



**Autoinforme de seguimiento curso 2023/24
(Convocatoria 2025)**

GRADO EN: PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Elaborado:	Aprobado:
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de centro
Fecha:25/03/2025	Fecha:25/03/2025

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Universidad	Universidad de Cádiz	
ID Ministerio	2501754	
Denominación del título	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas	
Curso académico de implantación	2010-2011	
Web de la titulación	https://ccsociales.uca.es/grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas/	
Oferta de título doble	SÍ	Grado en Publicidad y RR.PP y Turismo. Grado en Publicidad y RR.PP y Marketing e Investigación de Mercados (Ambos en la facultad de ciencias sociales y de la comunicación).
	NO	
En su caso, especificar la/las titulación/es y el/los centro/s	-	
En caso de ser un título conjunto, especificar las universidades donde se imparte.	-	
Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial-híbrida, virtual, a distancia)	Presencial	
En su caso, fecha de la última renovación de la acreditación	2022-2023	
En su caso, créditos prácticos obligatorios.	12	
En su caso, estructuras curriculares específicas.	-	

1) INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE (IPD): WEB

Para garantizar que la información del título y Centro, se encuentra accesible y actualizada, anualmente se revisa en el seno de la Comisión de Garantía de Calidad, conforme al proceso P01 - Difusión de la Información (<https://acortar.link/w5olQ8>), teniendo en cuenta las necesidades detectadas, en su caso, en

los Informes de ACCUA y el informe resultante de la auditoría interna realizada por la Inspección General de Servicio sobre la IPD.

La información pública del **Grado en Publicidad y Relaciones Públicas** se elabora, habitualmente, de acuerdo con los protocolos en vigor de ACCUA.

En dicha web el título publica información completa y actualizada sobre las características del programa y su desarrollo operativo, los resultados alcanzados y la satisfacción de los grupos de interés, así como al Sistema de Garantía de Calidad donde se incluye información sobre los responsables del mismo, los procesos y procedimientos, así como el Plan de Mejora del título. Asimismo, la web da acceso a las diferentes normativas académicas y sistemas de apoyo específicos para el alumnado una vez matriculado y a los documentos oficiales del título (Memoria, Autoinformes, informes ACCUA, etc.)

Los indicadores de satisfacción del estudiantado y profesorado con la IPD forman parte del Sistema de Garantía de Calidad, P01 – Proceso de difusión de la información. Estos indicadores se analizan y son utilizados para la mejora del título a través de este autoinforme, donde se detectan los puntos fuertes, puntos débiles y se diseñan, en este último caso, acciones de mejora. Concretamente, cuenta con información relativa a las características del programa, así como con información relativa al desarrollo operativo del programa. Además, la información aportada en la web del título es clara y fácilmente accesible para el estudiantado y la sociedad en su conjunto.

Es preciso destacar que en los últimos años [la página web](#) ha experimentado un proceso de renovación con el fin de mejorar tanto el aspecto visual como la usabilidad de la misma. En este sentido, la información pública sobre el **Grado en Publicidad** se ha elaborado tratando de satisfacer las demandas de información de los diferentes grupos de interés, pero, a la vez, intentando que sea comprensible y de fácil acceso para el alumno. Así, se pueden encontrar, las fichas de las asignaturas (<http://asignaturas.uca.es/>) que contienen el programa docente de cada una de ellas. En ellas constan su estructura, los requisitos previos y recomendaciones, la relación de competencias y resultados del aprendizaje, las actividades formativas, el sistema de evaluación, la descripción de los contenidos y la bibliografía. Se elaboran antes de cada curso académico por los profesores, son visadas por el coordinador del título y, finalmente, confirmadas por los directores de departamento después de su aprobación en los consejos de departamento.

En cuanto a la organización temporal del grado, se encuentra información específica acerca del calendario académico donde se reflejan los periodos lectivos y no lectivos, los festivos, convocatorias de exámenes y días inhábiles. Asimismo, se puede encontrar el horario de clase el cual puede consultarse de manera global con las asignaturas de todos los cursos, o bien de manera detallada por día, asignatura y curso.

Se incluye información útil para el alumnado relativa a la movilidad, las prácticas de empresa y la normativa y gestiones relacionadas con el Trabajo Fin de Grado. Sobre este último se destaca información sobre la normativa específica, la composición de la Comisión de Trabajo Fin de Grado, las propuestas de trabajos, la asignación de trabajos y adjudicación de tutores, la composición de las comisiones evaluadoras, los criterios de evaluación y las fechas de defensa.

La difusión de esta información se complementa con la elaboración de trípticos y dípticos en los que se resume la información más relevante del grado y que han tenido una amplia difusión en los grupos de interés a través de charlas informativas a institutos de la provincia y Jornadas de Orientación Universitaria, así como con la publicación de información digital a través de redes sociales. En este sentido, el grado

contempla una cuenta oficial de Instagram (@publirrppuca - <https://www.instagram.com/publirrppuca/>) y una página de Facebook (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas - Universidad de Cádiz - <https://www.facebook.com/PubliUCA>).

Los indicadores de satisfacción del estudiantado y profesorado con la IPD forman parte del Sistema de Garantía de Calidad, P01 – Proceso de difusión de la información. Estos indicadores se analizan y son utilizados para la mejora del título a través de este autoinforme, donde se detectan los puntos fuertes, puntos débiles y se diseñan, en este último caso, acciones de mejora.

