recomienda vincular el acceso a la información sobre las prácticas en empresas desde un apartado específico en la web del Grado en Publicidad y Relaciones Laborales, su gestión y desarrollo, así como el listado de centros e instituciones vinculadas a estas prácticas (EUSA).
- Se debe de incluir información en la web del grado sobre los servicios de orientación académica y profesional, específicos del título, dirigidos al alumnado y analizar medidas que mejoren la opinión de los usuarios (estudiantes) sobre los mismos (EUSA).
- Se recomienda organizar la información relativa al SIGC y normativas académicas en su lugar apropiado (EUSA)

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben publicar los programas o guías docentes de todas las materias que configuran el plan de estudios de la titulación (EUSA).
- Se debe dar respuesta a las recomendaciones del informe de seguimiento relativas a publicar los planes de mejora y su evaluación e Incluir información sobre los indicadores y resultados obtenidos en el Grado (EUSA).

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	3/13
			

3.2. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

No se alcanza

El SGC del título se enmarca en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de la Universidad de Sevilla quien remite a la Comisión de Garantía de Calidad del Centro (en este caso la Facultad de Comunicación) la responsabilidad sobre la calidad de sus titulaciones. Los procedimientos son comunes para todos los estudios de la US, se determinan e implementan con apoyo en la plataforma Logros. Sin embargo, no es posible verificar las actas de dicha Comisión de Garantía de Calidad del Centro, aunque se dispone de actas de la CGC y Seguimiento de títulos para el curso 2020/21, no de otras que evidencien su correcto funcionamiento en cursos anteriores. Estas actas no están firmadas, y en ninguna de ellas se hace alusión directa al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Están representados los distintos grupos de interés. Por su parte, EUSA aunque cuenta con su propia Comisión de Garantía de Calidad del Centro, no cuenta con un SGC propio del título.

Se han planteado diferentes Planes de Mejora correspondientes a los distintos cursos académicos, para abordar diferentes cuestiones relativas con el SGC, la calidad del título y el profesorado. Hacen alusión tanto a las acciones de mejora de la US como del centro adscrito, con una reflexión que garantiza el seguimiento de los objetivos planteados, así como una correcta planificación.

De la información incluida parece que se han llevado acciones encaminadas a atender las recomendaciones realizadas hasta la fecha. No obstante, no se consideran suficientes las medidas adicionales adoptadas para resolver la recomendación del anterior informe de renovación, así como otras derivadas del proceso de seguimiento del título, que no se consideró resuelta en el informe de Plan de Mejora de 13 de julio de 2021: 'se deben establecer acciones de mejora destinadas a fomentar la participación de los distintos grupos de interés en las encuestas de satisfacción'.

Se considera positivo el funcionamiento de la plataforma Logros como apoyo al SGC, así como la existencia de una Comisión Intercentros. Aunque las acciones de mejora propuestas para atender a estas modificaciones y recomendaciones se valoran positivamente, se mantienen como recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento hasta su completa resolución.

Recomendaciones:

- Se recomienda evidenciar el compromiso del centro adscrito con la implementación de los Planes de Mejora asignando responsables y mecanismos concretos. Se recomienda establecer un SGC propio del título (EUSA).

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben establecer medidas para atender la recomendación no resuelta indicada en el Plan de Mejora.
- Se debe implementar el procedimiento para proporcionar datos sobre la satisfacción de todos los colectivos implicados en el título en todos los centros en que se imparte y durante todos los cursos académicos. Particularmente, en el centro EUSA, donde no se dispone de información sobre la satisfacción de usuarios que no se corresponden con el perfil de estudiantes.

3.3. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

No se alcanza

Código Seguro de Verificación: R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	4/13
			

Sobre el diseño, organización y desarrollo del programa formativo, se perciben algunos desajustes que pasan a enumerarse.

Comparando la información publicada en la web sobre el programa formativo con la memoria verificada, se detecta que en el Plan de Estudios (<https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>), el grado cuenta 6 créditos optativos de prácticas en empresas, Sin embargo, en la página 52 de la memoria verificada actualizada que se puede descargar (https://alojawebapps.us.es/fichape/Doc/MV/211_memverif.pdf), se indica que éstas no tiene créditos asignados (0).

