

Informe autoevaluación: 2500428 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

INTRODUCCIÓN.- La redacción de este apartado se realizará conforme a las indicaciones señaladas en la Guía de evaluación para la renovación de la acreditación: :

El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), adscrito a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, se imparte en dos modalidades, presencial (en los campus de Fuenlabrada y de Madrid-Vicálvaro) y semipresencial, y fue implantando en el curso 2009-10 siguiendo lo dispuesto en la memoria verificada del título. La última renovación de la acreditación tuvo lugar en 2017, con fecha de resolución firmada a 23 de junio de 2017.

De acuerdo con el informe final de la Fundación Madri+d y el plan aprobado por la CGC de la Facultad, se han emprendido una serie de acciones para atender las objeciones planteadas en la anterior renovación de la acreditación del título, así como mejoras generales en cada criterio (en la exposición que sigue, se indican estas acciones que aparecían en el informe final de la Fundación, así como otras propuestas, y se aporta el detalle de las evidencias en los apartados correspondientes de este informe):

Criterio 1. Organización y desarrollo

1. Se ha procedido a la eliminación del convenio con el centro adscrito ESIC, cuya materialización planteó complicaciones para la evaluación de la acreditación. La coordinación entre la URJC y el centro ESIC se apreciaba débil e insuficiente para garantizar la homogeneidad de resultados. De las evidencias analizadas y las audiencias mantenidas se desprendió que, si bien el título era común, la implementación era doble. Sin embargo, en la actualidad esta problemática ha desaparecido ya que ESIC ya no es un Centro adscrito a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la URJC.
2. Se ha mejorado el desequilibrio existente entre la dotación de créditos de la asignatura Prácticas externas (24 ECTS) y el número de horas de prácticas efectivas en empresas realizado por los estudiantes. De las 300 horas registradas en el curso 2012-13 se ha pasado, con carácter general, a 500 horas que acreditan los estudiantes en el curso 2020-21.
3. Se ha reducido significativamente la oferta de plazas para los distintos grupos del Grado, impartidos en los campus de Fuenlabrada, Madrid-Vicálvaro y en la modalidad semipresencial. Se puede consultar los datos sobre las plazas ofertadas en la web de la titulación presencial, en el apartado "Acceso y matriculación" (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas#acceso-y-matriculacion>), donde constan los datos tanto del campus de Fuenlabrada como del campus de Madrid-Vicálvaro. Asimismo, también se pueden consultar los datos sobre las plazas ofertadas en la web de titulación semipresencial (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/721-publicidad-y-relaciones-publicas-semipresencial#acceso-y-matriculacion>). La reducción del número de alumnos en los grupos ha permitido mejorar la calidad de la docencia, especialmente en los grupos prácticos de las asignaturas con prácticas en laboratorios (estudios de radio, platós de televisión, salas de edición y aulas informatizadas) en la modalidad presencial. Además, se han subsanado pequeños desajustes de información sobre las plazas. En la web de la titulación podemos comprobar las plazas ofertadas, que tanto en la modalidad presencial como en la semipresencial están por debajo de las plazas verificadas, como se puede comprobar en la Memoria del título. En concreto, en la modalidad semipresencial se ofertan actualmente 60 plazas, número inferior a las 70 plazas verificadas, por lo que se está actuando de manera correcta y adecuada con relación a las plazas. Por tanto, entendemos que se ha subsanado esta deficiencia observada en la anterior renovación de la acreditación del grado.
4. También se han mejorado los mecanismos de coordinación docente para evitar problemas en el cumplimiento de los temarios de las asignaturas y solapamientos de contenidos.

Criterio 2. Información y transparencia

1. La web de la titulación ofrece datos claros sobre la titulación. Al haberse eliminado el convenio con el centro adscrito ESIC, no se incluye información sobre esta opción en la web.
2. Se ha optimizado la información sobre el profesorado que imparte docencia en el grado. Desde la página web de la titulación se puede acceder tanto a la categoría de los profesores como a un listado de los mismos, que además ofrece, a través de un enlace al perfil de cada uno de estos, información detallada sobre cada docente (presentación/currículum, docencia, proyectos, grupo de investigación, grupo de innovación docente y publicaciones y el reconocimiento de méritos en docencia, trienios, quinquenios y sexenios de investigación).
3. Además, se ha incluido un apartado en la web de la titulación sobre las Prácticas Externas, donde consta la siguiente documentación: Proyecto Formativo, Manual de Evaluación Prácticas Externas y Procedimiento, incorporando un enlace a la Unidad de Práctica Externas donde las empresas pueden acceder a una detallada información y formalizar sus convenios. A través de breves vídeos corporativos las empresas y alumnado puede obtener información detallada; por último, se ha integrado la sección de Bolsa de Empleo.
4. En la web de la titulación se puede acceder a las distintas opciones de Atención al estudiante: un número de teléfono, un Buzón de Ayuda al Estudiante y un Buzón de sugerencias y quejas, gestionado por el Vicerrectorado de Calidad, Ética y Buen Gobierno.
5. Desde la propia universidad y la Facultad de Ciencias de la Comunicación, se han mejorado los canales de comunicación, con un uso intensivo de las principales redes sociales como vía de comunicación, especialmente con los estudiantes y las personas interesadas en el Grado <https://www.urjc.es/fccom>.
6. Se ha potenciado la información pública sobre el Sistema Interno de Garantía de Calidad con la inclusión de un espacio específico en las páginas web del título y de los dobles grados con Publicidad y Relaciones Públicas. En este espacio, denominado "Garantía de calidad", puede accederse, entre otra información, a los datos anuales sobre los resultados de la titulación y a las acciones de mejora propuestas por la Comisión de Garantía de Calidad del Título <https://www.urjc.es/estudios/grado/580-publicidad-y-relaciones-publicas#gc>. Por otra parte, en este periodo se ha puesto en marcha el Portal de Transparencia de la URJC, que incorpora datos específicos sobre el título.

Criterio 3: Sistema Interno de Garantía de Calidad

1. La Comisión de Garantía de Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas posee miembros pertenecientes a los distintos campus, modalidades y departamentos donde se imparte el título, así como ha incluido diferentes integrantes como los coordinadores de diferentes tareas del Decanato (como es el caso de la coordinadora de TFG y Prácticas Externas) que participan activamente en la Comisión, proponiendo mejoras en estas asignaturas.
2. En los Informes de Seguimiento anual del título se incluye un plan de acciones de mejora en el que se detallan los siguientes aspectos: objetivo de mejora, indicador de seguimiento, recursos adicionales, responsable del seguimiento y seguimiento/cumplimiento.
3. En marzo de 2014, la universidad puso en marcha el Plan General de Recogida de Información y recoge el conjunto de encuestas que realiza, así como el catálogo de indicadores que se presentan a los responsables del Sistema de Garantía de Calidad para que les sirva de apoyo en el proceso de seguimiento de los títulos antes de la renovación de la acreditación <https://www.urjc.es/universidad/calidad/2056-gestion-de-encuestas#informes-pgri>.

Criterio 4. Personal académico

1. Desde el año 2016, la URJC cuenta con una convocatoria anual de incentivos a la investigación ligados a la evaluación de la producción científica para el PDI de la URJC. La Universidad, a través del Vicerrectorado de Investigación, tiene como uno de sus objetivos fundamentales contribuir a la mejora de la calidad de la producción científica del personal docente e investigador, a fin de reconocer y potenciar su actividad investigadora mediante actuaciones que faciliten su desarrollo profesional y sirvan de complemento a los sistemas de incentivos europeos, nacionales y autonómicos. De esa manera, se permite el cumplimiento de uno de los fines establecidos en el artículo tercero de los Estatutos de nuestra Universidad. La última convocatoria tuvo lugar en el año 2022.
2. Desde el curso 2017-2018, se observa un gran aumento de los sexenios de investigación entre el profesorado del Grado en

Publicidad y Relaciones Públicas. Si bien entonces el indicador nos señalaba que existían en la plantilla 10 sexenios entre los profesores del campus de Fuenlabrada (13 en el de Madrid-Vicálvaro y 36 en la modalidad semipresencial), en el curso 2021-2022 ese número ha aumentado hasta 28 en Fuenlabrada, 23 en Madrid y 49 en semipresencial. Del mismo modo, los quinquenios han aumentado (de 38 a 63 en Fuenlabrada; 37 a 45 en Madrid; 73 a 88 en semipresencial). Esto demuestra un gran esfuerzo por parte de los responsables de la Universidad por reunir una fuerza docente bien formada tanto en el ámbito docente como investigador.

3. En el año 2015, la universidad hizo una apuesta por la formación del profesorado estableciendo un Itinerario Formativo en Innovación Didáctica, encaminado a la mejora de las metodologías docentes por parte del profesorado, haciendo obligatorio el itinerario formativo al docente que imparte docencia en la modalidad semipresencial, y debe adquirir una formación específica para ese grado. A principios del 2021, se aprobó el Plan de Formación del Personal Docente e Investigador de la URJC, contemplando la personalización para la formación en competencias. De modo general, el profesorado puede construir su Itinerario Personal de Formación (IPF) pero, además, dispone de una serie de Itinerarios Recomendados de Formación (IRF). Inicialmente, sólo se han contemplado dos IRF: uno dirigido al profesor novel y otro dirigido al profesorado que imparte docencia en titulaciones semipresenciales.

Las dos vías de personalización propuestas son una herramienta que puede servir de guía al profesorado que lo necesite para organizar su formación con la finalidad de lograr y alcanzar un nivel de desarrollo determinado de las competencias establecidas en el Marco competencial del PDI de la Universidad: competencias docentes, competencias en investigación, innovación y transferencia de conocimiento, competencias en gestión académica, competencias digitales, competencias para la internacionalización y competencias que desarrollan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Universidad.

Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios

1. En colaboración con la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la URJC estableció en 2016 un plan para la mejora permanente de las infraestructuras docentes, especialmente en lo referido a los laboratorios en los que se realizan las prácticas en las numerosas asignaturas con actividades formativas de esta índole.

2. El Área de Tecnologías de la Información (TI) provee, mantiene y asegura el sistema tecnológico necesario para el adecuado funcionamiento de la Universidad y da soporte a los usuarios en su utilización. Dentro de esta área se encuentra el CIED (Centro de Innovación Docente y Educación Digital), dando apoyo a la docencia reglada en todas las modalidades a través de Aula Virtual y en particular al grado semipresencial, prestando servicios técnico-docentes y académicos, formación y colaboración en la producción de materiales, recursos y contenidos digitales (audiovisuales y multimedia) para enseñanzas semipresenciales. El grupo de la modalidad semipresencial tiene asignado un Asesor Técnico Docente (ATD) adscrito al Centro de Innovación en Educación Digital (CIED), encargado no solo de atender las consultas de índole técnico que se planteen en el proceso de docencia/aprendizaje por profesores y estudiantes, sino de realizar un seguimiento de cada una de las asignaturas para comprobar el ajuste de las prácticas docentes a los procedimientos establecidos por la universidad para la docencia en esta modalidad. Los estudiantes de la modalidad semipresencial valoran positivamente a los docentes de la titulación (4,07 sobre 5), así como aseguran el contacto a través de los sistemas de comunicación y tutoría ofrecidos por el grado (4,10 sobre 5).

Criterio 6. Resultados de aprendizaje

1. Se ha reducido considerablemente el número de plazas de nuevo ingreso del grado. La evolución de este parámetro indica que en el curso 2020-2021 existían en los tres grupos de la titulación 220 plazas verificadas (70 en el campus de Fuenlabrada, 75 en el de Madrid-Vicálvaro y 75 en la modalidad semipresencial). El curso 2021-2022 la situación puede considerarse óptima, con 200 plazas de nuevo ingreso (60 en Fuenlabrada, 70 en Madrid-Vicálvaro y 70 en la modalidad semipresencial).

2. Se ha solucionado las discrepancias en relación con el número de horas derivadas de los 24 ECTS a alcanzar durante las Prácticas Externas: corresponden a las 500 horas que acreditan los estudiantes en el curso 2021-22.