Atendiendo al ANEXO I y teniendo en cuenta el dato más actualizado disponible (2023/2024), esta información se ha evaluado de manera positiva ya que tanto el profesorado (4,29), como el alumnado (3,43) considera que la información recibida a través de los distintos canales de difusión ha sido adecuada y se encuentran ambos perfiles satisfechos con la información pública disponible.

Puntos Fuertes:

- 2023-24: La satisfacción de estudiantes y PDI sigue manteniéndose estable y en niveles positivos.
- 2023-23: La web del título ha sido recientemente actualizada y rediseñada y cuenta con toda la información necesaria respecto a: características del grado, organización académica, medios materiales disponibles, asignaturas (metodologías, competencias, evaluación), desarrollo de las prácticas externas, TFG, movilidad.
- 2023-24: La web está bien organizada y es fácil encontrar la información y esta es clara.

2) SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz aprobó el 28 de junio de 2021 la versión 3 del Sistema de Garantía de Calidad de los Centros y Títulos de la UCA, entrando en vigor el 1 de octubre del mismo año. Dicha versión ha sido revisada y actualizada, tras su primer año de implantación, obteniendo el visto bueno del Consejo de Calidad de la UCA el 23 de noviembre de 2022 y aprobada por Consejo de Gobierno en enero de 2023.

Este Sistema se compone de:

- Manual de Calidad
- 8 Procesos
- Protocolos/procedimientos propios de cada Centro.

En el Manual de Calidad se identifican a los responsables dentro del Sistema y se relacionan las funciones que ostentan en el mismo. Los grupos de interés están identificados en el capítulo 3 articulándose su implicación en los propios procesos del Sistema, fundamentalmente a través de las distintas comisiones y órganos de decisión previstos y/o manifestando su opinión a través de los procesos de recogida de información sobre su satisfacción.

Los 8 procesos se estructuran en los siguientes apartados:

- 1) Objeto
- 2) Desarrollo
- 3) Seguimiento y medición (indicadores y evidencias). Las fichas técnicas de los indicadores se ubican en el Anexo II de cada proceso
- 4) Herramientas y formatos: desarrollados en el Anexo 1 de cada proceso
- 5) Cronograma/s: se desarrolla gráficamente el proceso a través de actuaciones con sus responsables, fechas de ejecución y, en su caso, registros o evidencias de las mismas.

En base al P02-Proceso para la revisión de la gestión de la calidad la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación aprobó su Política de Calidad en sesión de Junta de Facultad del pasado 20/04/2022. Dicha Política de Calidad se encuentra alineada con la [Política de Calidad de la UCA](#).

La Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación está compuesta por:

- Equipo decanal (decano, secretaria académica, y vicedecanos).
- Los coordinadores de grado y de máster
- La persona responsable de calidad del centro
- La persona responsable de prácticas
- Alumnado representante de cada grado y máster.
- Un miembro del PTGAS
- Dos profesores con vinculación permanente
- Un profesor sin vinculación permanente
- Dos agentes externos

Esta Comisión cuenta con un Reglamento de funcionamiento que se puede consultar en el siguiente enlace: <https://ccsociales.uca.es/comision-garantia-calidad-reglamento/>

En cuanto a la gestión documental del sistema, éste se articula a través:

- La web del título
- El Sistema de Información de la UCA: informes de indicadores
- Espacio COLABORA del Centro: para toda aquella documentación cuyo contenido, por sus características, no sea posible o conveniente publicarla "en abierto".

Hay que señalar que, dado que la Universidad de Cádiz está en proceso de solicitar en los próximos años la Acreditación Institucional de todos sus Centros y, al mismo tiempo, debe continuar realizando el seguimiento y renovación de la acreditación de sus títulos (con sus nuevos protocolos de 2022), en estos momentos estamos en un período transitorio con respecto a la gestión de la documentación del Sistema, combinado para el repositorio de las evidencias y registros las tres plataformas indicadas.

En el P03-Proceso de diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos se define tanto la sistemática a seguir en el diseño, revisión y mejora del título como para la suspensión o extinción del mismo y se definen los mecanismos de coordinación de los títulos conjuntos o interuniversitarios. Todo ello respetando lo estipulado en el [Reglamento UCA/CG03/2020, de 18 de Febrero, para la Creación, modificación, suspensión, extinción y gestión de títulos oficiales en la Universidad de Cádiz](#)

El título cuenta con un Plan de Mejora actualizado a partir del análisis y revisión de la información recogida a través de los diferentes procesos del SGC, incluidos los procesos de evaluación externa (ACCUA). En cada una de las acciones de mejora se identifican los indicadores que midan las acciones, los responsables, el nivel de prioridad, la consecución y la temporalización.

De hecho, el plan de mejora contempla las recomendaciones de los diferentes procesos de seguimiento tanto internos como externos y sus acciones tienen un seguimiento alcanzando la consecución de los objetivos inicialmente planteados.