En cuanto al ajuste de la memoria verificada con las guías docentes, es muy difícil verificar si los programas de la asignaturas impartidas se corresponden con la incluidas en la memoria ya que en ella aparecen agrupadas en trece módulos. No obstante, tomando como referencia algunas de las asignaturas del Grado, los contenidos de las guías docentes y la memoria parecen no corresponderse. Por ejemplo, para la asignatura 'Márketing' aparecen definidas, tanto para el centro adscrito como en el centro propio, una serie de competencias que no son las de la memoria verificada. Además, los contenidos de las guías docentes del Centro adscrito y de la Facultad tampoco se corresponden. Siguiendo con la metodología de la asignatura 'Márketing', vemos como en EUSA se hace un desarrollo exhaustivo que incluye una variedad de metodologías mayor que en la Facultad. Por lo que respecta a los sistemas de evaluación, en esta misma asignatura, en el centro adscrito no encontramos que la ponderación esté definida, sino que se corresponde con criterios abiertos. En el caso de las guías de la Facultad, se definen sistemas de evaluación continua y de evaluación de convocatorias oficiales, que no se corresponden con la guía del centro adscrito.

Además, debemos tener en cuenta que en EUSA no se dispone de todas las guías docentes publicadas. En 2º curso se detecta su ausencia en una materia obligatoria ('Dirección de Arte') y varias asignaturas optativas, entre otras, 'Prácticas en empresas', 'Teoría e Historia del Diseño publicitario'.

Por lo que respecta al desarrollo del programa formativo, se ha detectado una demanda de más prácticas y de adecuación al mercado laboral. En las audiencias, estudiantes y egresados pusieron de manifiesto una mala distribución del temario en los años de carrera, el solapamiento de contenidos entre diferentes materias, así como de las optativas con las prácticas curriculares. Indican que "falta práctica y aprendizaje de herramientas tecnológicas necesarias para el trabajo como Photoshop". Demandan asignaturas como Marketing digital y más especialización en Relaciones Públicas. Creen que se da poca importancia a los idiomas.

En el caso de la Facultad, los procesos de gestión administrativa del título se desarrollan de manera adecuada (reconocimiento de créditos, gestión de movilidad, gestión de prácticas externas y gestión de los TFG) y se dispone de información sobre ellos. Sin embargo, en el caso de EUSA no es posible verificar que los procesos de gestión administrativa del título se desarrollan de manera adecuada, dado que se desarrolla en una "plataforma virtual del centro a la que tienen acceso el profesorado, PAS y el alumnado". AL margen de esa plataforma, no se encuentra información pública sobre el reconocimiento de créditos y la gestión de la movilidad asociada al grado de Publicidad y Relaciones Públicas. La gestión de prácticas externas y TFG se muestra común a todas las titulaciones del centro adscrito.

Respondiendo a demandas de la renovación de la acreditación del grado, se abordaron mecanismos de coordinación vertical (entre los distintos cursos) y horizontal (asignaturas de un mismo curso), en el título a través de la coordinación de grado y de asignatura, sin embargo, no hay evidencias de su puesta en práctica.

En definitiva, aunque las acciones de mejora propuestas para atender a estas modificaciones y recomendaciones

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	5/13
			

se valoran positivamente, se mantienen como recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento hasta su completa resolución.

Recomendaciones:

- Se recomienda establecer mecanismos de coordinación intercentros relativos al título en Publicidad y Relaciones Públicas, para asegurar el adecuado desarrollo de la Memoria verificada.
- Se deben publicitar los procesos de gestión administrativa del grado en Publicidad y Relaciones Públicas mostrando información pública precisa asociados al título, sobre el reconocimiento de créditos, la gestión de movilidad, la gestión de prácticas externas y la gestión de los TFG (EUSA).

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben publicar los programas o guías docentes de todas las materias que configuran el plan de estudios de la titulación (EUSA).