3. Igualmente, se ha alcanzado el valor de referencia comprometido en la Memoria de Verificación del Grado (59%) en la tasa de graduación. El último dato con el que contamos es el relativo a la cohorte 2017-2018, donde alcanza el 59,19%, siendo el dato más alto de toda la serie histórica. Se trata de una tasa que se ha incrementado en cerca de 7 puntos respecto a la cohorte de 2016-2017 y que ya venía incrementándose considerablemente respecto a la cohorte de 2014-2015 (38,94%).

4. Las competencias incluidas en la memoria verificada coinciden con las incluidas en las guías docentes. No obstante, esas competencias están pendientes de revisión para afinar su definición y, especialmente, para actualizarlas cuando se implemente el RD

822/2021.

Junto a estas mejoras sugeridas en el informe final de renovación de la acreditación de 2017, se han emprendido otras como resultado del seguimiento realizado por la Comisión de Garantía de Calidad del Título, en algunos casos específicas, y otras generalizadas a todas las titulaciones de la URJC y a las adscritas a la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

1. Desde el curso 2019-20, cada una de las modalidades (presencial y semipresencial) en que se imparte el título tiene un coordinador específico. Este formato separado de coordinación se ha vuelto a recuperar para mejorar las tareas de coordinación, lo que está permitiendo una atención específica al impartido en modalidad semipresencial.
2. Se han mejorado los procedimientos de gestión de las asignaturas Trabajo de Fin de Grado y Prácticas Externas, con la puesta a punto, en ambos casos, de un sistema informatizado (sendas "plataformas") para esa tarea de gestión. En el caso de la primera, la asignación, entrega, revisión antiplagio, comunicación de las calificaciones y reclamaciones se realizan por esta vía. En el de la segunda, las solicitudes, asignación de plazas, comunicación entre estudiantes y tutores, entrega de documentación por parte del estudiante y calificaciones se gestionan mediante la plataforma habilitada.
3. La supervisión anual de las guías docentes por parte de los coordinadores del título (presencial y semipresencial) permitió detectar disfunciones en los sistemas de evaluación empleados en algunas asignaturas (número y tipo de pruebas, ponderaciones máximas y mínimas, etc.), que no se ajustaban a lo dispuesto en la memoria. Por ello, en julio de 2019 se decidió, con carácter general para todas las titulaciones adscritas a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, abrir un proceso de revisión de la información sobre estos aspectos contenida en la memoria verificada.

Las acciones de mejora emprendidas a instancias de la Fundación Madri+d, de la propia universidad y la Facultad de Ciencias de la Comunicación, y de la Comisión de Garantía de Calidad del Título han permitido conformar un título universitario, el de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la URJC, cuyas fortalezas más relevantes son las siguientes:

1. La elevada carga práctica de las asignaturas incluidas en el plan de estudios, con especial atención a aquellas que exigen de un aprendizaje en espacios docentes habilitados con las características y las tecnologías necesarias para acercar el proceso de docencia/aprendizaje a los estándares profesionales que se exigirán a los alumnos en el mercado laboral. La titulación dispone de esos espacios docentes (salas de edición audiovisual, platós de televisión, estudios de radio y aulas informatizadas) permanentemente ampliados y actualizados en los dispositivos necesarios.
2. El título incluye una asignatura de Prácticas externas de 24 ECTS que permite a los estudiantes completar su formación en empresas del sector bajo una doble tutela, profesional y académica. Actualmente la URJC cuenta con más de 13.000 convenios vigentes para la realización de prácticas externas. Para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, la universidad ofreció, durante el curso 2021-22, 343 plazas de prácticas a través de casi 200 convenios con empresas (EV10.01). Se ofrece asimismo la posibilidad de realizar prácticas extracurriculares, de forma que los estudiantes pueden prolongar el trabajo en las empresas bajo la supervisión de la universidad. Por otra parte, la propia universidad y la Facultad de Ciencias de la Comunicación han ido ampliando su oferta en esta misma dirección, mediante programas como Radio URJC y las Aulas FCCOM (periódico digital, productora audiovisual y agencia de publicidad dependientes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación).
3. El título dispone de una plantilla de profesorado bien cualificada, con una proporción media en los distintos grupos de un 85% de profesores doctores, habiendo superado un centenar de profesores evaluaciones del programa DOCENTIA en sus diversas convocatorias anuales. Tras la reestructuración de esa plantilla en los años inmediatamente posteriores a la crisis económica de 2008-2009, casi coincidiendo con la implantación del título, progresivamente ha ido reforzándose la contratación de profesores asociados vinculados al ejercicio profesional de la publicidad y relaciones públicas, lo que ha permitido volver a vincular estrechamente la docencia que se imparte a la experiencia de profesionales en activo.
4. Además de cualificada, la plantilla de profesorado se halla especialmente comprometida con la docencia en el título, como indica la alta valoración de la tarea docente por parte de los estudiantes (en torno a 4 en una escala de 5 puntos). Excepto en algunas cuestiones puntuales que se concretan en el apartado 7.2 de este informe, la satisfacción de los diversos colectivos implicados en el Grado (estudiantes, egresados, profesorado, personal de administración y servicios, tutores de prácticas en empresas y empleadores) alcanza niveles óptimos en prácticamente todos los aspectos que se valoran: calidad de la docencia, recursos y servicios disponibles, procedimientos de gestión, formación de los estudiantes, etc.). Esto hace, además, que la calificación media de las prácticas externas por parte de los alumnos durante el curso 2021-2022 sea muy alta (9,37 sobre 10 en Fuenlabrada; 9,19 en Madrid-Vicálvaro y 9,41 en la modalidad semipresencial), como se indica la Memoria Anual de Seguimiento del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

(EV03.1).

5. Seguramente relacionado con la buena adaptación al mundo laboral desde las propias prácticas curriculares, es relevante los buenos registros que obtiene el título en los indicadores sobre inserción laboral. Según los datos del curso 2021-22 (que confirman la tendencia observada en los anteriores), en torno al 88% de los graduados habrían conseguido un año después del egreso (80,9% en el grupo de Fuenlabrada; 83,1% en el de Madrid y un 100% en la modalidad semipresencial), indicando la capacidad del título para contribuir a la estabilización laboral de sus graduados. En consecuencia, es de suponer que el título está realizando una aportación positiva a los buenos resultados generales obtenidos por la URJC en algunos de los más reputados ránking internacionales sobre empleabilidad (QS Graduate Employability Ranking), siendo una de las 15 universidades españolas incluidas en la edición de 2020 entre las 100 primeras mejores universidades del mundo en este aspecto (<https://www.formacionimpulsat.com/informacion/ranking-mejores-universidades-espanolas-por-empleabilidad-2020/>).

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

EL PROGRAMA FORMATIVO ESTÁ ACTUALIZADO DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DE LA DISCIPLINA Y SE HA IMPLANTADO CONFORME A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA MEMORIA VERIFICADA Y/O SUS POSTERIORES MODIFICACIONES.

1.1. La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y se aplica adecuadamente la normativa académica.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: El plan de estudios se ha implantado de acuerdo con lo dispuesto en la memoria de verificación del título -y su posterior modificación-, y la organización de las enseñanzas permite alcanzar los objetivos y las competencias previstas. El propósito fundamental del título es capacitar a los estudiantes para el ejercicio profesional de la publicidad y las relaciones públicas en todas las figuras posibles para lo que se cuenta con itinerarios formativos específicos debidamente secuenciados en el plan de estudios (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas#itinerario-formativo>).

De acuerdo con ese propósito, el plan de estudios contiene un elevado número de asignaturas con carga práctica de laboratorio (plató de televisión, salas de edición y aulas informatizadas), en las que los grupos de alumnos se desdoblaron en subgrupos para optimizar la realización de esas prácticas. De las 31 asignaturas obligatorias que incluye el plan de estudios (sean de formación básica o propiamente obligatorias, y exceptuando entre estas últimas las de índole especial, como las dedicadas al trabajo de fin de grado, prácticas externas y reconocimiento académico de créditos), 6 de ellas (casi el 20%) tienen estas características. La formación del estudiante se completa con materias "teóricas", tanto vinculadas al ámbito de conocimiento "Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas" como al de ámbito de conocimiento "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo" (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas#itinerario-formativo>).

Las competencias previstas en la memoria de verificación del título se atienden mediante los temarios, actividades formativas y metodologías docentes, y se valora su adquisición por parte de los estudiantes mediante los sistemas de evaluación previstos en las distintas asignaturas (EV01). La titulación se imparte también en modalidad semipresencial, lo que requiere de la adaptación de algunas de las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación, tal y como se recoge en las guías docentes específicas (EV01). Las guías docentes de las asignaturas son revisadas y actualizadas cada curso por el profesorado encargado de impartirlas, bajo la coordinación de uno de los docentes (Profesor Responsable de la Asignatura o PRA) (EV01), y con la supervisión de los Coordinadores de la titulación. Este procedimiento posibilita que el programa formativo pueda revisarse y actualizarse permanentemente a criterio de los docentes, pero con garantías de su adecuación a lo dispuesto en la memoria verificada.

La revisión y supervisión anual de las guías docentes facilita la identificación de los desajustes que pueda haber entre lo dispuesto en la memoria verificada y la práctica docente efectiva. Así, durante la elaboración de las guías docentes para el curso 19-20 se detectaron algunos de esos desajustes, por lo que se abrió (con carácter general para todas las titulaciones adscritas a la Facultad de Ciencias de la Comunicación) un proceso de revisión de la información sobre las asignaturas incluida en la memoria vigente (actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación).

El itinerario formativo del título incluye en el último curso una asignatura de prácticas externas de 24 ECTS. Los estudiantes

cursan esta asignatura de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento de Prácticas Externas de la URJC (EV10.01) y con los procedimientos de solicitud establecidos (EV10.01). El proceso está dirigido por la Unidad de Prácticas Externas (UPE) de la universidad (EV10.01). El seguimiento y evaluación de esas prácticas está a cargo, coordinadamente, de un tutor de la empresa y un tutor académico (EV10.02), y se gestiona mediante una plataforma habilitada con ese propósito, en donde se recogen los documentos y los resultados del proceso de aprendizaje del estudiante (EV10.01). Actualmente la URJC cuenta con más de 13.000 convenios vigentes para la realización de prácticas externas. Para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, la universidad tuvo firmados en el curso 2021-22 cerca de 350 convenios con empresas (EV10.01).

En esta misma línea de potenciar las prácticas profesionalizantes, la Facultad de Ciencias de la Comunicación ofrece las denominadas Aulas FCCOM para cada una de sus titulaciones, que incluyen un periódico digital (Periodismo), una productora audiovisual (Comunicación Audiovisual) y una agencia de publicidad (Publicidad y Relaciones Públicas) (<https://www.urjc.es/actualidad-fccom/noticias-fccom/4932-la-fccom-presenta-su-oferta-de-practicas-externas>). Cada una de esas aulas cuenta con un coordinador (un profesor), de dos a cuatro alumnos en prácticas y colaboradores entre los estudiantes y el profesorado. En los primeros años en funcionamiento, han hecho prácticas en estas aulas 18 estudiantes. En este periodo se han desarrollado una veintena de trabajos, algunos de ellos como resultado de convenios con el entorno más cercano (el Ayuntamiento de Fuenlabrada, por ejemplo), contribuyendo de este modo a la transferencia de conocimiento a la sociedad. El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas forma parte también de la Programación Conjunta de Enseñanzas Oficiales de Grado (PCEO) de la URJC (o "Dobles Grados"), con planes de estudio conjuntos con los Grados en Administración y Dirección de Empresas y Marketing, ambos ofertados en el campus de Fuenlabrada: Publicidad y Relaciones Públicas + Administración y Dirección de Empresas y Publicidad y Relaciones Públicas + Marketing (<https://www.urjc.es/estudios/doble-grado#ciencias-sociales-y-juridicas>).