La CGC ha elaborado, supervisado y aprobado en su caso, todos los documentos requeridos por el Sistema de Garantía de Calidad; ha propuesto las modificaciones a la memoria inicial verificada, que después de los primeros años de implantación o tras la última renovación de la acreditación, ha creído convenientes para la mejora del propio título; ha hecho el seguimiento de los títulos, revisando, actualizando y mejorando el programa formativo; ha velado por el cumplimiento de los objetivos y ha valorado el grado de satisfacción de los grupos de interés con el título. Prueba de todo ello son los autoinformes anuales de seguimiento, todos ellos realizados en forma y tiempo, y la atención a los informes de seguimiento de la ACCUA. Además, el Centro tiene establecidos unos objetivos de Calidad para el mismo del que se hace un seguimiento a través del cuadro de mando creado con este fin. Estos objetivos junto con otra información de interés son analizados en el Informe Anual de Gestión y Plan de Mejora del Centro del que se hace un seguimiento continuo permitiendo obtener una visión global de los títulos del Centro y es la base para la acreditación del SGC de la Facultad. Toda la información relativa al SGC del Centro y a su seguimiento está publicada en [la web de la Facultad](#). Fruto de las acciones anteriormente señaladas podemos destacar:

- *El plan de promoción de las titulaciones del Centro: En el que se ha dado difusión de los títulos en redes sociales.*
- *La modificación de los planes de estudios para adaptarlos a las demandas de estudiantes y profesionales.*
- *Elaboración de un plan de Orientación profesional de Centro: Para abordar la orientación profesional de manera global y establecer la política a seguir por el Centro en este sentido.*
- *Participación del Centro en el programa SEA- EU para incrementar la internacionalización de los títulos.*
- *Con estas acciones se ha logrado superar algunas debilidades que habían sido detectadas y mejorar los resultados obtenidos para el título, entre otros, el aumento en el grado de satisfacción en algunos de los indicadores, fruto de las acciones de mejora emprendidas para ello, el incremento de profesorado, o los cambios introducidos en la web para atender a las recomendaciones recibidas que han conseguido elevar el grado de satisfacción de alumnado y profesorado. Todo ello ha permitido que el proyecto establecido en la memoria del título se haya cumplido en todos los aspectos académicos, docentes y organizativos de manera satisfactoria, como consta en la información recogida en el portal del título <https://acortar.link/bHZrpN>*

Atendiendo a los informes de seguimiento, se han ido llevando a cabo planes de mejora a través de propuestas materializadas en evidencias que han supuesto una mejora sustancial del título. Se ha mejorado la web del título incorporándose un acceso directo a la titulación y a toda la información pública desde la web de la universidad (<https://bit.ly/3BiBCKW>). Más adelante, en el año 2018 se recomendó incrementar el número de asignaturas del Grado que colaboraban en proyectos de innovación, para lo que se cuadruplicó el número de proyectos de innovación docente que involucraran a más de una asignatura. Para este mismo año, otra de las recomendaciones propuestas pasaba por desarrollar acciones que contribuyeran a mejorar la tasa de graduación del título. En este caso, la titulación, a través de la Facultad y del Vicedecanato de Calidad, ha realizado una serie de acciones que han conducido tanto a tener una visión más clara sobre la medición de la tasa de graduación como a

actuar sobre los problemas detectados. El conjunto de acciones tomadas ha elevado la tasa de graduación y parece que esa tendencia continúa. En cuanto al Sistema Interno Garantía de Calidad, para ese mismo año se recomendaba desarrollar acciones que permitan mejorar el grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente para lo que se continuó con el análisis ya iniciado para profundizar en la detección de las causas de dicho nivel de satisfacción, recabando, mediante entrevistas con los grupos implicados, información de carácter cualitativo. A partir de ahí se procederá a diseñar las acciones oportunas.

Por otro lado, se ha incentivado la participación del alumnado en las convocatorias de movilidad, cuestión que ha ido mejorando a través del aumento de la información a los estudiantes salientes con becas de movilidad, para la mejora de la tasa de rendimiento; se han organizado sesiones de información a los alumnos de segundo curso, para promover la movilidad en tercer curso produciendo un grado de satisfacción muy alto (la tasa de movilidad se ha triplicado y supera a las medias del centro y la UCA. Evidencia URL:<https://ccsociales.uca.es/movilidad/>). Asimismo, se ha canalizado la información sobre los programas de movilidad a través de la Vicedecana de Movilidad de la Facultad (vicedecanato creado en 2018), responsable directa de charlas informativas. Estas charlas son comunicadas a todos los estudiantes a través del sistema de correo electrónico de la Universidad de Cádiz (Tavira), así como de las redes sociales corporativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en Instagram (<https://www.instagram.com/publirppuca/>) y Facebook (<https://www.facebook.com/PubliUCA/>).

Puntos Fuertes:

-2023/24: El centro dispone de un Sistema de Garantía de Calidad consolidado que da cobertura a las necesidades del título.

-2023-24: El SIGC está implantado a nivel de Universidad para todos los centros y titulaciones. A nivel de centro la gestión del SIGC también es única. Existe una Comisión de Garantía de Calidad a nivel de Facultad que establece los objetivos de calidad y el plan de mejora. Realiza anualmente un informe del centro. La

Fecha del informe ACCUA 05/07/2023	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Renovación de la acreditación 2022-2023	Recomendación nº 1: <i>Se debe publicar la información de las encuestas de satisfacción de los diferentes colectivos.</i> (Criterio 1)	Acción de mejora: Se encuentran publicadas en la web en el siguiente enlace: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/PUB-Resultados-del-t%C3%ADtulo.pdf?u
Renovación de la acreditación 2022-2023	Recomendación nº 2: Se debe aplicar lo contemplado en el SIGC en cuanto a la recogida de la opinión de los empleadores. (Criterio 2)	Acción de mejora: Siguiendo nuestro SGC, P07 Proceso de medición de resultados, mantendremos reuniones cada año con los empleadores para recabar información sobre sus necesidades, expectativas y satisfacción.