3.4. PROFESORADO

Se alcanza parcialmente

En relación con el profesorado del Grado, en ambos centros, existe información pública disponible sobre el docente/s que imparte las distintas asignaturas. En la Facultad, se proporciona un listado que remite a la ficha del docente en la web de la Universidad de Sevilla, con referencias a su categoría laboral, datos de contacto, departamento y centro de adscripción, asignaturas que imparte e investigación desarrollada. Además, se dispone de información sobre el horario de tutorías. En el centro EUSA asociado a cada materia, se publica datos de contacto del docente, una foto y un breve curriculum vitae. No se conoce categoría laboral, modalidad de dedicación, departamento u horario de atención al alumnado. Por ello, se recomienda completar los datos que se ofrecen.

Por otro lado, no se aporta información detallada sobre la evolución de la plantilla docente del título en cada uno de los centros. A través del autoinforme se conoce la situación circunscrita a la US. En la Facultad la plantilla docente ha mejorado cuantitativa y cualitativamente, se identifican mejoras hacia la estabilización y el aumento de sexenios. Sin embargo, en el centro adscrito no es suficiente la información aportada sobre el profesorado: los últimos datos disponibles (curso 2018-19) muestran 30 docentes, en torno al 26% son doctores, sin datos sobre otros indicadores como actividad investigadora, vinculación permanente, categoría académica, área de conocimiento,...

Se valora como positivo la participación del profesorado en actividades de formación e innovación. Particularmente, la iniciativa en el centro adscrito, para promocionar el doctorado entre los docentes, de un Plan Promotor de la Actividad Investigadora del Profesorado (PAIP). Se recomienda hacer un seguimiento exhaustivo sobre el funcionamiento de este Plan.

Han podido verificarse los criterios de asignación de los directores del TFG a cada estudiante, tanto en la Facultad como de EUSA, basados en la normativa existente. Se conoce el perfil docente de los tutores/as de TFG en la Facultad, pero no así en el centro adscrito. También se presentan normativas para las prácticas externas y se explicitan los procedimientos para la asignación del profesorado que tutoriza prácticas asociados a esa normativa, pero no se conoce el perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas en el centro adscrito (si en la Facultad).

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	6/13
			

Tampoco se han podido verificar los mecanismos de coordinación del programa formativo ni en la Facultad ni en el centro adscrito, EUSA. En la web <https://logros.us.es/desfich.php?t=EV&f=OTQyMDIxMTAxNzE5MjkucGRm>, es posible verificar las funciones de cada uno de los órganos de coordinación pero no el procedimiento de coordinación vertical (entre los distintos cursos) y horizontal (entre asignaturas de un mismo curso).

En definitiva, aunque las acciones de mejora propuestas para atender a estas modificaciones y recomendaciones se valoran positivamente, se mantienen como recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento hasta su completa resolución.

Recomendaciones:

- Se recomienda hacer un seguimiento exhaustivo y evaluación del funcionamiento e impacto del Plan Promotor de la Actividad Investigadora del Profesorado (EUSA).
- Se recomienda tomar medidas para mejorar el perfil investigador del profesorado que imparte docencia en el título para adecuarse no sólo a las características del programa formativo, sino también a la enseñanza universitaria (EUSA).
- Se recomienda proporcionar información completa y actualizada del profesorado perteneciente al título, incluyendo categoría laboral, dedicación, departamento, así como horario de atención al alumnado (EUSA).
- Se recomienda establecer mecanismos de coordinación intercentros relacionados con el grado en Publicidad y Relaciones Públicas, así como intracentro, con procedimientos de coordinación vertical (entre los distintos cursos) y horizontal (entre asignaturas de un mismo curso).

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se debe de aportar información sobre la evolución del profesorado del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, durante los últimos tres años, incluyendo categorías académicas, áreas de conocimiento, experiencia docente, experiencia investigadora, experiencia profesional y dedicación al título (EUSA).
- Se debe proporcionar información sobre la participación de los docentes en actividades de formación e innovación docente (EUSA).

3.5. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

Se alcanza parcialmente

La infraestructura y los recursos disponibles son adecuados para las características del título. Se han acometido diferentes cambios y mejoras en ambos centros que permiten responder a las características del título. El nivel de satisfacción del alumnado con la infraestructura y los recursos es medio-alto, aunque la participación de los estudiantes en la encuesta de la Facultad es muy poco representativa (inferior al 1%).