En el periodo transcurrido desde la última renovación de la acreditación (2017) se han corregido notablemente algunas deficiencias detectadas entonces en relación con la implantación del plan de estudios y la organización de las enseñanzas:

1. Se ha procedido a la eliminación del convenio con el centro ESIC, cuya materialización planteó complicaciones para la evaluación de la acreditación. La coordinación entre la URJC y el centro ESIC se apreciaba débil e insuficiente para garantizar la homogeneidad de resultados. De las evidencias analizadas y las audiencias mantenidas se desprende que, si bien el título era común, la implementación era doble en todos los sentidos. En la actualidad, ya no es un Centro adscrito a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la URJC.
2. Se ha mejorado el desequilibrio existente entre la dotación de créditos de la asignatura Prácticas externas (24 ECTS) y el número de horas de prácticas efectivas en empresas realizado por los estudiantes. De las 300 horas que se impartían en el curso 2012-13 se ha pasado, con carácter general, a las en torno a 500 horas que acreditan los estudiantes en el curso 2021-22 (EV10.01).
3. Se ha reducido significativamente la oferta de plazas para los distintos grupos del Grado, impartidos en los campus de Fuenlabrada, Madrid-Vicálvaro y en la modalidad semipresencial (<https://transparencia.urjc.es/cifras/oferta-demanda.php>). La reducción del número de alumnos en los grupos ha permitido mejorar la calidad de la docencia, especialmente en los grupos prácticos de las asignaturas de estas características en la modalidad presencial. Además, se han subsanado pequeños desajustes de información sobre las plazas ofertadas y verificadas. En la web de la titulación podemos comprobar las plazas ofertadas, que tanto en la modalidad presencial como en la semipresencial están por debajo de las plazas verificadas, como se puede comprobar en la Memoria del título. En concreto, en la modalidad semipresencial se ofertan hoy en día 60 plazas, número inferior a las 70 plazas verificadas, por lo que se está actuando de manera correcta y adecuada en relación a las plazas.

La normativa académica de la URJC está publicada en la web de la universidad, y puede localizarse fácilmente en las páginas específicas del título tanto presencial (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas#normativa>), como semipresencial (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/721-publicidad-y-relaciones-publicas-semipresencial#normativa>). También sucede así para los Dobles Grados: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas + ADE (<https://www.urjc.es/estudios/doble-grado/706-publicidad-y-relaciones-publicas-y-administracion-y-direccion-de-empresas#normativa>) y Grado en Publicidad y Relaciones Públicas + Marketing (<https://www.urjc.es/estudios/doble-grado/704-publicidad-y-relaciones-publicas-y-marketing#normativa>). Igualmente, se puede acceder desde el Portal de Dobles Grados (<https://www.urjc.es/estudios/doble-grado#ciencias-sociales-y-juridicas>), siendo perfectamente identificable en aquello que es objeto de regulación (matriculación, reglamentos, seguros, régimen de convivencia, etc.).

1.2. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical) entre las diferentes materias/asignaturas que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: El título cuenta con mecanismos de coordinación docente en los dos niveles que se consideran

pertinentes: las asignaturas y la propia titulación. Cada una de las asignaturas cuenta con un Profesor Responsable de la Asignatura (PRA) (EV01), que es el docente designado para favorecer la coordinación del profesorado implicado en la asignatura, tanto en la elaboración de la guía docente como en el desarrollo de las actividades académicas de la misma. Asimismo, también actúa como interlocutor de la asignatura con el resto de responsables académicos. Además, este debe complementarse y coordinarse con el Profesor Responsable del Grupo de Actas (docente designado para impartir y coordinar la asignatura en un grupo de alumnos, entendiendo por grupo aquellos alumnos que figuran en una misma acta de asignatura).

La elaboración colegiada de la guía docente garantiza que el desarrollo de una asignatura se atenga a los mismos criterios (en lo relativo al temario, actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación) en todos los grupos de estudiantes que la cursen, independientemente del docente que la imparta. Como ya se dijo también, las guías docentes son supervisadas antes de su publicación por los Coordinadores de la titulación, para asegurar su adecuación a la memoria verificada del título. La principal instancia de coordinación docente general son los Coordinadores de la titulación, nombrados por el Rector a propuesta del Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. El título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se oferta en dos modalidades de docencia/aprendizaje, presencial y semipresencial. Hasta el curso 2014-15, cada una de esas modalidades contaba con un coordinador específico, pero esas funciones fueron unificadas. La experiencia acumulada desde entonces aconsejó segregarse de nuevo para mejorar la eficacia de esta tarea, y desde el curso 2019-20 vuelve a haber un coordinador específicamente para la modalidad semipresencial. Eso ha permitido una mejora sustancial en el proceso de atención y seguimiento de la titulación impartida en esa modalidad.

Las funciones de los coordinadores de titulación están recogidas en el Plan de Coordinación Docente de la URJC (EV02), que recoge 10 ámbitos de actuación en relación con la planificación y desarrollo del título:

- "1. Asegurarse de que la implantación y desarrollo del Título se está llevando a cabo de acuerdo con la memoria verificada.
 2. Revisar y gestionar las guías docentes, tanto en los contenidos comprobando que se ajustan a la memoria verificada, como en la publicación de las mismas.
 3. Realizar labores de coordinación horizontal y vertical que permitan, tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.
 4. Programar y mantener con los responsables de las asignaturas y profesores de la titulación cuantas reuniones sean necesarias para garantizar una adecuada coordinación horizontal y vertical.
 5. Realizar, al finalizar el curso académico, el correspondiente informe de coordinación docente desarrollada, que recoja los mecanismos, acuerdos y conclusiones de la coordinación entre materias, asignaturas o equivalentes, tanto de los aspectos globales como en los teóricos y prácticos.
 6. Colaborar con el Equipo Decanal o de Dirección del Centro en todas las actividades de acogida, formativas y de planificación que se requieran para la marcha de la titulación.
 7. Realizar las funciones de Coordinador de los tutores integrales de la titulación en los términos establecidos en el Programa de Tutorías Integrales.
 8. Realizar las funciones de responsable del Programa de Prácticas Externas (PE) del Título de Grado que coordina, tal y como establece el Reglamento de Prácticas Académicas Externas de los Estudiantes Universitarios.
 9. Presidir la Comisión de Trabajo Fin de Grado (TFG) en los términos establecidos en el Reglamento sobre Trabajo Fin de Grado.
 10. Revisar y mantener actualizados los contenidos referentes a la Titulación que coordinan en la página web de la Universidad".
- Como se indica en el Plan de Coordinación Docente de la universidad, los coordinadores deben realizar tareas de coordinación horizontal (entre asignaturas de un mismo curso) y vertical (entre asignaturas de distintos cursos) para asegurar un desarrollo adecuado de la docencia y el aprendizaje en la titulación. Es particularmente importante la tarea de coordinación horizontal, en la que, en el proceso de supervisión de las guías docentes (que incluyen las actividades formativas y los sistemas de evaluación previstos), se hace una estimación del volumen total de trabajo que se pide a los estudiantes de un determinado curso y de la distribución en el tiempo de lo que se les demanda (actividades, entrega de pruebas evaluables, realización de exámenes, etc.).

A lo largo del curso, los Coordinadores del título están en permanente contacto con todas las instancias implicadas en el proceso de docencia/aprendizaje del grado (estudiantes, profesores, delegados estudiantiles, Decanato y Rectorado), por medio de dos cuentas de correo específicas para cada una de las modalidades (grado.publicidad@urjc.es y online.publicidad@urjc.es). Los coordinadores canalizan, y resuelven en lo posible, los conflictos que puedan surgir en el curso de ese proceso. Canalizan también las quejas y reclamaciones sobre el título que llegan por medio del Buzón de Quejas y Sugerencias de la URJC (<https://sede.urjc.es/buzon-de-quejas-y-sugerencias>), y asumen la presidencia de la Comisión de Reclamaciones a la Evaluación (Reglamento, art. 5.1:

https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Revision_y_Reclamacion_de_la_Evaluacion_Continua_en_los_estudios_de_Grado_de_la_URJC.pdf). Como muestra de las funciones que ordinariamente realiza el coordinador durante el curso académico, se incluye como evidencia el Informe de Coordinación Docente correspondiente al curso 2019-20 (EV02).

1.3. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la Memoria verificada.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Los requisitos de acceso al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas son los que establece la normativa general de la URJC (<https://www.urjc.es/estudiar-en-la-urjc/pruebas-de-acceso>).

Como ya se comentó en el apartado 1.1, la oferta de plazas en la titulación ha ido reduciéndose significativamente en los últimos cursos, habiendo permitido disminuir el número de estudiantes por grupo y mejorar la calidad docente, especialmente en aquellas asignaturas con carga práctica de laboratorios. Se puede consultar los datos sobre las plazas ofertadas en la web de la titulación presencial, en el apartado "Acceso y matriculación" (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas#acceso-y-matriculacion>), donde constan los datos tanto del campus de Fuenlabrada como el de Madrid-Vicálvaro y de los dobles grados; asimismo, también se pueden consultar los datos sobre las plazas ofertadas en la modalidad presencial en la web de titulación semipresencial (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/721-publicidad-y-relaciones-publicas-semipresencial#acceso-y-matriculacion>).

La evolución de este parámetro indica que en el curso 2020-2021 existían en los tres grupos de la titulación 220 plazas verificadas (70 en el campus de Fuenlabrada, 75 en el de Madrid-Vicálvaro y 75 en la modalidad semipresencial). El curso 2021-2022 la situación puede considerarse óptima, con 200 plazas de nuevo ingreso (60 en Fuenlabrada, 70 en Madrid-Vicálvaro y 70 en la modalidad semipresencial). Por tanto, el número de plazas se habría reducido en un 9,1% (EV03.1). Esta reducción en la oferta de plazas ha permitido que los grupos efectivos de docencia estén constituidos por alrededor de 60-70 estudiantes.

Además, las plazas ofertadas no superan en ningún caso las plazas verificadas, por lo que se ajusta perfectamente a los criterios que el grado debe seguir, como podemos comprobar al comparar las plazas verificadas que aparecen en la Memoria del grado con las plazas ofertadas en la página web de la titulación. Igualmente, los datos sobre la evolución de las plazas también están disponibles en el Portal de Transparencia de la universidad (<https://transparencia.urjc.es/cifras/oferta-demanda.php>).

En cuanto a las convalidaciones de asignaturas, el reconocimiento se ajusta a la normativa de la universidad al respecto (<https://www.urjc.es/estudiar-en-la-urjc/pruebas-de-acceso#convalidaciones-reconocimientos>). En el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se realizó la revisión de las convalidaciones de materias o módulos cursados en Ciclos Formativos de Grado Superior de Formación Profesional (FP) durante el curso 2020-2021, aprobándose las tablas propuestas en Junta de Facultad en marzo de 2021. Atendiendo a una creciente demanda al respecto, durante de este curso 2022-23, y a instancias del Vicedecanato de Ordenación Académica, se está realizando el estudio de más posibilidades de convalidación, para lo que se han seleccionado las titulaciones de FP más afines a las competencias del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, consultando al profesorado correspondiente a través del Profesor Responsable de la Asignatura (PRA) sobre las asignaturas susceptibles de ser convalidadas. Sin embargo, hasta el momento y hasta que la propuesta se apruebe se mantiene la convalidación vigente que aparece a continuación:

Título LOE

Técnico Superior en Marketing y Publicidad (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas-convalidacion-con-titulaciones-fp>).

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: La implantación del plan de estudios y la organización de las enseñanzas se corresponde con lo dispuesto en la memoria verificada.