Renovación de la acreditación 2022-2023	Recomendación nº 3: Se deben aportar datos de empleabilidad más fiables. (Criterio 7)	Acción de mejora 1: Se enviarán correos electrónicos a los egresados/as previo a la aplicación de las encuestas enviadas por el Servicio de Gestión de la Calidad anualmente animando y fomentando la participación expresando su opinión sobre ítems contemplados en el cuestionario.
Renovación de la acreditación 2022-2023	Recomendación (Criterio 6): Se deben establecer indicadores para analizar el grado de satisfacción del estudiantado por asignatura	Acción de mejora : Elaboración de encuestas y/o focus groups dirigidas al alumnado de cada semestre con alumnado de diferentes asignaturas

(*) Verificación, seguimiento, modificación o renovación acreditación

3) DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

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

El desarrollo del plan de estudios, conforme a la memoria verificada, es adecuado, coherente y no se han producido incidencias significativas, lo que ha permitido una correcta adquisición de las competencias por parte de los estudiantes. Este hecho se ve confirmado por los informes de seguimiento.

El desarrollo del plan de estudios, conforme a la Memoria verificada, es adecuado, coherente y no se han producido incidencias significativas, lo que ha permitido una correcta adquisición de las competencias por parte de los estudiantes. La Comisión de Garantía de Calidad ha revisado anualmente dicho diseño y ha propuesto algunas modificaciones para su mejora.

El 100% de las asignaturas han tenido su Programa Docente validado en el plazo establecido por Planificación Docente en todos los cursos anteriores.

En el desarrollo de las actividades formativas se ha contado con los recursos materiales y los servicios previstos. El grado de satisfacción de estudiantes y profesores respecto a los recursos materiales y las infraestructuras del título es moderadamente bueno.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se ha desarrollado de manera satisfactoria. Las metodologías docentes y los sistemas de evaluación son adecuados para la adquisición y valoración de las competencias del título.

El buen desarrollo del plan de estudios viene a ser confirmado por los [Informes de Seguimiento emitidos por la Agencia Andaluza del Conocimiento](#). Además, se señala que los indicadores básicos (abandono, graduación, eficiencia) presentan unos resultados similares a los previstos en la memoria de verificación y, en general, los indicadores de satisfacción de los distintos grupos de interés son positivos. Asimismo, se destaca la existencia de un plan de mejora del título, evaluado como satisfactorio.

En cuanto a las últimas modificaciones presentadas, el último informe de 25/06/2024 indicaba que se aceptaba la modificación no sustancial del título referida a la adscripción al ámbito de conocimiento de Periodismo, Comunicación, Publicidad y Relaciones Pública para el título.

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

La modalidad de impartición del Grado es presencial coincidiendo con lo previsto en la Memoria.

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

Los procesos de reconocimiento de créditos y convalidaciones se aplican de manera ajustada a [la normativa vigente](#) y toman en consideración de manera adecuada la formación o experiencia previa del/de la solicitante. En este sentido, existen a lo largo del curso cuestiones burocráticas que son atendidas y a las que se les da una respuesta de forma inmediata, como son los reconocimientos de créditos, el buzón de incidencias, reclamaciones y sugerencias, los trámites sobre movilidad de intercambio, etc. Junto con la mejora de los procesos de gestión del Título, ha habido un importante impulso al desarrollo de la Administración Electrónica por parte de la Universidad para atender procesos transversales y comunes UCA. De hecho, se ha realizado un gran avance dado que toda la planificación del curso académico se cierra antes de la matriculación de dicho curso, siendo información pública y disponible para su consulta a través de la página web de la Facultad antes del periodo de matriculación.

Los procesos de gestión de los Trabajos Fin de Grado y Fin de Master son lo suficientemente ágiles y transparentes como para permitir la finalización de la Titulación en los plazos proyectados. Ello incluye aspectos diversos tales como los criterios de selección de los Trabajos Fin de Grado y Fin de Master, listado de la oferta de los Trabajos Fin de Grado y Fin de Master, por parte de los tutores, la asignación de tutores, temáticas de referencia, etc. La normativa en materia de gestión de los Trabajos Fin de Grado y Fin de Master, incluyendo todos los aspectos relevantes de dicho proceso (matriculación, sistemas de adscripción del alumnado a un/a tutor/a, mecanismos de elección de temática, calendario de ejecución de los Trabajos Fin de Grado y Fin de Master, convocatorias de defensa pública, etc.), se encuentra publicada en la web del título.

En la página web del título (<https://n9.cl/yy3jvq>), se publica de forma anual, entre otras, la siguiente información: ● Normativa sobre el TFG tanto de la Universidad de Cádiz como de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

- Los criterios de evaluación y un email de contacto
- El calendario de asignación de los Trabajos Fin de Grado y el calendario de defensa.

En cuanto a la asignación de profesorado, viene regulada por el [reglamento marco UCA/CG07/2012](#) y las normas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación para la organización, realización y evaluación de trabajos de fin de Grado (<https://bit.ly/2NQQvli>).

El tutor académico es designado por la Comisión de los Trabajos de Fin de Grado de entre los profesores pertenecientes a los departamentos con docencia en el plan de estudios del título, atendiendo, en la medida de lo posible, a las preferencias expresadas por el profesor que solicite el ejercicio de la tutela y en su caso a las del alumno que así lo solicite con refrendo del profesor. En cualquier caso, la Comisión procura asumir las propuestas de designación comunicadas por los departamentos a los que pertenecen los citados profesores. Debido al carácter multidisciplinar del grado, el TFG puede ser dirigido por un profesor perteneciente a un departamento con docencia en el plan de estudios del título.