En el autoinforme se enumeran servicios e iniciativas de orientación académica y profesional (el Plan de Orientación y Acción Tutorial, visitas a centros, jornadas de orientación al estudio, actividades de emprendimiento, etc.) que se consideran adecuados y son comunes en la Universidad de Sevilla. Sin embargo, en la información pública disponible (web del título) no se ha encontrado referencia a los servicios específicos de orientación académica y profesional dirigidos al alumnado del grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Además, la valoración sobre los mismos que hacen los estudiantes es medio-baja, lo que permite un margen para la mejora. No es posible verificar los servicios de orientación profesional de EUSA para el título, ni la valoración de los estudiantes sobre los servicios de orientación académica y profesional, aunque sí encontramos un departamento de orientación académica y un programa de actividades específico para la inserción laboral general.

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	7/13
			

Aunque las acciones de mejora propuestas para atender a estas modificaciones y recomendaciones se valoran positivamente, se mantienen como recomendaciones hasta su completa resolución.

Finalmente, se valora positivamente en esfuerzo de dotación de recursos técnicos de ambos centros, con una doble inversión en material que repercute de manera específica en la titulación por sus particularidades propias del ámbito de la comunicación. Además, se dispone de un servicio de biblioteca adecuado, con dotación de recursos suficientes para dar cobertura a las necesidades del título.

Recomendaciones:

- Se debe de incluir información sobre los servicios de orientación académica y profesional específicos del título, dirigidos al alumnado y analizar medidas que mejoren la opinión de los usuarios (estudiantes) sobre los mismos.

3.6. RESULTADOS DEL PROGRAMA

Se alcanza parcialmente

Las características del título se enfocan a una salida profesional de gran calado práctico, si bien la falta de especificidad de las actividades formativas en relación a las mismas impide una correcta valoración de este punto.

En base a las guías docentes, las actividades formativas y la metodología no se corresponden entre ambos centros. Asimismo, no todas las competencias recogidas en las guías docentes se corresponden con lo verificado. Por ejemplo, la evidencia '35.1 Documentos con Asignaturas, Dpto., Créditos por tipos de actividades', muestra que las 49 asignaturas previstas en el plan de estudios tiene la totalidad de sus 6 créditos distribuidos en actividades teórico-prácticas (AXTEOPRAC) a excepción de: 'Psicología Social de la Publicidad y las Relaciones Públicas' que distribuye 4,2 créditos en actividades teórico-prácticas y 1,8 en actividades tuteladas; 'Prácticas en empresas' con 6 créditos en Practicum (APTICUM) y TFG, con 6 créditos en 'actividades dirigidas' (ADIR). Esto indica cierto desajuste con la memoria donde en varias asignaturas se contempla como actividad la 'Intervención de invitados expertos en la materia' (ej. Materia 'Técnicas y Herramientas en Comunicación') que podría asemejarse a una actividad de seminario (ASEMIN) o en el Módulo Básico de Comunicación que identifica 4 tipo de actividades formativas (pág. 86): Clases magistral moderna, Clases prácticas de análisis y debate, Trabajos de investigación y/o análisis y Foros.

También se observan desajustes en los sistemas de evaluación empleados para la evaluación de competencias, en base al autoinforme, las guías docentes y los propios centros. De hecho, cabe señalar que las guías no definen un sistema de ponderación cerrado, por lo que no es posible valorar este criterio de forma adecuada. Por ejemplo, en Relación al TFG la memoria modificada establece como sistemas de evaluación: 'Según el informe emitido por el tutor/a del trabajo (30-50%); según la presentación pública del trabajo. (30-60%)'. En la guía docente del centro propio y centro adscrito el sistema no queda definido, al indicar que 'la Comisión Evaluadora encomendará al tutor el acto de presentación y evaluación integral del TFG, así como la propuesta de calificación. El Trabajo Fin de Grado será evaluado por el tutor tras la presentación del mismo por el estudiante mediante póster en sesión pública convocada al efecto. Para exponer el póster, el estudiante dispondrá de un tiempo a determinar por el tutor. La Comisión Evaluadora, tras oír la propuesta del tutor, otorgará una calificación numérica'. Por tanto, es necesario ajustar la guía docente del TFG a la memoria verificada.