- Las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación establecidos en las guías docentes de las asignaturas permiten a los estudiantes alcanzar las competencias previstas para el título.
- La elaboración de las guías docentes, revisadas anualmente, permite una actualización permanente de los contenidos temáticos.
- La supervisión de las guías docentes por parte de los coordinadores de la titulación (para las modalidades presencial y semipresencial) garantiza su ajuste a la memoria verificada.
- Se han atendido las recomendaciones del último informe para la renovación de la acreditación del título, así como revisado otros aspectos relevantes: (a) eliminación del convenio con el Centro ESIC (adscrito a la URJC hasta el curso pasado); (b) las plazas ofertadas son las correctas en base a las plazas verificadas. (c) se han revisado y ampliado el número de horas efectivas realizadas por los estudiantes en las Prácticas Externas.
- Los mecanismos de coordinación docente son adecuados, y han funcionado razonablemente bien.
- La oferta de plazas de nuevo ingreso en la titulación se ha ido reduciendo paulatinamente, habiendo disminuido en un 9,1% en los últimos. Los grupos efectivos actuales de la titulación están formados por alrededor de 60-70 estudiantes.
- Los procedimientos de convalidación se atienen a la normativa vigente. El título tiene en marcha un proceso para aceptar la convalidación de materias/módulos de los Ciclos Formativos de Grado Superior de Formación Profesional por asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

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.

2.1. La universidad pone a disposición de todos los grupos de interés información objetiva y suficiente sobre las características del título y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: El principal mecanismo de información pública sobre el título es la página específica del mismo en la web de la universidad, a la que se accede fácilmente desde la página principal, seleccionando en el menú inicial la entrada "Estudios", y dentro de esta, la correspondiente a los Grados o Dobles Grados ofertados por la URJC, organizados por áreas de conocimiento (<https://www.urjc.es/estudios/grado>, <https://www.urjc.es/estudios/doble-grado> y <https://www.urjc.es/estudios/doble-grado/16-online>). En la página específica del título se incluye una información muy completa, y organizada visualmente de una manera efectiva en grandes bloques que facilitan la localización de los diferentes elementos informativos.

En esos bloques se ofrece información básica sobre el Grado (perfil de ingreso recomendado, objetivos, competencias, salidas profesionales, etc.), e información específica sobre los procedimientos de acceso y matriculación (incluyendo el número de plazas ofertadas), el plan de estudios (itinerario informativo), los recursos materiales e infraestructuras docentes de que dispone la universidad en cada uno de sus campus, las prácticas externas, los procedimientos para la gestión de la asignatura Reconocimiento Académico de Créditos, los programas de movilidad (Erasmus, Munde y Sicue), los programas de apoyo al estudiante (que incluye programas de Mentoring, becas y ayudas, programas de inserción laboral y las ayudas destinadas a estudiantes con discapacidad), la normativa vigente sobre las cuestiones de interés para el estudiante (matriculación, permanencia, prácticas externas, trabajo de fin de grado, revisión y reclamación de exámenes, etc.) y sobre el Sistema Interno de Garantía de Calidad del título, en donde, entre otra información, se ofrece un resumen de la Memoria Anual de Seguimiento del Grado y de las acciones de mejora aprobadas anualmente por la Comisión de Garantía de Calidad del título.

En la ficha identificativa del título, al inicio de la página web específica, se da información sobre las modalidades y campus en los que se imparte el Grado, y sobre los grados con los que se oferta en doble titulación. Desde ahí se puede acceder también directamente al calendario académico, a las guías docentes de las asignaturas, los horarios, la programación de exámenes, y a los buzones de ayuda al estudiante y de sugerencias y quejas. Además, también se puede acceder a toda la información sobre el Profesorado, accediendo al perfil de cada uno de los docentes, donde consta información como su presentación/currículum, docencia, proyectos, grupo de investigación, grupo de innovación docente, publicaciones, email y cargo, si es el caso. El hecho de que estos elementos estén reunidos en un mismo lugar facilita el acceso a información fundamental para el desempeño de los estudiantes del título. Adicionalmente, puede accederse a la página web del título desde la web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (<https://www.urjc.es/universidad/facultades/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion>).

La página de inicio de la universidad contiene un enlace de especial interés para los estudiantes y los futuros alumnos, denominado "Contacto" (<https://www.urjc.es/contacto>). Ahí se dispone no solo de una dirección de correo electrónico para obtener información general (info@urjc.es), sino que se puede acceder también al buzón de ayuda al estudiante, a una guía de consultas y al Centro de Atención Telefónica al Alumno de Grado. Los estudiantes de la modalidad semipresencial disponen también de información específica proporcionada por el Centro de Innovación en Educación Digital de la URJC (<https://online.urjc.es/es/para-futuros-estudiantes/grados/publicidad-y-relaciones-publicas-online#tab>). Esto se encuentra en el entorno de URJC online, pero se identifica claramente en el apartado "Modalidad" de que se trata de un grado semipresencial, indicando qué significa e implica ese tipo de formación.

De especial interés para los estudiantes es el hecho de que las guías docentes y los horarios deben estar obligatoriamente actualizados para el curso siguiente antes del inicio del proceso de matriculación, generalmente en la segunda quincena de julio. La elaboración de las guías docentes se inicia hacia mediados de junio, y queda concluido, tras la supervisión de los coordinadores del título, en la primera semana de julio, y son publicadas en la web de la universidad. Los horarios, a cargo de la Unidad de Horarios de la URJC, están cerrados hacia el mes de mayo, antes del inicio de la asignación docente al profesorado (el Plan de Ordenación Docente) para el siguiente curso. De este modo, en el momento de la matriculación el estudiante dispone de la información necesaria para planificar el curso, adecuándolo a sus circunstancias personales teniendo en cuenta los horarios y el esfuerzo que requerirán las asignaturas de que se matricule.

En el Portal de Transparencia de la universidad puede encontrarse otra información de interés sobre el título, y concretamente los datos referidos a la oferta, la demanda y la tasa de cobertura de los diferentes grupos de la titulación matriz (los impartidos en los campus de Fuenlabrada, Madrid-Vicálvaro y en la modalidad semipresencial), y de los Dobles Grados con Publicidad y Relaciones Públicas (<https://transparencia.urjc.es/cifras/oferta-demanda.php>). Esa información está disponible para los nueve últimos cursos, desde el 2013-14 al 2021-22.

La información y atención a los estudiantes de nuevo ingreso se refuerza con otros dos mecanismos, el Programa de Mentoring de la universidad y las Jornadas de Acogida organizadas por el Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. El Programa de Mentoring permite a estudiantes de los últimos cursos acompañar el inicio en la universidad a un grupo de nuevos alumnos, tarea supervisada por el coordinador de la titulación en modalidad presencial, y por el que reciben créditos para la asignatura de Reconocimiento Académico de Créditos. En el curso 2022-23, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en todas sus modalidades dispuso de 4 estudiantes mentores.

En relación a las Jornadas de Acogida, se organizan al inicio de cada curso, antes del comienzo de las clases, con la participación del equipo decanal, los coordinadores de titulación y la colaboración voluntaria del profesorado, que explican a los nuevos estudiantes las cuestiones fundamentales del funcionamiento de la universidad, la facultad y el título (<https://www.urjc.es/estudiar-en-la-urjc/oficina-del-estudiante/841-jornadas-de-acogida>, sobre el acogimiento para el curso 2022-23). En esos actos intervienen también representantes de las asociaciones estudiantiles, y los estudiantes mentores, que hacen una visita guiada por el campus para que los alumnos de nuevo ingreso puedan identificar las infraestructuras básicas que acogen (aularios, despachos del profesorado, biblioteca, servicios de reprografía, equipamientos deportivos, restauración, etc.). Por otra parte, tanto la universidad como la Facultad de Ciencias de la Comunicación han hecho un esfuerzo adicional de mejora de los canales de comunicación con la comunidad universitaria, y específicamente con el alumnado, mediante diversas iniciativas. La URJC dispone ahora de canales propios en las principales redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook y Youtube). Por lo que hace a la Facultad, desde 2018 ha puesto en funcionamiento una página web específica (<https://www.urjc.es/fccom>), y tiene además cuentas propias en las redes sociales Twitter (@fccom_urjc) e Instagram (@fccom_urjc).

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: - La información disponible en la página web del título es completa y fácilmente identificable.

- Los estudiantes disponen de la información sobre las guías docentes y los horarios de las asignaturas antes del inicio del proceso de matriculación, facilitando así una planificación del curso adecuada a sus circunstancias personales en función de los horarios y la carga de trabajo de las asignaturas.

- El Portal de Transparencia de la URJC ofrece información sobre la oferta, la demanda y la tasa de cobertura del título y de los Dobles Grados con Publicidad y Relaciones Públicas.

- El Programa de Mentorado de la URJC permite que estudiantes de los últimos cursos acompañen en el proceso de ingreso en la universidad a los nuevos alumnos.

- Al inicio de cada curso se organizan unas Jornadas de Acogida en las que se ofrece a los nuevos estudiantes la información básica sobre la universidad, la facultad y el título. En esas jornadas se presentan también la actividad de las asociaciones estudiantiles, y se realiza una visita guiada por los campus, dirigida por los estudiantes mentores.

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE UN SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDO E IMPLEMENTADO QUE ASEGURA, DE FORMA EFICAZ, LA MEJORA CONTINUA DEL TÍTULO.

3.1. El SGIC dispone de un órgano responsable que analiza la información disponible del título para la toma de decisiones en el diseño, seguimiento, acreditación y mejora continua.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas dispone de una Comisión de Garantía de Calidad del Título (CGCT), instituido en el marco de lo dispuesto en el Sistema de Garantía de Calidad (SGC) de las titulaciones de la Universidad Rey Juan Carlos (EV03.01). Ese Sistema encarga al Comité de Calidad de la URJC, entre otras funciones, las de fijar los criterios y los objetivos de calidad de las titulaciones ofrecidas por la universidad, y realizar el seguimiento y control de las políticas, orientaciones y decisiones implementadas al respecto.

Junto a esta instancia general, el Sistema establece para cada uno de los centros de la universidad una Comisión de Garantía de Calidad (CGC), encargada de la aplicación de las políticas y directrices generales a las titulaciones adscritas a los mismos, con la posibilidad de proponer, dentro ese marco general, líneas de actuación adecuadas a las características específicas de aquellas titulaciones. La CGC de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, a la que está adscrito el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, está presidida por el Decano del centro, quien nombra a su vez a un Responsable de Calidad, que es el encargado del diseño, la implantación y el seguimiento permanente del Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad. El Responsable de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación es el titular del Vicedecanato de Calidad. La CGC de la Facultad de reúne en todas las ocasiones en que lo estime necesario (EV03.1).

En el marco del SGC de la Facultad, cada una de las titulaciones adscritas al centro se han dotado de una Comisión de Garantía de Calidad del Título (CGCT), presidida por el Responsable de Calidad del centro; en este caso, por la titular del Vicedecanato de Calidad. Las funciones de las CGCT son las establecidas por el SGC de la URJC; entre otras, las de supervisar la aplicación de los planes de estudios, analizar la evolución de los distintos indicadores de calidad, realizar un informe anual de seguimiento de la titulación, proponer y supervisar la aplicación de las acciones de mejora que se consideren necesarias, y, en fin, proponer la modificación o implementación de todas aquellas acciones que puedan contribuir a la mejora del proceso de enseñanza/aprendizaje del título, incluida la reforma del plan de estudios.

La CGCT del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas está integrada por 12 miembros con presencia en todos los campus, modalidades y departamentos en los que se imparte el grado, y posee la siguiente composición (EV03.1):

- Presidente. Responsable de Calidad de la Facultad, y Vicedecano de Calidad y UDD.
- Secretaria. Coordinadora del título en la modalidad presencial.
- Vocales representantes del profesorado. Profesores con docencia en el Grado representantes de los departamentos donde se imparte la titulación, así como coordinadores de distintas áreas.
- Vocal representante de los estudiantes. Delegado estudiantil de la titulación
- Vocal representante del personal de administración y servicios (PAS)
- Vocal externo. Un profesional del ámbito de la Publicidad y Relaciones Públicas.