El proceso de elección de TFG se divide en dos fases. En una primera fase, llamada de asignación directa, los alumnos deciden la temática de su TFG y ellos mismos lo proponen a un profesor con conocimientos acordes a la temática y el profesor tiene que aceptar la propuesta a través del Campus Virtual. Para el resto de los alumnos, siguiendo un criterio de proporcionalidad a los créditos asignados en el plan de estudios del título, los departamentos con carga docente en cada título Dirección de Evaluación y Acreditación Autoinforme Global de

Renovación de la Acreditación del Grado en Publicidad y RR.PP. presentarán los temas o líneas temáticas cuya dirección propongan, así como los profesores encargados de su dirección y el número de trabajos a tutelar por cada uno de ellos.

La Comisión de los TFG aprobará y hará público, mediante la publicación en el Campus Virtual de la asignatura, el listado con los temas ofertados, para que los estudiantes manifiesten su preferencia para realizar el trabajo de fin de grado. El reglamento marco también contempla propuestas de trabajos con perfil profesional que podrán formularlas otros expertos y profesionales externos vinculados con la titulación. En este supuesto, en que el trabajo se realice en el marco de un convenio de colaboración para la realización de prácticas externas con una empresa o cualquier otra institución, pública o privada, será necesaria la designación de dos tutores, debiendo pertenecer uno de ellos a la empresa o a las instituciones indicadas.

En todos los casos, el procedimiento que se sigue es que dicha Comisión hace pública en la página web del título la adjudicación provisional del tutor y del TFG/TFM a cada estudiante del Grado, posteriormente se abre un plazo de tres semanas para la presentación de reclamaciones o peticiones de subsanación y posteriormente se publica la adjudicación definitiva.

Desde el curso 22-23, se ha creado una plataforma para gestionar los TFG (<https://n9.cl/pgr59>), a la que tienen acceso tanto los alumnos matriculados como los tutores.

Inicio Profesor

Convocatoria TFG - Curso 2023/2024

Convocatoria Curso 2023/2024

Grado en Gestión y Administración Pública. Grado en Turismo. Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo. Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Publicidad. Doble Grado en Publicidad y turismo

#	Diciembre	Febrero	Junio	Septiembre
Entrega del TFG al tutor	Hasta el 15 de noviembre de 2023	Hasta el 11 de enero de 2024	Hasta el 24 de mayo de 2024	Hasta el 29 de julio de 2024
Subida del TFG en fichero PDF a la plataforma	Hasta el 1 de diciembre de 2023	Hasta el 27 de enero de 2024	Hasta el 9 de junio de 2024	Hasta el 3 de septiembre de 2024
Designación de la composición de los tribunales TFG y de los alumnos a evaluar.	Hasta el 6 de diciembre de 2023	Hasta el 1 de febrero de 2024	Hasta el 14 de junio de 2024	Hasta el 8 de septiembre de 2024

<https://sherryccssoales.uca.es/TFG/admin?crudAction=index&crudController=Fqcn=App%5CCController%5CAAdmin%5CProfesoradoPetitionTfgCrudController&entityFqcn=App%5CEntity%5CPetitionTFG&filters%5BannoAcademico...>

Imagen 1. Página de inicio plataforma TFG

En cuanto a las normas de permanencia, la normativa se encuentra publicada en la web <https://acortar.link/PfmkZP>. Entre otras cuestiones, la normativa establece que el alumnado en los estudios de Grado en la UCA será de un máximo de 10 años para estudiantes en titulaciones de menos de 300 créditos, de 11 años en titulaciones de entre 300 y 330 créditos y de 12 años para titulaciones de más de 330 créditos. A efectos del cómputo de los años de permanencia, solo se considerarán las matrículas efectivas, no siendo contabilizadas las matrículas que se hayan anulado. En el caso de que el estudiantado supere el número máximo de años de permanencia, si desea continuar los estudios iniciados, deberá formular solicitud de permanencia, en la que justifique las circunstancias de su bajo rendimiento, debidamente acreditadas. Se valorará, de forma

objetiva y conforme a los criterios establecidos en [el art. 17 de este Reglamento](#), la posibilidad de continuar o no los estudios en ese Grado.

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

Si atendemos a los indicadores para los títulos de grado de los últimos años, podemos observar que el número de estudiantes de nuevo ingreso se corresponde con lo establecido en la Memoria verificada. El perfil del estudiante de ingreso y los criterios de admisión se ajustan a la tipología de la titulación y no generan disfuncionalidades en el desarrollo de la misma.

El perfil de acceso como las eventuales pruebas de admisión son públicos y adecuados a la tipología de la titulación.

[Los criterios de admisión](#) son coherentes con la tipología de la titulación de referencia y tanto aquellos como el propio perfil de ingreso han de resultar adecuados con la finalidad de garantizar la adquisición de las competencias establecidas por el Título.

En cuanto al perfil promedio del alumnado que se matricula en el grado, destaca un mayor número de alumnado español que accede al grado en Publicidad y RR.PP. a través de las pruebas de acceso a la universidad EVAU y PAU que, por lo general, proviene del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales. Otras vías de acceso comunes son Pruebas de Acceso a la Universidad, Posesión de los títulos de Técnico Superior correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional y Enseñanzas Artísticas o de Técnico Deportivo Superior correspondientes a las enseñanzas Deportivas, o títulos equivalentes. En menor medida, se encuentran aquellos que acceden a través de pruebas de acceso de Mayores de 25. En este sentido, destaca aquel alumnado que alega títulos de Técnico Superior de Formación Profesional o títulos equivalentes.

En una comparativa de estos datos en relación el promedio del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de las universidades españolas puede observarse que se mantiene en muy cercana al promedio de los grados de Publicidad y RRPP impartidos por universidades públicas.

