

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (CÓD. 2160)

El presente documento recoge los indicadores de encuesta incluidos en el Plan General de Recogida de Información de la Universidad Rey Juan Carlos aprobado en marzo de 2014 para el DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA). Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

NA	NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)
VD.G	VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)
SG.A	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)
SG.E	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO
IL.G	INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO
TP.G	TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO
TP.G.T	TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. TERCER AÑO POSTERIOR AL EGRESO
TP.G.C	TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. CUARTO AÑO POSTERIOR AL EGRESO
AB	CAUSAS DE ABANDONO
SCU.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)
SG.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)
PM.IN	SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES
PM.OUT	SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES
PE.AG	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS
PE.T	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO
PE.E	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES
S.TFG	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL TRABAJO FIN DE GRADO
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (CÓD. 2160)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Vicerrectorado de Calidad en colaboración con el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2018 / 2019 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información y que se relacionan a continuación:

- Encuesta de Nuevos Alumnos. Grados Presenciales
- Encuesta de Valoración Docente. Grados Presenciales
- Encuesta de Satisfacción de los Estudiantes con el Grado (Presencial)
- Encuesta de Inserción Laboral. Grados
- Encuesta de Trayectoria Profesional. Grados
- Encuesta de Causas de Abandono. Grados
- Encuesta de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)
- Encuesta de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad (Grados Presenciales)
- Encuesta de Satisfacción con el Programa de Movilidad. Alumnos Entrantes
- Encuesta de Satisfacción con el Programa de Movilidad. Alumnos Salientes
- Encuesta de Satisfacción del Estudiante de Grado en Prácticas para la Evaluación de las Prácticas Externas
- Encuesta de Satisfacción del Tutor Externo para la Evaluación de las Prácticas Externas de Grado
- Encuesta de Satisfacción de los Empleadores para la Evaluación de las Prácticas Externas de Grado
- Encuesta de Satisfacción de los Estudiantes con el Trabajo Fin de Grado
- Encuesta de Satisfacción del Personal de Administración y Servicios con la Universidad

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2160)

NA NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de nuevo ingreso en la URJC en el curso académico 2018/19 matriculados en el DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA)	
Tamaño Población objetivo	18 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	66,7%	
Cuestionario	Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Julio 2018 - Enero 2019	
RESULTADOS		
NA.1 Perfil socioeconómico		
NA.1 - 1	Edad media de acceso a la Universidad (años)	18,00
NA.1 - 2	Porcentaje de hombres	8,3%
NA.1 - 3	Porcentaje de mujeres	91,7%
NA.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	100,0%
NA.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	0,0%
NA.1 - 6	Porcentaje de alumnos que han solicitado becas	83,3%
NA.2 Satisfacción con el proceso de matriculación		
NA.2 - 1	Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información	3,50
NA.2 - 2	Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones	3,42
NA.2 - 3	Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta	3,08
NA.2 - 4	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,92
NA.2 - 5	Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación	3,50
NA.3 Valoración de la URJC (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)		
NA.3 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,09
NA.3 - 2	Porcentaje de alumnos que han asistido a las Jornadas de acogida	45,5%
NA.3 - 3	Valoración de la utilidad de las Jornadas de acogida (valoración de 1=utilidad muy baja o nula a 5=utilidad muy alta)	2,40

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2160)

NA	NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)	
NA.4	Motivación	
NA.4 - 1	Porcentaje de alumnos que habrían escogido la titulación si no hubiesen existido restricciones de acceso	100,0%

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2160)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2018/19 en asignaturas del DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) siempre que dicha titulación esté desplegada con al menos cinco grupos propios de docencia
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Ordenación Académica y Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin asignaturas con grupos propios de docencia. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Diciembre 2018-Enero 2019 (primer semestre) / Mayo-Junio 2019 (segundo semestre)
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)
VD.G.1 Resultados de la valoración docente	
VD.G.1 - 1	Se explica la guía docente
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje
VD.G.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor
VD.G.2 Resultados globales de la valoración docente	
VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso
VD.G.2 - 5	Resultados de la valoración docente de quinto curso
VD.G.2 - 6	Resultados de la valoración docente de sexto curso
VD.G.2 - 7	Resultados de la valoración docente de la Titulación

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2160)

VD.G	VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)
VD.G.4	Porcentaje de profesores con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 1	Porcentaje de profesores de primer curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 5	Porcentaje de profesores de quinto curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 6	Porcentaje de profesores de sexto curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 7	Porcentaje de profesores de la Titulación con valoración $\geq 3,5$

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2160)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que durante el curso académico 2018/19 continúan los estudios de DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) que iniciaron en el curso 2016/17	
Tamaño Población objetivo	25 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	60,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Marzo- Junio 2019	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.A.1 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.A.1 - 1	Grado de satisfacción con la estructura del Plan de Estudios	2,07
SG.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	3,80
SG.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo	3,53
SG.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas	2,27
SG.A.1 - 5	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	2,67
SG.A.2 Satisfacción con los servicios disponibles		
SG.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus	3,27
SG.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,07
SG.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles	3,17

DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2160)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
SG.A.3 Satisfacción con los espacios de docencia y estudio		
SG.A.3 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas	3,67
SG.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas	3,73
SG.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática	3,50
SG.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática	3,07
SG.A.3 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios	3,22
SG.A.3 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios	3,56
SG.A.3 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca	4,53
SG.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos	4,31
SG.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio	3,70
SG.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos		
SG.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,87
SG.A.5 Satisfacción con Aula Virtual		
SG.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	3,87
SG.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,87
SG.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica	4,00
SG.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Aula Virtual	3,91
SG.A.6 Satisfacción con la información disponible en la web de la Universidad		
SG.A.6 - 1	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Plan de Estudios	3,79
SG.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Grado	3,53
SG.A.6 - 3	Grado de satisfacción con la información disponible sobre becas y ayudas	3,36
SG.A.6 - 4	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad	3,56
SG.A.7 Satisfacción con los procedimientos administrativos		
SG.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación	4,13
SG.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	3,18
SG.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	3,66
SG.A.8 Satisfacción con la atención recibida		
SG.A.8 - 1	Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por el coordinador de la Titulación	3,29