La CGCT del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se reúne cada vez que lo estime necesario, con un mínimo de dos reuniones en cada curso académico (se adjuntan las actas de las dos reuniones tenidas en el curso 2021-22, así como el acta del primer encuentro realizado durante el curso 2022-2023) (EV03.1). La principal función de la CGCT es la de analizar la información sobre el título obtenida en el marco del Plan General de Recogida de Información de la universidad, que da lugar al Informe de Seguimiento anual del título, elaborado por los coordinadores de ambas modalidades (presencial y semipresencial) de la titulación, y que es discutido y aprobado por la CGCT y posteriormente revisado y de nuevo aprobado por la CGC de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (véase el correspondiente al último curso cerrado y aprobado en febrero de 2023, así como los correspondientes al curso pasado -grado simple y dobles grados-, en EV03.1). Los datos en los que se apoya ese informe se hacen públicos en la página web del título, en donde están disponibles los datos obtenidos desde el curso 2009-10 (<https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas#informe-de-resultados>).

3.2. El SGIC implementado, para la gestión eficiente del título, dispone de procedimientos que garantizan la recogida de información objetiva y suficiente y de sus resultados y que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: La Universidad Rey Juan Carlos aprobó en marzo de 2014 un Plan General de Recogida de Información (PGRI), sucesivamente actualizado para adecuarlo a las crecientes demandas de datos e información sobre los títulos que oferta (véase la última versión en EV06 y EV09). De acuerdo con ese plan, se obtiene información sobre la valoración recibida por los docentes en cada una de las asignaturas, y especialmente mediante una encuesta anual realizada a los diferentes colectivos implicados en el desarrollo del título (estudiantes, egresados, profesorado, personal de administración y servicios, y los agentes externos, tutores de prácticas en empresas y empleadores). Ese caudal de datos es analizado y sintetizado en el Informe de Seguimiento anual del título.

Como puede apreciarse, los aspectos sobre los que se recoge información mediante estas encuestas anuales abarcan prácticamente la totalidad de las cuestiones relevantes para poder valorar, a partir de la satisfacción mostrada por los colectivos implicados, la idoneidad del desarrollo del título. Estos datos son una fuente de información objetiva y suficiente para que la Comisión de Garantía de Calidad del Título puede detectar los problemas que puedan afectar a la gestión de la titulación (recursos materiales, procedimientos, asignaturas, servicios, etc.), y poder intervenir sobre ellos proponiendo acciones de mejora (puede encontrarse también un resumen de los aspectos atendidos por el PGRI en <https://www.urjc.es/universidad/calidad/580-publicidad-y-relaciones-publicas#plan-general-de-recogida-de-la-informacion>).

VALORACIÓN GLOBAL DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC):

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: - La Universidad Rey Juan Carlos tiene establecido un Sistema de Garantía de Calidad que distribuye la responsabilidad de su aplicación en tres niveles: la Universidad, los Centros y los Títulos. En el marco de ese sistema, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas dispone de una Comisión de Garantía de Calidad del Título (CGCT) que asume, entre otras, las funciones de análisis de los distintos indicadores relativos a la titulación y la propuesta de acciones de mejora allí donde se detecten problemas que puedan menoscabar el proceso de enseñanza/aprendizaje en el título.

- La CGCT se encuentra constituida y operativa, estando obligada a mantener al menos dos reuniones en cada curso académico.
- Para su trabajo, la CGCT cuenta con los datos suministrados por el Plan General de Recogida de Información de la universidad, que permite obtener información sobre todos los indicadores necesarios para el adecuado seguimiento del desarrollo del Grado

(valoraciones docentes en cada una de las asignaturas, satisfacción de los diversos colectivos implicados, resultados obtenidos, etc.).

DIMENSIÓN 2. Recursos

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

EL PERSONAL ACADÉMICO QUE IMPARTE DOCENCIA ES SUFICIENTE Y ADECUADO, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.

4.1. El personal académico del título es suficiente y reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: El volumen y la estructura del profesorado son adecuados para asegurar un estándar elevado en la impartición de las asignaturas del plan de estudios y garantizar la adquisición por parte de los estudiantes de las competencias previstas en la memoria verificada. Por otra parte, las valoraciones docentes obtenidas y los resultados del profesorado en el programa DOCENTIA indican que el desempeño docente en el título tiene un nivel de calidad óptimo.

Las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas fueron impartidas en el curso 2021-22 por 34 profesores en los grupos de docencia del campus de Fuenlabrada; 33 en los del campus de Madrid-Vicálvaro; y 34 en el grupo de la modalidad semipresencial. La proporción media de profesores doctores en los grados simples es cercana al 80%, con una distribución más o menos equilibrada entre los distintos campus y modalidades, oscilando entre el 70,59% del campus de Fuenlabrada y el 91,18% de la modalidad semipresencial. Desde el curso 2017-2018 se observa un gran aumento de los sexenios de investigación entre el profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Si bien entonces el indicador nos señalaba que existían en la plantilla 10 sexenios entre los profesores del campus de Fuenlabrada (13 en el de Madrid-Vicálvaro y 36 en la modalidad semipresencial), en el curso 2021-2022 ese número ha aumentado hasta 28 en Fuenlabrada, 23 en Madrid y 49 en semipresencial. Del mismo modo, los quinquenios han aumentado (de 38 a 63 en Fuenlabrada; 37 a 45 en Madrid; 73 a 88 en semipresencial). En todos los campus y modalidades observamos una alta cualificación docente, (por titulación académica y por rendimiento investigador), destacando el perfil del profesor de la modalidad semipresencial en cuanto a la obtención de sexenios.

Otra característica relevante de la estructura del profesorado del Grado es la elevada proporción de funcionarios docentes o figuras con acreditación del programa ACADEMIA de la ANECA (contratados y ayudantes doctores), que representan más del 60% de quienes imparten en los campus de Fuenlabrada y de Madrid-Vicálvaro; y más del 82% de quienes lo hacen en la modalidad semipresencial, con una media del 68,2%. Y conviene destacar también el peso que tiene el profesorado asociado (en torno al 22% en los grupos impartidos en el campus de Fuenlabrada y de Madrid-Vicálvaro, aunque solo el 8,82% en la modalidad semipresencial). Este es un rasgo destacable por cuanto indica el esfuerzo por incorporar a profesores procedentes del ámbito profesional, algo necesario para reforzar el vínculo entre los contenidos que se imparten en la titulación y la experiencia que aportan los profesionales del sector de la Publicidad y las Relaciones Públicas. La escasa presencia de profesorado asociado en la modalidad semipresencial se explica por los requisitos de formación exigidos por la universidad para impartir docencia en esta modalidad, ya que debe acreditarse el seguimiento y superación de un programa formativo específico para adquirir las competencias necesarias para la docencia en el entorno virtual (véase más abajo, en este mismo apartado).

Aparte de su cualificación académica (porcentaje de doctores y de funcionarios docentes y figuras acreditadas), un indicador adicional de la calidad del profesorado del título son los resultados obtenidos en aplicación del programa DOCENTIA (EV12), en donde 72 profesores vinculados al Grado han superado el proceso de evaluación en sus distintas convocatorias. Por otra parte, las valoraciones docentes otorgadas por los estudiantes y la satisfacción de estos con la tarea de los profesores han ido evolucionando positivamente en los últimos cursos. La valoración media de los docentes de las distintas asignaturas alcanzó una media de 4 en una escala de 5 puntos; y la satisfacción con la labor del profesorado, una media de 3,92.

Es probable que estos datos reflejen el esfuerzo hecho por la URJC en incentivar la formación permanente del profesorado en metodologías docentes y en el uso de recursos didácticos innovadores en el marco del Plan de Formación de Personal Docente e Investigador (<https://eventos.urjc.es/formacion-pdi>), renovado y reforzado en diciembre de 2015 tras las primeras acciones desarrolladas en el curso 2011-12. Ese plan es gestionado por el Centro de Innovación en Educación Digital (CIED, <https://www.urjc.es/universidad/institutos-y-centros/1906-centro-de-innovacion-en-educacion-digital-urjc-online>), que oferta numerosos talleres y recursos encaminados a la mejora de las capacidades docentes del profesorado. Por otra parte, la URJC ha establecido un procedimiento para la docencia en sus titulaciones semipresenciales que incluye para el profesorado la obligación de adquirir una formación específica para impartir en esta modalidad. Esa formación exige haber realizado previamente talleres sobre el uso didáctico de la plataforma Moodle, sobre la docencia y la tutorización en un entorno virtual, y sobre el conocimiento de herramientas para prevenir el fraude académico.

La Universidad Rey Juan Carlos cuenta con un procedimiento, aprobado por Consejo de Gobierno, que estipula los requisitos para impartir docencia en los grados semipresenciales. Dicho procedimiento establece cuál debe ser la formación previa de los docentes, cómo deben planificarse las asignaturas, las características de los contenidos, materiales, actividades formativas y el sistema de evaluación, y el desempeño necesario en las clases y las tutorías online.

De este modo, los títulos impartidos en modalidad semipresencial o a distancia cuentan con profesorado especializado y con experiencia en este modelo de enseñanza, y que han realizado previamente un itinerario formativo en el uso del sistema y la plataforma de enseñanza virtual utilizada. Para ello, la unidad de Aula Virtual despliega un plan de formación continuo del profesorado de enseñanza semipresencial y a distancia. La oferta formativa se organiza en torno a tres grandes ejes:

- a. Preparación específica para la docencia en enseñanza semipresencial y a distancia (Curso "Docencia virtual en URJC online", y "Curso de tutorización y docencia mediante videoconferencia"),
- b. Formación en el uso didáctico del entorno virtual de aprendizaje Moodle ("Curso básico en el uso didáctico de Moodle" y "Curso avanzado en el uso didáctico de Moodle"), y a partir del curso académico 2015/16 se incluye formación específica para la gestión de la evaluación ("Taller para la gestión de exámenes en Moodle" y "Taller para la gestión de las calificaciones en Moodle").
- c. Formación específica en metodologías innovadoras y buenas prácticas en enseñanza semipresencial y a distancia (Curso modular "Itinerario Formativo en Innovación Didáctica"). El objetivo de esta línea de formación es llevar a cabo un proceso de mejora continua en el que el profesorado disponga de formación en las metodologías de eLearning más innovadoras.

4.2. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título respecto a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado y está realizando actuaciones dirigidas a dar cumplimiento a los requisitos previstos en la normativa vigente en relación con el personal docente e investigador.:

N.P.
Justificación de la valoración: No ha habido indicaciones en este sentido en los procesos de evaluación del título.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: - El número de profesores que imparte en los grupos de docencia de los distintos campus y modalidades es adecuado para atender las necesidades docentes del título.

- La cualificación del profesorado es óptima para asegurar la calidad de la enseñanza, con una proporción media del 80% de profesores doctores para todos los grupos de docencia, y una media del 68,2% con categorías profesionales de funcionarios docentes o figuras acreditadas en los programas estatales de la ANECA.

- Más de 70 profesores implicados en la docencia del Grado ha obtenido evaluaciones positivas en las convocatorias del programa DOCENTIA habidas en los últimos años.

- La valoración otorgada por los estudiantes al profesorado y la satisfacción de estos con la labor docente han sido sistemáticamente positivas en los últimos cursos, con una puntuación en torno a 4 en una escala de 5 puntos.

- La URJC dispone de un Plan de Formación del Personal Docente e Investigador que procura una actualización formativa permanente del profesorado, así como un procedimiento específico para impartir clase en los grados semipresenciales.

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

EL PERSONAL DE APOYO, LOS RECURSOS MATERIALES Y LOS SERVICIOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL TÍTULO SON LOS ADECUADOS EN FUNCIÓN DE LA NATURALEZA, MODALIDAD DEL TÍTULO, NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS Y COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR LOS MISMOS.

5.1. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y los servicios de orientación académica y profesional soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y facilitan la incorporación al mercado laboral.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: El personal de apoyo, denominado Personal de Administración y Servicios (PAS) específicamente (aunque en muchos casos no exclusivamente) dedicado a atender los procesos relacionados con las actividades formativas previstas en el título, así como los servicios de orientación académica y profesional al estudiante. La URJC cuenta con una plantilla de PAS integrada en diciembre de 2021 por 788 trabajadores (<https://transparencia.urjc.es/cifras/personal-pas.php>) que atienden los diferentes servicios generales de la universidad (gestión económica, registros, servicios informáticos, biblioteca, etc.). El funcionamiento de estos servicios es necesario para el buen desempeño de los títulos ofertados por la universidad, pero

no se trata de personal de apoyo estrictamente vinculado a las actividades formativas y de orientación al estudiante, aunque estos últimos son también, como veremos, servicios generales prestados por la universidad a todas sus titulaciones.

