

**Informe final de evaluación del  
seguimiento de la implantación  
de títulos oficiales**

**2012**

**GRADO EN PUBLICIDAD Y  
RELACIONES PÚBLICAS**

**Facultad de Ciencias de la  
Comunicación**

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

---

## VALORACIÓN GLOBAL

### Información pública ofrecida por el título en su página web

El presente informe de evaluación del seguimiento de la implantación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se realiza a partir de la información disponible en la página web proporcionada por el título en el momento de realizar el proceso de evaluación, por lo que cualquier modificación llevada a cabo con posterioridad no ha sido considerada.

En el proceso de evaluación se ha detectado algunas deficiencias que requieren una inmediata actuación por parte de la Universidad:

- 1.- Falta de autorización para aplicar la modalidad de enseñanza semipresencial en todos los campus en los que se imparte este título.
- 2.- Falta de autorización para la impartición de este título en los Centros adscritos.
- 3.- Insuficiente información relativa al número de plazas ofertadas, distinguiendo entre las del título evaluado y las combinadas con él, con el fin de mejorar la información pública disponible.

En el anexo detallado de evaluación se hacen constar la totalidad de advertencias y recomendaciones que deberán ser corregidas para futuros seguimientos al objeto de orientar al título a la mejora continua. Así mismo, se recogen, en su caso, las buenas prácticas detectadas

Con independencia de lo anterior, se valora positivamente el esfuerzo realizado para cumplir los criterios de claridad, accesibilidad, transparencia y publicidad de la información pública, así como los mecanismos puestos en marcha por el Título para que sean corregidas algunas de sus deficiencias.

### Autoinforme realizado por el título

Este informe de evaluación se realiza a partir del autoinforme de seguimiento presentado por el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en los plazos establecidos por la convocatoria y una vez estudiadas las alegaciones formuladas.

A la hora de valorar los aspectos estrechamente ligados a la mejora de la calidad del título, se considera que el rigor exigible debe tener en cuenta que todos los actores del proceso se encuentran ante la primera experiencia en la formulación y valoración de un informe de seguimiento de la implantación de un título.

En el anexo detallado de evaluación de este Autoinforme se hacen constar las advertencias y recomendaciones que deberán ser subsanadas de cara a futuros autoinformes. No obstante, es preciso hacer hincapié en un mayor análisis de los indicadores para la mejora en la calidad del título y en el desarrollo de los mecanismos puestos en funcionamiento para la evaluación y el seguimiento de la calidad del título y para la atención de las quejas y reclamaciones.

Por otra parte, la Comisión agradece la información adicional suministrada por el Título, pero destaca que ésta debe incorporarse en el Autoinforme inicial.

**ANEXO I****1. INFORMACIÓN PÚBLICA**

<b>Comentario</b>	<b>Tipo</b>
De acuerdo con la modificación aprobada por ANECA el 22/09/2012, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas está autorizado para su impartición con carácter presencial y semipresencial en la Facultad de Ciencias de la Comunicación del Campus de Fuenlabrada y con carácter presencial en la Sección de la misma Facultad en el Campus de Vicálvaro, por lo tanto no procede aludir a su impartición " on line" en el Campus de Fuenlabrada.	Advertencias
No consta como verificado para su impartición en el ESIC, centro adscrito a la Universidad	Advertencias
No coincide la oferta de plazas verificada con la que se ofrece en la página web de la Universidad. La suma total de la oferta para los dos Campus y distintas modalidades de impartición es la siguiente: 310 ( 1º curso) / 300 (2º curso) / 260 (3º curso) /310 ( 4º curso). La oferta que parece en la web incluida la del ESIC es de 390 plazas en su tercer curso de impartición, todo ello sin contar con las plazas que habría que añadir ce las que el grado aporta a los grados dobles	Advertencias
Es imprescindible que la Universidad incluya la oferta de plazas en los grados dobles en los que este título participa.	Advertencias
Se valora positivamente la claridad y accesibilidad de la información en la página web.	Buenas prácticas
En la página principal donde se contiene la información básica sobre el grado, sería conveniente incluir el año y calendario de implantación	Recomendaciones
Es necesario hacer más visible el número máximo y mínimo de créditos de los que puede matricularse un estudiante a tiempo completo ya a tiempo parcial	Recomendaciones
Es necesario hacer más accesible la normativa de permanencia y extractar aquellos requisitos mínimos de permanencia que un estudiante de nuevo ingreso debería conocer. Se recomienda incluir esta información en el apartado de " Presentación"	Recomendaciones
Se debe facilitar la accesibilidad a las guías docentes de las asignaturas en función del modo de impartición de la enseñanza que vaya a ser cursada por el estudiante..	Recomendaciones
El enlace "Reconocimiento A. de créditos" se limita a un documento sobre el reconocimiento por participación en actividades culturales, representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Se recomienda que este enlace recoja toda la información sobre transferencia y reconocimiento de forma que se ajuste a lo publicado en la Memoria de Verificación.	Recomendaciones
Se recomienda adaptar la información sobre transferencia y reconocimiento de créditos al Real Decreto 1618/2011 de 14 de noviembre sobre Reconocimiento de Estudios en el ámbito de la Educación Superior.	Recomendaciones
Se debe ampliar la información sobre las prácticas externas dado el carácter obligatorio que tienen para esta titulación, incluyendo convenios con entidades públicas o privadas y los criterios de adjudicación, en vez de remitir a una página general de la Universidad	Recomendaciones

## GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

---

Respecto a los programas de movilidad sería recomendable que se proporcionase información sobre las instituciones con las que se mantiene convenio para este título en concreto en vez de derivar a una página general de la Universidad	Recomendaciones
Se incluyen los datos referidos al profesorado que imparte docencia en el título	Buenas prácticas
Se aporta información sobre los resultados que se derivan de la aplicación del SGIC y se indican las acciones de mejora propuestas tras el análisis de los resultados y el estado de desarrollo en el que se encuentran estas acciones.	Buenas prácticas
Se recomienda que para el sistema de quejas y reclamaciones, la Universidad explicita los diferentes sistemas que tiene establecidos y que el enlace no derive exclusivamente a una cuenta de correo electrónico.	Recomendaciones

**ANEXO II****2.. AUTOINFORME****Estructura y funcionamiento del Sistema de Garantía de Calidad del Título/Centro**

<b>Comentario</b>	<b>Tipo</b>
En la información proporcionada en el autoinforme hace referencia a la composición de la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información, mientras que cuando se hace referencia al funcionamiento y sistema de toma de decisiones se habla de la Comisión de Calidad del Grado en Comunicación Audiovisual .En cualquier caso y dado que se trata de una grado "multicampus" se echa en falta la representación de los responsables de la titulación del Campus de Vicálvaro aunque quizás la representación de dicho Campus la articule la Vicedecana de Calidad y de Unidades Docentes Delegadas. Se ruega a la Universidad aclare la información sobre estas cuestiones.	Recomendaciones
Se recomienda que la Comisión de Garantía de Calidad del título se reúna como mínimo dos veces al año, coincidiendo con la finalización de cada semestre de impartición.	Recomendaciones

**Indicadores cuantitativos**

<b>Comentario</b>	<b>Tipo</b>
Es necesario que en la información proporcionada sobre las plazas de nuevo ingreso la Universidad desglose la oferta de plazas por Campus de impartición tanto en grados simples como en dobles grados, más aún cuando la información sobre éstos últimos no aparecen en la información pública proporcionada a través de la web.	Advertencias

**Sistemas para la mejora de la calidad del título**

<b>Comentario</b>	<b>Tipo</b>
En lo que se refiere a los mecanismos de coordinación docente, se ofrece un descripción de los mecanismos horizontales y verticales de coordinación establecidos. Sería conveniente explicitar con más detalle como se articula la coordinación docente entre los diferentes campus de impartición, así como cuáles son los mecanismos de coordinación para el caso de los dobles grados ofrecidos. Para futuros informes de seguimiento será necesario incorporar información sobre aquellas cuestiones más relevantes tratadas en este ámbito y las medidas de mejora propuestas, así como realizar un análisis de la idoneidad del sistema de coordinación adoptado.	Recomendaciones

## GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

<p>Respecto a los mecanismos para la evaluación de la calidad de la docencia, si bien se aportan datos sobre las tasas de rendimiento y abandono de los diferentes grupos haciendo especial hincapié en los bajos resultados obtenidos por el grupo " a distancia" y se advierte de algunos problemas de coordinación docente que están produciendo solapamientos en los contenidos de las asignaturas, es preciso que el título despliegue información sobre los compromisos adquiridos por la Universidad para la medición de la calidad docente, tan solo se aportan datos referidos a la satisfacción media global de los estudiantes con la titulación, satisfacción en la que no se indican los niveles de participación ni qué grupos de docencia están recogidos en ellas ( presencial, a distancia, dobles grados). Para futuros informes de seguimiento, será imprescindible incluir la información sobre la valoración del profesorado y el resto de los elementos que la universidad tiene previstos para efectuar esta medición en el sistema interno de garantía de calidad institucional.</p>	Recomendaciones
<p>La Universidad y en concreto la Facultad de Ciencias de la Comunicación es especialmente activa en los programas de movilidad internacional. Se ofrecen datos cuantitativos respecto a los estudiantes que han participado en estos programas y se indica la existencia de un coordinador de prácticas, no obstante, de cara a futuros informes, se recomienda implantar el sistema de análisis de la calidad de los programas de movilidad.</p>	Recomendaciones
<p>No se aportan datos que permitan afirmar que los mecanismos de evaluación de la satisfacción de los colectivos se han desplegado. Para futuros informes estos mecanismos tienen que haberse implementado y el informe ofrecer datos para todos los colectivos de acuerdo como establece el SIGC institucional.</p>	Recomendaciones
<p>Con respecto al sistema de quejas y reclamaciones no se ofrecen datos que permitan afirmar que el sistema se encuentre implantado o en vías de implantación, tan sólo se describe sucintamente alguno de los mecanismos previstos</p>	Advertencias

### Relación y análisis de los puntos débiles del título

Comentario	Tipo
<p>Se realiza una enumeración de los puntos débiles pero se recomienda que se articule un plan concreto en el que se indiquen sobre quien recaen las responsabilidades de acometer las acciones y se establezca un plan de seguimiento de aquellas que resulten implantadas para garantizar que los objetivos propuestos se consiguen.</p>	Recomendaciones

Nombre de archivo: FFE7BFB.docx  
Directorio: D:\Perfil Usuario\cgm74\Configuración local\Archivos  
temporales de Internet\Content.MSO  
Plantilla: D:\Perfil Usuario\cgm74\Datos de  
programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dotm  
Título: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
Asunto: Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Autor: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS  
Palabras clave:  
Comentarios:  
Fecha de creación: 19/12/2012 13:43:00  
Cambio número: 3  
Guardado el: 09/01/2013 19:02:00  
Guardado por: CELIA GAVILAN  
Tiempo de edición: 3 minutos  
Impreso el: 09/01/2013 19:02:00  
Última impresión completa  
Número de páginas: 7  
Número de palabras: 1.761  
Número de caracteres: 9.759 (aprox.)