Al mismo tiempo, existe gran disparidad en los resultados según los estudiantes realicen el grado por la US o en el centro adscrito EUSA. Por ejemplo, para el curso 2019-2020, la asignatura 'Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencias Comunicativas', tiene una una tasa de suspensos por la US del 15,38% mientras que los

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	8/13
			

alumnos matriculados por EUSA tienen una tasa de suspensos de 1,58%. Por su parte, 'Estructura de la Información' tiene un 16,77% de suspensos en la US, mientras que en EUSA es del 0%.

Por todo ello que no es posible concluir que los sistemas de evaluación permitan una certificación fiable sobre la adquisición de competencias por parte de los estudiantes. Y, aunque las acciones de mejora propuestas para atender a estas modificaciones y recomendaciones se valoran positivamente, se mantienen como recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento hasta su completa resolución.

Recomendaciones:

- Se recomienda analizar la disparidad de resultados según se curse la titulación en la Facultad de comunicación o en el centro adscrito EUSA.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben ajustar las guías docentes a la Memoria verificada, particularmente en el TFG (ambos centros).

3.7. INDICADORES

No se alcanza

Los indicadores de rendimiento y resultados de satisfacción con el grado presentados en los dos centros son positivos. La tasa de rendimiento es superior al 90% en la US y al 93% en EUSA; la tasa de éxito supera el 96% en la US y el 97% en EUSA; la tasa de eficiencia en ambos centros ronda el 99% y la de abandono está próxima al 10%, en la Facultad mientras que en EUSA fluctúa entre el 15% y el 26%. La tasa de graduación, es diferente en ambos centros. En la Facultad de Comunicación, decrece (de un 74.65% en el curso 16-17 hasta un 66.91% en el curso 19-20) mientras que en el centro adscrito aumenta (de un 62.2% del curso 18-19 al 74.51%). La tasa de inserción laboral es aceptable, alrededor del 48% (US) y del 44% (EUSA).

El nivel de satisfacción del alumnado con el programa formativo en el curso 2019-20 presenta una puntuación baja con un muy bajo nivel de participación (6 encuestas de 635). El centro adscrito no aporta estos datos sobre dicho curso académico. Por lo que respecta a la satisfacción del profesorado, presenta una dinámica creciente en ambos centros, con niveles altos. La satisfacción del PAS, de los empleadores y de los egresados con la formación recibida es media-alta en ambos centros. No se dispone de datos relativos al centro adscrito.

La Facultad informa de diferentes acciones de formación e innovación docente en las que participa el profesorado. No hay información sobre medidas para favorecer la innovación docente en el centro adscrito.

Por otro lado, a pesar de ser una actividad formativa optativa, la valoración de los tutores de prácticas en la Facultad es alta. No es posible verificar los resultados del centro asociado, EUSA.

La valoración de los estudiantes con la movilidad es alta para el centro propio, no hay datos del centro adscrito, solamente se informa de la ampliación de acuerdos de la Oficina Internacional del centro adscrito con universidades y entidades extranjeras, pero no se tiene acceso a evidencias sobre la movilidad real en EUSA.

Sobre la orientación académica, aunque presenta un descenso en las valoraciones el nivel de satisfacción de los estudiantes con los recursos de orientación académica/ profesional, posee valores altos, sin embargo, la satisfacción de los estudiantes con la orientación profesional en el centro propio es media.

La media de los distintos criterios de satisfacción relacionados con la infraestructura, los servicios y los recursos de

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	9/13
			

la titulación es medio-bajo en la satisfacción con las aulas y medio-alto con las infraestructuras e instalaciones.

La sostenibilidad del título en la US teniendo en cuenta el perfil de formación de la titulación y los recursos disponibles y dicha información se considera adecuada. Sin embargo, no es posible valorar dicha sostenibilidad del título en el centro asociado, EUSA, al no haberse aportado evidencias sobre los indicadores de satisfacción ni en el autoinforme ni en la documentación complementaria solicitada.