Los tamaños de los grupos son adecuados para la consecución de los objetivos de aprendizaje y la consecución de las competencias previstas en la Memoria verificada.

Como se puede comprobar en el Anexo I, la tasa de adecuación (ISGC-P04-16), ocupación (ISGC-P04-17) y preferencia (ISGC-P04-18) del título son indicadores que han fluctuado durante el último curso académico, pero son datos positivos. La tasa de adecuación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción) se ha mantenido con un ligero cambio con respecto al curso pasado (41,98% a 49,37% en el actual), la tasa de preferencia del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas se sigue manteniendo por encima del 100% y la tasa de ocupación (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta) está en el 105,33%.

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

La coordinación docente es imprescindible para garantizar el correcto desarrollo del Plan de Estudios, así como para asegurar que las tareas que el alumnado debe realizar se corresponden con el número de horas de trabajo que debe invertir, evitándose así una sobrecarga de trabajo. Esta coordinación se lleva a cabo, en primer lugar, por los Departamentos, mediante la supervisión de las actividades formativas de las distintas asignaturas de las que son responsables. En segundo lugar, por el Coordinador del Grado, quien realiza la coordinación vertical y horizontal del título y revisa las guías docentes para evitar solapamientos y/o sobrecarga de trabajo para el

alumnado. En tercer lugar, por la Comisión de Garantía de Calidad y el Vicedecanato de Calidad y Planificación como responsables del seguimiento, la revisión y la toma de decisiones de mejora del plan de estudios.

La coordinación se realiza a través de reuniones con el profesorado y el alumnado de cada curso. Habitualmente tienen lugar antes del comienzo de cada cuatrimestre, pero el calendario se adapta a las necesidades de cada momento. En estas reuniones, aparte de explicar la planificación futura y analizar los resultados pasados, se escuchan las sugerencias, solicitudes, quejas, etc. del PDI y del alumnado.

- Coordinación horizontal entre los coordinadores de Grado de los diferentes grados de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, bajo la dirección del Decano, el Vicedecano de Ordenación Académica y/o la Vicedecana de Calidad, al objeto de tratar el día a día de los títulos y poner en común las actuaciones que se llevan a cabo.
- El Coordinador de asignatura, que se ocupa de mantener una coordinación permanente entre los distintos profesores que imparten una misma asignatura sobre el desarrollo de las actividades formativas y los objetivos alcanzados.
- La Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación como responsable del seguimiento, revisión y la toma de decisiones de mejora del plan de estudios.
- La Junta de Facultad de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, que conoce y ratifica las actuaciones de los Coordinadores y las decisiones de la Comisión de Garantía de Calidad.

Por último, hay que mencionar que las incidencias docentes que pudieran derivar en bajas temporales o definitivas son cubiertas por los departamentos pertinentes, que solicitarían al Vicerrectorado pertinente la cobertura de estas bajas y, en cualquier caso, se ocuparían de velar por que estas incidencias no afecten al alumnado, dando cobertura provisional a la docencia con la plantilla de la que en ese momento disponga el Departamento.

De manera explícita, los indicadores señalan que el grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente es positivo como puede apreciarse en el Anexo I de este documento.

Por último, añadir que los datos de los indicadores del grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente, acompañan estas observaciones ya que se da una evolución positiva en los últimos años pasando de una cifra de 3,19 (2022) a una del 3,21 (2023).

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

En el caso del Grado en Publicidad y RR.PP., encontramos que el centro ofrece las dobles titulaciones de Publicidad y RR.PP. y Turismo y Publicidad y RR.PP. y Marketing e Investigación de mercados. En este caso, la normativa específica aprobada por la Universidad que regula las dobles titulaciones es el [Reglamento UCA/CG03/2020](#), de 18 de febrero, para la creación, modificación, suspensión, extinción y gestión de títulos oficiales en la Universidad de Cádiz, que dedica su Título III a la PROPUESTA, APROBACIÓN Y MODIFICACIÓN DE MEMORIAS PARA LA COMPATIBILIZACIÓN DE PLANES DE ESTUDIO PARA LA OBTENCIÓN DE DOS TÍTULOS DE GRADO.

Las asignaturas e itinerario curricular del doble grado en Publicidad y RR.PP. y Turismo se pueden consultar en el siguiente enlace: <https://ccsociales.uca.es/pub-tur-itinerario-curricular-2021/>. Para consultar las fichas de las asignaturas, se dispone del siguiente enlace: <https://asignaturas.uca.es/asig/?curso=2023-24>

Las asignaturas e itinerario curricular del doble grado en Publicidad y RR.PP. y Marketing e Investigación de mercados se pueden consultar en el siguiente enlace:

<https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/PUB-MIM-Itinerario-curricular-2021.pdf?u>. Para consultar las fichas de las asignaturas, se dispone del siguiente enlace: <https://asignaturas.uca.es/asig/?curso=2023-24>

La coordinación docente se lleva a cabo, en primer lugar, por los Departamentos, mediante la supervisión de las actividades formativas de las distintas asignaturas de las que son responsables. En segundo lugar, por el Coordinador del Grado, quien realiza la coordinación vertical y horizontal del título y revisa las guías docentes para evitar solapamientos y/o sobrecarga de trabajo para el alumnado. En tercer lugar, por la Comisión de Garantía de Calidad y el Vicedecanato de Calidad y Planificación como responsables del seguimiento, la revisión y la toma de decisiones de mejora del plan de estudios.