El principal e indispensable personal de apoyo para las actividades formativas previstas en el título son los técnicos asignados a los laboratorios (plató de televisión, salas de edición, estudios de radio y aulas informatizadas) en donde se desarrollan las clases prácticas de aquellas asignaturas, numerosas en el título, que incluyen este tipo de actividades. Estos técnicos prestan servicios específicos para el Grado, pero no exclusivamente, ya que lo hacen también en el resto de las titulaciones adscritas a la Facultad de Ciencias de la Comunicación (Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, Grado de Periodismo y Grado de Comunicación audiovisual). El centro cuenta con 7 de estos técnicos, 4 para los laboratorios del campus de Fuenlabrada, y 3 para los del de Madrid-Vicálvaro, con una cualificación adecuada y funciones definidas (EV14). Este personal técnico presta servicios a todos los grupos del título matriz, de los dobles grados, y también al impartido en modalidad semipresencial.

El Área de Tecnologías de la Información (TI) provee, mantiene y asegura el sistema tecnológico necesario para el adecuado funcionamiento de la Universidad y da soporte a los usuarios en su utilización. Dentro de esta área se encuentra el CIED, Centro de Innovación Docente y Educación Digital, dando apoyo a la docencia reglada en todas las modalidades a través de Aula Virtual y en particular al grado semipresencial, prestando servicios técnico docentes y académicos, formación y colaboración en la producción de materiales, recursos y contenidos digitales (audiovisuales y multimedia) para enseñanzas semipresenciales (<https://online.urjc.es>).

Junto a este personal técnico profesional, la Facultad de Ciencias de la Comunicación Desde el año 2018 ha establecido un procedimiento de convocatorias becas de colaboración para estudiantes, que ayudan en diversas tareas vinculadas a estos espacios docentes. Estos becarios colaboran en la gestión del Aula Libre del centro

(https://www.urjc.es/images/facultades/fccom/docs/Aula_Libre.pdf), en la que los estudiantes pueden hacer uso de estos equipamientos fuera del horario lectivo; y en la creación de contenidos informativos para la página web de la Facultad (<https://www.urjc.es/fccom>).

Aparte de este personal de apoyo a la docencia específica de los Grados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, otros servicios generales de la universidad lo hacen en el caso de asignaturas o programas específicos, como es el caso de las prácticas externas y los programas de movilidad ofrecidos a los estudiantes. La Unidad de Prácticas Externas es la encargada de la gestión administrativa de las prácticas en empresas, con un cuadro de personal integrado por 11 profesionales. La UPE trabaja coordinadamente con el tutor académico de la asignatura (EV10.1.) y es el responsable de hacer el seguimiento durante la realización de las prácticas, supervisar su calidad y adecuación, y evaluar la asignatura a su finalización, basándose en el informe final del tutor en la empresa y en la memoria final elaborada por el estudiante (EV06). También se fomenta la colaboración empresa-universidad a través de la inserción laboral de nuestros egresados a través de la Bolsa de Empleo (EV09).

Para los programas de movilidad de los estudiantes los estudiantes del título cuentan con el apoyo de la Oficina Internacional de la URJC (<https://www.urjc.es/internacional/estudiantes-internacionales/259-oficina-internacional>). Son varios los programas de intercambio que la universidad ha establecido. El programa Erasmus facilita a los/-as estudiantes de la URJC cursar uno o varios cuatrimestres en una de las universidades europeas con las que la URJC tiene acuerdos. El programa Munde gestiona la movilidad con universidades de países no incluidos en el Programa Erasmus y el programa SICUE de movilidad nacional para estudiantes universitarios de grados que permite realizar parte de sus estudios en otra universidad española con garantías de reconocimiento académico, aprovechamiento y adecuación a su perfil curricular. Estos intercambios cuentan, tradicionalmente, con una dotación económica gracias a las Becas Erasmus que proporcionan la UE y el Ministerio de Educación español. Para el programa Munde la posibilidad de obtener una beca o dotación económica y su cuantía depende, en cada caso, de los convenios con las universidades, países o entidades que lo suscriben.

La orientación académica y profesional a los estudiantes está a cargo de diferentes servicios de la universidad. Para los estudiantes interesados en los estudios que oferta la URJC, se dispone de un Programa de Orientación que incluye, entre otras acciones, visitas a los campus, jornadas de presentación de titulaciones y participación en ferias y otros eventos educativos. Se dispone asimismo de un servicio de atención telefónica exclusivamente para el alumnado. Una vez ingresados, los estudiantes cuentan con otras acciones encaminadas a la orientación, como las jornadas de acogida a los nuevos alumnos y las tareas de apoyo de los estudiantes a través del Programa de Mentoring. Una vez finalizados los estudios de Grado, pueden acceder a los servicios de la Oficina de Postgrado para la orientación vinculada a estos títulos.

De particular importancia son los servicios encargados de la orientación profesional y laboral y de la atención a personas con discapacidad y necesidades educativas especiales (evidencia). La orientación para el empleo es asumida por la Unidad de Prácticas Externas, para los estudiantes matriculados en los Grados de la universidad, y por la Oficina de Egresados, para los antiguos estudiantes, para quienes se dispone de un Plan Estratégico de Empleo y Emprendimiento dirigido a los graduados en los últimos tres años (véase <https://www.urjc.es/universidad/alumni>).

La universidad cuenta con una Oficina de Atención a Personas con Discapacidad y Necesidades Educativas Especiales (véase <https://www.urjc.es/principal-intranet/uad-discapacidad>). La Oficina recibe las solicitudes de orientación de los estudiantes en estas situaciones y elabora para cada solicitante un plan personal con las necesidades docentes específicas que requieran, que es distribuido por los coordinadores del título al profesorado que imparte las asignaturas en que se encuentre matriculado el/la

estudiante.

La gestión de las reclamaciones cuenta con el apoyo del personal encargado del Buzón de Sugerencias y Quejas, dependiente del Vicerrectorado de Calidad, Ética y Buen Gobierno y también con el personal administrativo adscrito a la Facultad de Ciencias de Comunicación (EV3.2), que atiende especialmente a las revisiones y reclamaciones de la evaluación continua del título <https://www.urjc.es/universidad/organos-de-gobierno-colegiados/181-normativa-propia>.

5.2. Los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en todos los centros o sedes que participan en la impartición del título.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: Los diversos grupos del título se imparten en los campus de Fuenlabrada y de Madrid-Vicálvaro, y en modalidad semipresencial. Los recursos materiales de ambos campus prestan servicio a todas las titulaciones ofertadas por la universidad, y son suficientes para atender las necesidades formativas del Grado en Publicidad, y adecuados para los requerimientos específicos de la titulación, en especial por la necesidad de disponer de equipamientos adecuados para la impartición de las asignaturas con carga práctica de laboratorio.

Las infraestructuras utilizadas para las actividades de docencia/aprendizaje del título se detallan ampliamente en EV08.1. Por indicar los equipamientos más reseñables, en el campus de Fuenlabrada los distintos grupos disponen (compartidos con otras titulaciones) de tres aularios con 51 aulas con capacidad suficiente para grupos de clase. Todas las aulas tienen puntos de salida de datos para la conexión a Internet, puntos de salida de señales de radio y TV, megafonía y suficientes sistemas de video proyección, fija y portátil, para el apoyo docente, este equipamiento permite la retransmisión de los contenidos fuera del aula. También se cuenta con aulas digitalizadas equipadas con una cámara cenital de alta resolución con seguimiento automático del docente, un monitor interactivo para facilitar la elaboración de contenidos docentes a modo de pizarra virtual para que los estudiantes puedan seguirlo en remoto, y un sistema de microfonía de techo y altavoces para que tanto el docente como los estudiantes de modalidad presencial puedan ser perfectamente escuchados tanto en remoto como presencialmente e igualmente los estudiantes en remoto puedan ser escuchados por el conjunto de la clase. Las aulas informáticas cuentan con aplicaciones específicas que se utilizan en la docencia y aprendizaje del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Destacamos la disponibilidad de laboratorios equipados para la realización de prácticas específicas para el grado. En el campus de Fuenlabrada, la titulación utiliza el Laboratorio I, equipado con un plató de televisión de 275 metros cuadrados, Un plató de televisión de 275 metros cuadrados, con control de audio y video independientes y está dotado con ciclorama de estudio y cortina para croma, así como cuatro cámaras de estudio, autocue y dos adicionales polivalentes, de 190 metros cuadrados. El laboratorio cuenta también con seis estudios de radio, 18 salas de edición no lineal, una redacción multimedia con 40 puestos, una sala con 40 puestos para actividades de diseño gráfico, animación y 3D, y cinco aulas informatizadas con una capacidad total de unos 200 puestos, así como un laboratorio fotográfico. En año 2020 se han creado en este campus las aulas FCCOM, que funcionan como laboratorio de creación, de producción y de elaboración de contenidos a nivel interno y externo de la universidad.

En el campus de Madrid-Vicálvaro, se dispone, también para uso compartido con otras titulaciones, de un aulario con 47 aulas convencionales, convenientemente equipadas con los recursos electrónicos necesarios (ordenadores, proyectores, etc.). Por lo que hace a los laboratorios, el campus dispone de un plató de televisión de 100 metros cuadrados, dos estudios de radio, una sala de edición no lineal con 20 puestos y aulas informatizadas con una capacidad que supera los 200 puestos.

La universidad y la Facultad de Ciencias de la Comunicación establecieron en 2016 un plan de mejora permanente de las infraestructuras docentes que dan servicio a las titulaciones adscritas al centro. Ese plan, dirigido especialmente a las infraestructuras tecnológicas de los campus en que se imparten estas titulaciones, ha permitido, entre otras acciones, la renovación del aula de edición no lineal y postproducción del Laboratorio I del campus de Fuenlabrada (curso 2016-17); la adquisición de nuevas cámaras de vídeo por valor de 250.000 euros (2017-18); y la remodelación de los estudios de radio y la actualización de los platós de televisión en el campus de Madrid-Vicálvaro (2018-19), que ha continuado con nuevas intervenciones en el curso 2019-20 (nuevas aulas de edición no lineal y postproducción, estudio de fotografía, etc.). En el curso 2020-21 se han invertido 400.000 euros para la renovación de equipamiento y Digitalización de Aulas

<https://infotoc.urjc.es/display/BDCP/Aulas+de+docencia>.

En ambos campus, donde se imparte la docencia del grado están equipados con espacios dedicados a la biblioteca, donde su estructuración, organización y recursos bibliográficos presentan las características de suficiencia y accesibilidad en relación con las materias y enseñanzas del programa. Mención especial merece la Mediateca del campus de Fuenlabrada, provista de un avanzado sistema informático de gestión de contenidos audiovisuales, de 50 estaciones de consulta y cinco salas de visionado donde los usuarios pueden reproducir, en parte, aquello que sea de su interés. Consta también de archivo, de emisión de escaleta a terceros e internet.

Cabe señalar que la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad facilita la asistencia a aquellas personas de la comunidad universitaria que estén afectadas por alguna discapacidad y se atiende de forma personalizada las diferentes demandas.

Además, la Universidad cuenta con un sistema de becas de acompañamiento para aquellas personas con diversidad funcional

que lo soliciten.

5.3. En su caso, los títulos impartidos con modalidad a distancia/semipresencial disponen de las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas que permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: El grupo de la modalidad semipresencial se imparte en el Aula Virtual de la URJC, que desde el curso 2013-14 se apoya en la plataforma de software libre Moodle. El Aula Virtual dispone de las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades formativas del título y de comunicación entre profesores y estudiantes (correo electrónico, foros, chat, video tutorías etc.). El sistema incluye también herramientas para videoconferencias, que el profesorado está obligado a utilizar al menos una vez al mes para mantener un contacto síncrono con los estudiantes (EV05). Por otra parte, la plataforma está diseñada para ser accesible desde distintos dispositivos electrónicos: ordenador personal, tabletas, teléfono móvil y cualquier otro.