Respecto a este criterio existen numerosos aspectos que requieren de información detallada que no se ha encontrado en el autoinforme y no ha sido correctamente resuelta en la documentación complementaria. En concreto, respecto a:

- la falta de datos actualizados. Se aportan datos del curso 2019/2020 y, en algunos casos (como en la satisfacción con los servicios de orientación académica y profesional y con la infraestructura los servicios y los recursos de la titulación) del curso 2016/2017.
- la falta de un procedimiento para incorporar los resultados de la evaluación de la satisfacción del programa formativo en la mejora del mismo.
- las medidas para mejorar la satisfacción del alumnado con el programa formativo.
- las medidas a adoptar para aumentar el número de respuestas por parte del alumnado.
- las evidencias que muestren los resultados del centro adscrito, EUSA, referidos a la satisfacción de los estudiantes, profesores, PAS, egresados y empleadores con el programa formativo, con el profesorado, con los tutores de prácticas externas, los programas de movilidad, los servicios de orientación académica y profesional y con la infraestructura los servicios y los recursos de la titulación.
- la baja satisfacción del alumnado con los servicios de orientación académica y profesional.
- la propuesta de medidas para mejorar la satisfacción del alumnado con la infraestructura, los servicios y los recursos de la titulación.
- el análisis de las causas que afectan a las diferencias en las tasas de graduación y de abandono de la US y el centro asociado, EUSA.
- la falta de información sobre el análisis de los motivos que afectan a la empleabilidad de los egresados del Grado,
- el análisis de la sostenibilidad del título en el centro asociado, EUSA.

Aunque las acciones de mejora propuestas para atender a estas modificaciones y recomendaciones se valoran positivamente, se mantienen como recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento hasta su completa resolución.

Recomendaciones:

- Se recomienda analizar los resultados y tomar medidas que permitan aumentar los niveles de participación en las encuestas de satisfacción.
- Se deben de aportar evidencias de los resultados del centro adscrito, referidos a la satisfacción de los estudiantes con los tutores de prácticas externas (EUSA).
- Se recomienda analizar el comportamiento dispar en la tasa de graduación para poder poner soluciones.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se debe garantizar datos sobre la satisfacción de todos los colectivos implicados en el título en ambos centros en que se imparte y durante todos los cursos académicos.
- Se deben proporcionar datos y evidencias sobre cada uno de los indicadores en los distintos criterios para la renovación de la acreditación (EUSA).

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	10/13
			

4. CONCLUSIONES DEL INFORME

Atendiendo al autoinforme de renovación de la acreditación, a las evidencias analizadas, a las audiencias realizadas durante la visita a la Universidad, y transcurrido el plazo de alegaciones, la Comisión de renovación de la acreditación analizadas las alegaciones, en su caso, emite este Informe final de evaluación.

Título de especial seguimiento hasta la completa resolución de las recomendaciones en el centro EUSA.

La DEVA llevará a cabo un SEGUIMIENTO ESPECIAL de este título, ya que se constata el incumplimiento de compromisos en uno o varios de los criterios para la Renovación de la Acreditación. Según lo establecido en el Protocolo de evaluación para el seguimiento y la renovación de la acreditación de los títulos universitarios oficiales de grado y máster universitario (Aprobado en la reunión de REACU de 2 de marzo de 2022), se deben implementar ACCIONES DE MEJORA SUSTANCIALES en dichos criterios para atender las recomendaciones que se recogen en este informe.

1. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

Recomendaciones:

- Se recomienda ofrecer información completa y actualizada del profesorado asociado al título y horario de atención al alumnado (tutorías) (EUSA).
- Se recomienda vincular el acceso a la información sobre las prácticas en empresas desde un apartado específico en la web del Grado en Publicidad y Relaciones Laborales, su gestión y desarrollo, así como el listado de centros e instituciones vinculadas a estas prácticas (EUSA).
- Se debe de incluir información en la web del grado sobre los servicios de orientación académica y profesional, específicos del título, dirigidos al alumnado y analizar medidas que mejoren la opinión de los usuarios (estudiantes) sobre los mismos (EUSA).
- Se recomienda organizar la información relativa al SIGC y normativas académicas en su lugar apropiado (EUSA)

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben publicar los programas o guías docentes de todas las materias que configuran el plan de estudios de la titulación (EUSA).
- Se debe dar respuesta a las recomendaciones del informe de seguimiento relativas a publicar los planes de mejora y su evaluación e Incluir información sobre los indicadores y resultados obtenidos en el Grado (EUSA).

2. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

Recomendaciones:

- Se recomienda evidenciar el compromiso del centro adscrito con la implementación de los Planes de Mejora asignando responsables y mecanismos concretos. Se recomienda establecer un SGC propio del título (EUSA).

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben establecer medidas para atender la recomendación no resuelta indicada en el Plan de Mejora.
- Se debe implementar el procedimiento para proporcionar datos sobre la satisfacción de todos los colectivos implicados en el título en todos los centros en que se imparte y durante todos los cursos académicos. Particularmente, en el centro EUSA, donde no se dispone de información sobre la satisfacción de usuarios que no se corresponden con el perfil de estudiantes.

3. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Recomendaciones:

- Se recomienda establecer mecanismos de coordinación intercentros relativos al título en Publicidad y Relaciones Públicas, para asegurar el adecuado desarrollo de la Memoria verificada.

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	11/13
			

- Se deben publicitar los procesos de gestión administrativa del grado en Publicidad y Relaciones Públicas mostrando información pública precisa asociados al título, sobre el reconocimiento de créditos, la gestión de movilidad, la gestión de prácticas externas y la gestión de los TFG (EUSA).

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben publicar los programas o guías docentes de todas las materias que configuran el plan de estudios de la titulación (EUSA).

4. PROFESORADO

Recomendaciones:

- Se recomienda hacer un seguimiento exhaustivo y evaluación del funcionamiento e impacto del Plan Promotor de la Actividad Investigadora del Profesorado (EUSA).

- Se recomienda tomar medidas para mejorar el perfil investigador del profesorado que imparte docencia en el título para adecuarse no sólo a las características del programa formativo, sino también a la enseñanza universitaria (EUSA).

- Se recomienda proporcionar información completa y actualizada del profesorado perteneciente al título, incluyendo categoría laboral, dedicación, departamento, así como horario de atención al alumnado (EUSA).

- Se recomienda establecer mecanismos de coordinación intercentros relacionados con el grado en Publicidad y Relaciones Públicas, así como intracentro, con procedimientos de coordinación vertical (entre los distintos cursos) y horizontal (entre asignaturas de un mismo curso).

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se debe de aportar información sobre la evolución del profesorado del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, durante los últimos tres años, incluyendo categorías académicas, áreas de conocimiento, experiencia docente, experiencia investigadora, experiencia profesional y dedicación al título (EUSA).

- Se debe proporcionar información sobre la participación de los docentes en actividades de formación e innovación docente (EUSA).

5. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

Recomendaciones:

- Se debe de incluir información sobre los servicios de orientación académica y profesional específicos del título, dirigidos al alumnado y analizar medidas que mejoren la opinión de los usuarios (estudiantes) sobre los mismos.

6. RESULTADOS DEL PROGRAMA

Recomendaciones:

- Se recomienda analizar la disparidad de resultados según se curse la titulación en la Facultad de comunicación o en el centro adscrito EUSA.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se deben ajustar las guías docentes a la Memoria verificada, particularmente en el TFG (ambos centros).

7. INDICADORES

Recomendaciones:

- Se recomienda analizar los resultados y tomar medidas que permitan aumentar los niveles de participación en las encuestas de satisfacción.


- Se deben de aportar evidencias de los resultados del centro adscrito, referidos a la satisfacción de los estudiantes con los tutores de prácticas externas (EUSA).

- Se recomienda analizar el comportamiento dispar en la tasa de graduación para poder poner soluciones.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

- Se debe garantizar datos sobre la satisfacción de todos los colectivos implicados en el título en ambos centros en que se imparte y durante todos los cursos académicos.

- Se deben proporcionar datos y evidencias sobre cada uno de los indicadores en los distintos criterios para la

Código Seguro de Verificación: R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	12/13
			

renovación de la acreditación (EUSA).

La Comisión de renovación de la acreditación resuelve emitir un informe FAVORABLE

**EL DIRECTOR DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN
DE LA AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO**

Código Seguro de Verificación:R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma>

FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TGBD2GB94MG69FBV85CZ4WUE5P	PÁGINA	13/13
			