La coordinación se realiza a través de reuniones con el profesorado y el alumnado de cada curso. Habitualmente tienen lugar antes del comienzo de cada cuatrimestre, pero el calendario se adapta a las necesidades de cada momento. En estas reuniones, aparte de explicar la planificación futura y analizar los resultados pasados, se escuchan las sugerencias, solicitudes, quejas, etc. del PDI y del alumnado.

Dobles títulos:

- La normativa específica aprobada por la Universidad que regula las dobles titulaciones es el Reglamento UCA/CG03/2020, de 18 de febrero, para la creación, modificación, suspensión, extinción y gestión de títulos oficiales en la Universidad de Cádiz, que dedica su Título III a la PROPUESTA, APROBACIÓN Y MODIFICACIÓN DE MEMORIAS PARA LA COMPATIBILIZACIÓN DE PLANES DE ESTUDIO PARA LA OBTENCIÓN DE DOS TÍTULOS DE GRADO.
- Las titulaciones que están implicadas y las asignaturas de estas <https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/PUB-MIM-Plan-de-estudios.pdf?u> y <https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/PUB-TUR-Plan-de-estudios.pdf?u>
- Propuesta formativa diseñada que se oferta, acorde con lo propuesto en el art. 24 del RD (22/20219)]

Putos Fuertes:

La información que publica la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<https://ccsociales.uca.es>) es la necesaria para que los grupos de interés puedan llevar a cabo sus actividades académicas, docentes o de investigación con éxito.

El Sistema de Garantía de Calidad se concibe en continua mejora y dispone de instrumentos y plataformas (gestor documental, sistema de información de la UCA, plataforma de gestión de títulos, COLABORA) que facilitan su seguimiento.

En los últimos años la página web ha experimentado un proceso de renovación con el fin de mejorar tanto el aspecto visual como la usabilidad de la misma.

4) PROFESORADO

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

ANEXO II:

- 1) Tabla Personal para impartir el título (último año impartido). Se puede consultar en el siguiente enlace:

<https://ccsociales.uca.es/gpub-tabla-profesorado/>

Como puede observarse en el Anexo II de este documento en la tabla denominada Personal, el personal académico que imparte el grado se corresponde con el previsto en la memoria verificada y con sus modificaciones.

Los méritos docentes e investigadores adquiridos por cada miembro del profesorado son garantía del nivel de calidad y experiencia necesarias para llevar a cabo correctamente la docencia asignada.

Los datos sobre la evolución del personal académico del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas desde su implantación reflejan que los profesores que imparten docencia en la titulación tienen una experiencia contrastada, siendo un profesorado cualificado, con experiencia investigadora y docente y con un perfil adecuado para las materias que imparten. La adecuación de la plantilla queda garantizada por el proceso de selección de personal, que se ajusta a la normativa general aplicable a los empleados públicos y que respeta y mantiene lo previsto en el apartado 6 de la memoria de verificación del título en lo relativo a la adecuación del profesorado para la impartición del título. Además, la Universidad se preocupa de su formación con cursos de adecuación y actualización. El título cuenta con 9 departamentos que imparten docencia en el mismo, si bien un porcentaje elevado de docencia está asignada al Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad, integrada por profesores especialistas en Publicidad y Relaciones Públicas.

Así lo evidencia la categoría del profesorado, cuyo porcentaje de doctores indica que el 100% ha adquirido el título de doctor. En cuanto a la categoría laboral, ha aumentado el número de profesores titulares del área, concretamente 7 en el último año haciendo una suma total de 5 profesores titulares. Entre este profesorado, encontramos que se suman un total de 66 quinquenios y 16 sexenios de investigación lo cual indica la actualización y actividad positiva de los docentes.

En cuanto a las necesidades de la plantilla vienen dispuestas en la Instrucción anual emitida por este Vicerrectorado <http://gabordenacion.uca.es> para elaborar y coordinar los Planes de Ordenación Docente de Centros y Departamentos, cada curso académico. Con carácter general, para el estudio y solución de necesidades sobrevenidas, los Departamentos hacen uso de la aplicación GOA, plataforma del Servicio de Organización Académica y Planificación Plantilla PDI.

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

ANEXO II:

- 1) Tabla Personal para impartir el título (último año impartido). *Se puede consultar en el siguiente enlace:*
- <https://ccsociales.uca.es/gpub-tabla-profesorado/>

Como se observa, la evolución del personal académico del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas desde su implantación reflejan que los profesores que imparten docencia en la titulación tienen una experiencia contrastada, siendo un profesorado cualificado, con experiencia investigadora y docente y con un perfil adecuado para las materias que imparten. La adecuación de la plantilla queda garantizada por el proceso de selección de personal, que se ajusta a la normativa general aplicable a los empleados

públicos y que respeta y mantiene lo previsto en el apartado 6 de la memoria de verificación del título en lo relativo a la adecuación del profesorado para la impartición del título.

La trayectoria del profesorado es positiva ya que han aumentado el número de quinquenios y sexenios concedidos así como de acreditaciones y estabilización de plazas.

Como puede observarse en el Anexo II de este documento en la tabla denominada Tabla Personal, el porcentaje de horas de los docentes es adecuado y el desglose grupal apropiado a cada asignatura. No se produce una excesiva atomización de la docencia que conduce a una dificultad de seguimiento de los contenidos por parte del alumnado. Así mismo, el nº de horas dedicadas a cada una de las asignaturas es acorde con la necesidad de adquirir las destrezas y competencias concretas detalladas en cada materia.