Mediante la aplicación MyApss (<https://myapps.urjc.es/myapps/Apps>), los usuarios pueden acceder, desde cualquier ordenador conectado a internet, incluso fuera de los campus de la universidad, a una plataforma con diversos recursos necesarios para aquellas actividades prácticas que en la modalidad presencial se desarrollan en los laboratorios (por ejemplo, programas para la edición de vídeo o de diseño gráfico). En cualquier caso, los estudiantes de esta modalidad semipresencial deben realizar obligatoriamente actividades formativas prácticas de carácter presencial en aquellas asignaturas que requieren también del uso de grandes equipamientos (aulas informáticas, platós de televisión y estudios de radio). Estas actividades se programan de forma intensiva coincidiendo con el periodo de exámenes (también obligatoriamente presenciales) para facilitar su seguimiento por parte de los estudiantes de la modalidad semipresencial. Los estudiantes de la modalidad semipresencial valoran positivamente a los docentes de la titulación (4,07 sobre 5), así como aseguran el contacto a través de los sistemas de comunicación y tutoría ofrecidos por el grado (4,10 sobre 5).

El grupo de la modalidad semipresencial tiene asignado un Asesor Técnico Docente (ATD) adscrito al Centro de Innovación en Educación Digital (CIED), encargado no solo de atender las consultas de índole técnico que se planteen en el proceso de docencia/aprendizaje por profesores y estudiantes, sino de realizar un seguimiento de cada una de las asignaturas para comprobar el ajuste de las prácticas docentes a los procedimientos establecidos por la universidad para la docencia en esta modalidad. Estos informes (denominados de cumplimiento), en los que se registran las incidencias que pueda haber habido en el desarrollo de la docencia, son realizados al final de cada cuatrimestre y trasladados al profesorado y al coordinador de la modalidad.

Para facilitar la comunicación con los estudiantes existen los siguientes espacios de comunicación: Esco-Comunidad Estudiantes, a través de este espacio el estudiante puede comunicarse con sus compañeros de curso, Esco-Comunidad Académica para comunicarse con el coordinador del grado y Esco-Comunidad Aula Virtual para contactar con su Asesor Técnico Docente. A los alumnos de nuevo ingreso se les organiza Jornadas de Acogida donde se les informa de las prestaciones y servicios que tienen a su disposición.

El alumno semipresencial puede hacer uso de los mismos recursos que el alumno presencial (Secretaría de Alumnos, Defensor Universitario, Centro de Atención Telefónica al Alumno, Órganos de representación de alumnos, Asociaciones de Alumnos, etc.). Para atender a los estudiantes con diversidad funcional matriculados en modalidad semipresencial se trabaja en colaboración con la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad (UAD) y garantiza un acceso correcto, tanto a través del teclado, como de adaptaciones de software-hardware, trabajando en todos los parámetros de usabilidad, teniendo en cuenta, no solamente las distintas posibilidades de acceso funcional de los usuarios, sino también su grado de competencia digital en el uso de herramientas y productos en

5.4. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título relativos al personal de apoyo que participa en las actividades formativas, a los recursos materiales, servicios de apoyo del título e instalaciones.:

N.P.

Justificación de la valoración: No ha habido indicaciones en este sentido en los procesos de evaluación del título.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: - Junto al Personal de Administración y Servicios que atiende los servicios generales de la universidad, el título dispone de personal de apoyo específico para la docencia del Grado, especialmente los técnicos encargados del funcionamiento de los laboratorios (platós de televisión, estudios de radio, etc.) para las asignaturas con carga práctica de

esta índole.

- Este personal es suficiente en número, y con una cualificación adecuada, para atender las necesidades docentes del título en este aspecto.
- El título hace uso igualmente de los servicios generales de la universidad encargados de la gestión de las Prácticas Externas, los Programas de Movilidad y la orientación académica y profesional a los futuros estudiantes, los alumnos matriculados y los egresados de las titulaciones de la URJC.
- Las infraestructuras y recursos materiales a disposición del título son suficientes, en volumen y en la calidad de los equipamientos, para el adecuado desarrollo de las actividades formativas previstas.
- Las infraestructuras tecnológicas y recursos didácticos y para la docencia de que dispone la modalidad semipresencial del título permiten que el proceso de enseñanza/aprendizaje en esta modalidad se desarrolle adecuadamente.

DIMENSIÓN 3. Resultados

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZADOS POR LOS TITULADOS SON COHERENTES CON EL PERFIL DE EGRESO Y SE CORRESPONDEN CON EL NIVEL DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR) DEL TÍTULO.

6.1. Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados han permitido la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes y corresponden al nivel de la titulación especificados en el MECES.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: Las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación de las asignaturas que se imparten en el título se adecuan a lo establecido en la memoria verificada, y son recogidos en las guías docentes de cada una de las asignaturas, supervisadas por los coordinadores de la titulación y publicadas antes del inicio de la matriculación por parte de los estudiantes, tanto en la modalidad presencial (EV1) como en la semipresencial (EV1). Todos estos elementos, y especialmente los sistemas de evaluación, fueron revisados en el curso 2019-20, e incorporados a la memoria verificada, cuya modificación fue informada favorablemente por la Fundación Madri+d 17 de abril de 2020. Esos cambios han sido incluidos en las guías docentes vigentes en el curso 2021-22. Las Guías Docentes son revisadas por los coordinadores de la titulación para comprobar que se ajustan a los criterios generales establecidos por la universidad según está recogido en el Manual del Sistema Interno de Garantía de Calidad.

Los resultados del aprendizaje, tal y como se refleja en los datos correspondientes a cada una de las asignaturas en el curso 2021/22 (EV03.1), son en general satisfactorios, con porcentajes muy bajos de estudiantes no presentados, y de muy altos de quienes superan las asignaturas en la primera matrícula, situándose la tasa de éxito en una media del 95.59% de los matriculados. Hay una ligera diferencia entre el alumnado del campus de Fuenlabrada que sitúa la tasa de éxito en un 96.52%, frente al campus de Vicálvaro en un 97.37%. El grupo de la modalidad semipresencial es de un 92.44%.

Los resultados del aprendizaje están también vinculados a la valoración que los estudiantes otorgan a el desempeño docente del profesorado. Ofrecemos a continuación los datos por campus correspondientes al curso 2021-2022. En el campus de Fuenlabrada, la valoración docente global de la titulación en el curso 2021-2022 es de 4 sobre 5, Campus de Madrid 4.01 sobre 5 y en la modalidad semipresencial un 4,07 sobre 5. De acuerdo con estos datos, la valoración docente del Grado se mantiene prácticamente estable, ascendiendo en la modalidad semipresencial (EV06_EV09).

El indicador "Se está satisfecho con la labor del profesor", que podría aglutinar la percepción del profesor y su trabajo docente por parte del alumno alcanza una media de 4 puntos en una escala de 5 puntos (EV03.01).

Los resultados obtenidos en el aprendizaje de dos asignaturas de características especiales, Prácticas Externas y Trabajo de Fin de Grado (TFG), son igualmente óptimos. En el caso de las prácticas externas, el aprovechamiento por parte de los estudiantes se refleja en una calificación media que, tanto en los grupos presenciales y como en el impartido en modalidad semipresencial, ronda los 9 puntos. Debemos recordar que se ha ampliado el número de horas derivadas de los 24 ECTS: corresponden a las 500 horas que acreditan los estudiantes en el curso 2021-22. En el caso de la asignatura de Trabajo de Fin de Grado los resultados son igualmente satisfactorios, la nota media del alumnado que obtuvo notable fue del 87,67% (EV04.2.1).

Los procesos vinculados al Trabajo de Fin de Grado (TFG) están regulados por el Reglamento aprobado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación en el curso 2020-21 para adaptarlo al Reglamento Marco de la URJC, de julio de 2020. Entre otros aspectos, ese reglamento establece los procedimientos de asignación, tutela, presentación y evaluación de los TFG. En lo relativo a la defensa y calificación del TFG, el reglamento recoge lo dispuesto en la memoria verificada, que da opción a dos vías de evaluación, ante el tutor o ante un tribunal. En el primer caso, la defensa se realiza ante el tutor y este califica el TFG, pero con

una nota menor o igual a 8,5, que queda recogida en un acta (EV04.2.3). Si el tutor considera que el trabajo puede merecer una calificación mayor, este TFG debe ser defendido ante un tribunal, y calificado por este. Estas dos opciones de evaluación quedan recogidas en una rúbrica que el tutor envía a la Comisión de Trabajo de Fin de Grado de la Facultad. Los tribunales de evaluación del TFG están formados por tres miembros, dos profesores con docencia en el Grado y uno externo a la Universidad Rey Juan Carlos y su valoración queda recogida en un acta (EV04.2.2).

Para la realización del TFG, los estudiantes disponen de información sobre las líneas de trabajo del profesorado (<https://www.urjc.es/universidad/facultades/67-facultad/fccom>), de forma que puedan decidir sobre el tutor más adecuado a sus intereses; y orientaciones sobre las normas de estilo y para las referencias bibliográficas. Disponen asimismo de un documento sobre preguntas frecuentes para resolver las dudas que puedan surgir en el proceso de elaboración del trabajo (EV04.2.3). Para reforzar la comunicación y resolver las dudas del alumnado se programan encuentros online para las asignaturas de prácticas externas y trabajo fin de grado, estas sesiones se graban para poder consultarlas posteriormente por el alumnado.

6.2. La evolución de los principales datos e indicadores del título es adecuada con las previsiones del título y coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Los datos obtenidos en el marco de la aplicación del Sistema de Garantía de Calidad del Título (descrito en el apartado EV03.1), y recogidos en la Memoria de Seguimiento anual de la titulación (véase el último cerrado, correspondiente al curso 2021/22, indican una sensible mejora del perfil de ingreso del alumnado, atendiendo a la nota de corte oficial una vez finalizada la matriculación. Como puede observarse en la memoria de seguimiento mencionado (páginas 6 y 7), la tendencia es ascendente tanto en los grupos impartidos en modalidad presencial como en el semipresencial, situándose en una alta nota de acceso a los estudios. En el campus de Fuenlabrada la nota de acceso es 10,83, campus de Vicálvaro 10.88 y en el grupo de la modalidad semipresencial, de un 9,57, este último ha aumentado notablemente su demanda.

Por lo que hace a los principales indicadores del rendimiento y desempeño académico de los estudiantes (las tasas de rendimiento, éxito, presentación, eficiencia, graduación y abandono), los datos del título son, en líneas generales, óptimos:

- La tasa de rendimiento (créditos superados sobre créditos matriculados) en los dos grupos presenciales y el grupo semipresencial es de 85,29%, valor similar. El desglose, según grupos, alcanza los siguientes valores: Grupo de Fuenlabrada: 88,47%, Grupo de Madrid: 86,38% y Grupo semipresencial: 80,5%, valor similar al alcanzado durante el curso anterior (80,49%).
- La tasa de éxito (créditos superados sobre créditos presentados a evaluación) se sitúa por encima del 92%, incluido el grupo de la modalidad semipresencial.
- La tasa de presentación (créditos presentados a evaluación sobre créditos matriculados) alcanzando más del 87% en los tres grupos.
- La tasa de graduación, hay que tener en cuenta para su cálculo el tiempo previsto en terminar el grado en el plan de estudios más un año (por tanto, 5 años en esta titulación). En este informe, el dato con el que se cuenta es el relativo a la cohorte 2017-2018 (59,19%). Una tasa que se ha incrementado en cerca de 7 puntos respecto a la cohorte de 2016-2017 y que ya venía incrementándose considerablemente respecto a la cohorte de 2014-2015 (38,94%). Por consiguiente, la tasa correspondiente al último grupo del que se tienen datos es la más alta de toda la serie histórica, alcanzando el valor de referencia comprometido en la Memoria de Verificación del Grado (59%). El Grupo de Fuenlabrada: la tasa de graduación es del 71,43%, lo que supone un llamativo aumento de 16 puntos respecto a la cohorte anterior (55,13%), el Grupo de Madrid: la tasa es del 69,14%, casi 6 puntos superior al de la cohorte anterior (63,64%) y el Grupo semipresencial: tasa del 36,11%, casi 1 punto superior a la de la cohorte anterior. El caso de esta última se explica probablemente por las características de un alumnado cuya disponibilidad de tiempo le lleva a plantearse los estudios con una expectativa temporal por encima de lo establecido en esa definición administrativa de la tasa de graduación (4+1 cursos académicos).

En relación con la tasa de abandono del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (porcentaje de estudiantes de una cohorte que no se matriculan en ninguna asignatura en los dos cursos siguientes), los datos son satisfactorios y la tendencia ha sido en general decreciente. El grupo de Fuenlabrada: la tasa de abandono es del 10,94%, frente al Grupo de Madrid: la tasa es del 4,35% y el Grupo semipresencial la tasa se sitúa en el 18,64%, los porcentajes más altos recogidos en las encuestas de satisfacción señalan los principales motivos: no les gustaba la titulación (22 %), por incompatibilidad con el trabajo u otros estudios (22 %) y abandono

6.3. La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: En el marco del Plan General de Recogida de Información (PGRI) de la URJC (EV06_EV09), se recogen datos sobre la satisfacción con el título de los diversos colectivos implicados (estudiantes, egresados, profesorado, personal de administración y servicios, tutores externos de prácticas y empleadores) mediante una encuesta anual a cada uno de estos grupos. El resumen de la evolución de los resultados de estas encuestas de satisfacción de los tres últimos cursos (2019-20 a 2021-22) indica un buen nivel de satisfacción general en todos los colectivos internos (Tabla 7. Indicadores de satisfacción).

Estudiantes

La satisfacción global con la titulación se sitúa en torno al 4 sobre 5 (4,00 en el campus de Fuenlabrada, 4,01 en Madrid-Vicálvaro y 4,07 en la modalidad semipresencial). Este comportamiento es similar en los dobles grados (EV06_EV09). En el curso 2021-2022 se observa una mejora muy significativa en la satisfacción global con el Grado, el Centro y la Universidad. La satisfacción con la titulación ha ascendido varios puntos y se trata de la mejor valoración del histórico en la modalidad presencial. La valoración del centro se encuentra entre las mejores puntuaciones de la tabla Fuenlabrada (3,86), Madrid (3,09) y semipresencial (3,60), así como los servicios de la universidad son también las más altas en Fuenlabrada (3,48) y en la modalidad semipresencial (3,80), obteniendo una puntuación más modesta en el campus de Madrid (2,91). El resto de los indicadores obtienen registros positivos, especialmente la satisfacción de los estudiantes con los espacios de docencia y estudio, y, especialmente, con las prácticas externas que les ofrece el título (4,05 en Fuenlabrada, 4,25 en Madrid-Vicálvaro y 4,22 en la modalidad semipresencial). Los programas de movilidad también son valorados muy positivamente por el alumnado. El grado de satisfacción global con la estancia es de 4,67 para el grupo de Fuenlabrada frente 4,35 del campus de Madrid. No tenemos datos del grado semipresencial porque no hay una población objetivo y no procede la encuesta.

Egresados

La valoración global de los egresados sobre la formación proporcionada por el título sigue una pauta similar. El alumnado del grupo de Fuenlabrada valora globalmente su formación en un 3,09 el grupo de Madrid-Vicálvaro en un 3,22 y el grupo semipresencial en un 3,26. Esta percepción contrasta con los buenos datos que obtiene el título en los indicadores sobre inserción laboral que confirman la tendencia, en torno al 91,2% % de los graduados, un año después del egreso tienen un empleo acorde a su preparación universitaria específica en publicidad y relaciones públicas, por lo tanto el título favorece a los buenos resultados generales obtenidos por la URJC en empleabilidad.

Profesorado

La satisfacción global del profesorado con el título contrasta ampliamente con la valoración otorgada por estudiantes y egresados. Sobre la valoración del centro y la universidad todos los indicadores en los campus presenciales superan el 3,5 sobre 5. En general la valoración del profesorado respecto a todas esas cuestiones es muy positiva, si bien los profesores del campus de Madrid puntúan algo más bajos los indicadores sobre las instalaciones e infraestructuras del campus, tal y como sucedía el curso pasado. En términos generales es también muy positiva la valoración del Aula Virtual. Es necesario alcanzar una mayor tasa de respuesta entre el profesorado, en especial en la modalidad presencial. Aunque se ha incrementado respecto a otros cursos, el tamaño muestral es aún pequeño (Fuenlabrada: 38,9%; Madrid: 35,4% y semipresencial: 50,2%).

Empleadores

Como en el caso anterior, también para los empleadores se recurre a los datos registrados para la titulación matriz. Quizá lo más relevante de esta encuesta a los empleadores sea su valoración sobre la preparación de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación. Este indicador alcanza 4 puntos sobre 5 para los alumnos adscritos al campus de Fuenlabrada, 5 para los del campus de Madrid-Vicálvaro y 4,60 para los alumnos del grado semipresencial.

Personal de administración y servicios

La satisfacción de este colectivo es, en general, óptima, con registros alrededor de los 4 puntos sobre 5, tanto en la valoración de los servicios de la universidad como de los recursos materiales de los que disponen.

6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto socio-económico y profesional del título.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: Desde el curso 2012-2013 y hasta el actual, el programa de Prácticas Externas está funcionando satisfactoriamente, incrementándose globalmente tanto el número de estudiantes matriculados como el número de empresas o entidades que ofertan plazas para el programa. Desde el curso 2014-2015 se cuenta con datos sobre el grado de satisfacción de los diferentes colectivos (estudiantes, tutores y empresas) que participan en el programa, y pasamos a continuación a analizar algunos de estos datos referidos al curso 2021-2022. Estos datos se encuentran en la encuesta realizada dentro del "Plan General de Recogida de Información" (EV06_EV09).

En el curso académico 2021/22 para este título se matricularon 240 alumnos y se ofertaron 343 prácticas (EV10.01). Para el grupo de Fuenlabrada, el grado de satisfacción global con las prácticas externas por parte de los estudiantes se ha mantenido similar al de los cursos anteriores situándose en 4,05 sobre 5 y consideran que las prácticas le han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral, otorgando la máxima puntuación 5.

El 19,0% de los entrevistados este año ha conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas. En cuanto al grado de satisfacción global con las competencias adquiridas en el curso 2021-2022 la puntuación es de 4,02, respecto al grado de

satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables, 3,71 sobre 5, consolidándose con una tendencia al alza. Cabe destacar que la satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad asciende a 3,54, confirmándose una tendencia al alza en los últimos.

En el grupo de Madrid el grado de satisfacción global con las prácticas externas por parte de los estudiantes aumenta considerablemente hasta 4,25 sobre 5, el porcentaje de alumnos que este año consiguió un contrato de trabajo mediante las prácticas también se ha incrementado con respecto a cursos anteriores: 17,2%. En cuanto a las expectativas de obtener un trabajo a partir de las prácticas externas, el porcentaje en este año también asciende, siendo del 82,8%.

En cuanto al grado de satisfacción global con las competencias adquiridas en el curso 2021-2022 la puntuación es de 4,08. Respecto al grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables, es algo superior (3,61) y se puntúa con un 3,26 la figura del tutor académico.

Por último, el grupo semipresencial el grado de satisfacción global con las prácticas externas por parte de los estudiantes es de 4,22 sobre 5. Respecto al porcentaje de alumnos que ha conseguido un contrato a partir de las prácticas externas, en este año es del 21,7%. En cuanto a las expectativas para conseguir trabajo mediante las prácticas externas es del 76,1%. No obstante, este grupo suele estar formado por individuos con una media de edad superior a los alumnos presenciales, lo que supone que en la mayoría de los casos están ya inmersos en el mercado laboral. En cuanto al grado de satisfacción global con las competencias adquiridas en el curso 2021-2022, la puntuación es de 4,07 sobre 5. La puntuación dada a la figura del tutor académico es de (3,71 sobre 5).

En términos generales, el grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas es muy positivo, todos los indicadores superan la puntuación del 3,5. La asignatura de Prácticas externas de 24 ECTS permite a los estudiantes completar su formación en empresas del sector bajo una doble tutela, profesional y académica. El título ha dispuesto en el curso de aproximadamente 200 convenios con empresas específicas del ámbito profesional para la realización de estas prácticas curriculares. Se ofrece asimismo la posibilidad de realizar prácticas extracurriculares, de forma que los estudiantes pueden prolongar el trabajo en las empresas bajo la supervisión de la universidad. Por otra parte, la propia universidad y la Facultad de Ciencias de la Comunicación han ido ampliando su oferta en esta misma dirección, mediante programas como Radio URJC y las Aulas FCCOM (periódico digital, productora audiovisual y agencia de publicidad dependientes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación).

Es destacable, los buenos registros que obtiene el título en los indicadores sobre inserción laboral que confirman la tendencia observada en los anteriores, en torno al 91,2% % de los graduados habrían conseguido un año después del egreso un empleo acorde a su preparación universitaria específica en publicidad y relaciones públicas, y ese porcentaje se incrementa hasta el 84,2 % del porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a su formación universitaria, dos años después del egreso indicando la capacidad del título para contribuir a la estabilización laboral de sus graduados.

Entre los titulados de la modalidad semipresencial, los datos son igualmente óptimos. Un año después del egreso tienen un trabajo acorde con su perfil formativo el 70,4% de los egresados, pero repunta hasta alcanzar el 85,2% en el tercer año donde su grado de satisfacción es del 4,15 del empleo actual.

En consecuencia, es de suponer que el título está realizando una aportación positiva a los buenos resultados generales obtenidos por la URJC en algunos de los más reputados ránking internacionales. La edición del año 2021 del ranking "QS World University Ranking by Subject" ha reconocido la buena labor de la Universidad Rey Juan Carlos emplazándola entre las 200 mejores universidades para cursar estudios de comunicación <https://transparencia.urjc.es/resultados/ranking.php> y otro de los más reputados ránking internacionales sobre empleabilidad (QS Graduate Employability Ranking), siendo una de las 15 universidades españolas incluidas en la edición de 2020 entre las 100 primeras mejores universidades del mundo en este aspecto (<https://www.formacionimpulsat.com/informacion/ranking-mejores-universidades-espanolas-por-empleabilidad-2020/>)

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: - Las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación de las asignaturas se adecuan a lo dispuesto en la memoria verificada, y permiten a los estudiantes obtener resultados de aprendizaje óptimos.

- La mayoría de las asignaturas son superadas por un porcentaje alto de estudiantes en la primera matrícula, de en torno al 95%. En primera matrícula, ese porcentaje es algo menor en el grupo de la modalidad semipresencial, debido al particular perfil socio-demográfico de este alumnado (mayor edad, responsabilidades laborales y familiares, etc.).

- Los resultados de la valoración docente de las asignaturas y de la satisfacción de los estudiantes con el desempeño del profesorado indican también que los resultados de proceso de enseñanza/aprendizaje son óptimos.

- El rendimiento de los estudiantes del título en las prácticas externas es excelente, lo que indica un adecuado aprovechamiento por parte de los alumnos de la titulación.
 - Los resultados de la asignatura Trabajo de Fin de Grado son satisfactorios, con un porcentaje de en torno al 85% de los estudiantes con calificaciones de notable, aunque es algo más bajo entre los alumnos de la modalidad semipresencial.
 - La gestión de la evaluación de los Trabajos de Fin de Grado se adecua a lo dispuesto en la memoria verificada, y los estudiantes disponen de la información necesaria para conducirse adecuadamente en el proceso de elaboración de sus ejercicios y es alto el nivel de satisfacción del mismo.
-