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

La Universidad de Cádiz, a través del Vicerrectorado competente, pone a disposición del profesorado oportunidades y mecanismos para continuar su formación y actualización en herramientas para la mejora de la docencia, investigación y gestión universitaria (<https://udinnovacion.uca.es/>).

Anualmente, tras consulta y petición a los grupos de interés se diseña un catálogo de acciones formativas para el profesorado. (<http://udinnovacion.uca.es>).

Además, existen convocatorias para potenciar la innovación y mejora docente en el marco de las asignaturas con objeto de mejorar continuamente la manera de enseñar y la manera de aprender en la Universidad de Cádiz. Estas convocatorias son las siguientes:

- *Convocatorias de Proyectos de Innovación y Mejora Docente (<http://udinnovacion.uca.es>).*
- *Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Mejora Docente (<http://udinnovacion.uca.es>).*
- *Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Formación del Profesorado (<http://udinnovacion.uca.es>).*
- *Convocatoria de Ayudas para la Difusión de Resultados de Innovación Docente (<http://udinnovacion.uca.es>).*

La formación del profesorado y su participación en proyectos de innovación docente se considera un aspecto clave en el proceso de mejora del título. Desde este enfoque, el seguimiento y evaluación de la actividad docente se articula a través de los siguientes procedimientos del Sistema de Garantía de Calidad:

- *[P05 Proceso de gestión del personal académico](#), éste permite estudiar el rendimiento del título en esta materia, incluyendo la satisfacción del alumnado con la docencia recibida.*
- *[P04 Proceso de gestión de los procesos de enseñanza-aprendizaje](#), en éste se evalúan indicadores de percepción, la coordinación docente.*

Como se observa en el ANEXO I de este documento, los datos reflejan el alto compromiso del profesorado en acciones formativas, para el curso 2023-24 el dato alcanza el 34,15% de participación. De manera similar, el dato acerca de la participación en proyectos de innovación y mejora docente se sitúa para el curso 2032-24 en un 39,02% de participación. Estos datos son avalados por el ISGC-P05-04 grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia en tanto a que puntúan las habilidades del profesorado en un 4,5 sobre 5.

La Universidad de Cádiz, de acuerdo con el artículo 127.1 de los Estatutos que establece que “todo Profesor será objeto de evaluación ordinaria, al menos cada cinco años y cuando así lo solicite expresamente”, a través del Vicerrectorado competente en materia de profesorado, elabora y hace público un informe global de cada convocatoria del procedimiento de evaluación de la actividad docente DOCENTIA, certificado en su diseño por ANECA: (<http://docentia.uca.es/>). En este caso, el porcentaje de participación en el programa es del 12,2% (dato en aumento con respecto al año anterior) y los resultados muy positivos en tanto a que el porcentaje de calificaciones “EXCELENTES” obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente es del 80% (datos disponibles en el ANEXO I).

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

En el entendimiento de que los trabajos de fin de grado deben ser el resultado de un ejercicio integrador de los contenidos formativos recibidos por los alumnos y de las competencias por ellos adquiridas durante el curso del título, corresponde a la Universidad de Cádiz unificar criterios y dictar procedimientos que aseguren una actuación homogénea de sus centros para la planificación y la evaluación de los Trabajos de Fin de Grado. Atendiendo a esta idea, la Universidad de Cádiz formuló el marco normativo genérico regulador a través del Reglamento Marco UCA/CG07/2012, de 13 de Julio de 2012, de Trabajos Fin de Grado de la Universidad de Cádiz (<https://bit.ly/3d1UUwv>) y las modificaciones registradas en el Reglamento UCA/CG07/2014, de 17 de junio (<https://bit.ly/3dWE9Em>).

Posteriormente, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación elaboró unas normas que adaptan este Reglamento Marco (<https://bit.ly/3t1pMbA>) a las particularidades de los títulos de grado y máster que se imparten bajo la responsabilidad del centro. En él se encuentran desarrollados la organización, documentación, procesos de matriculación y otros datos de interés relacionados con la realización del TFG de los títulos del centro.

En la página web del título (<https://bit.ly/38p7c69>), se publica de forma anual, entre otras, la siguiente información:

- Composición Comisión de TFG del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Propuestas de TFG del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ofertados por los Departamentos.
- Instrucciones para la solicitud de asignación de trabajos.
- Criterios de la Comisión de TFG del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para la asignación de los TFG.
- Adjudicación provisional del Tutor y del TFG a cada estudiante del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Presentación de reclamaciones o peticiones.
- Adjudicación definitiva del Tutor y del TFG a cada estudiante del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Acta de la Comisión Evaluadora, Criterios de evaluación y Sorteo para la defensa del Trabajo Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

En general, es la Comisión de Trabajos de Fin de Grado quien, atendiendo al marco normativo citado, propone la asignación del TFG/TFM y del tutor a cada alumno que lo haya solicitado, tratando de atender las preferencias de alumnos y tutores.

La asignación de profesorado viene regulada por el reglamento marco UCA/CG07/2012 y las normas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación para la organización, realización y evaluación de trabajos de fin de máster. El tutor académico es designado por la Comisión de los Trabajos de Fin de Grado de entre los profesores pertenecientes a los departamentos con docencia en el plan de estudios del título, atendiendo, en la

medida de lo posible, a las preferencias expresadas por el profesor que solicite el ejercicio de la tutela y en su caso a las del alumno que así lo solicite con refrendo del profesor. En cualquier caso, la Comisión procura asumir las propuestas de designación comunicadas por los departamentos a los que pertenecen los citados profesores.

El reglamento marco también contempla propuestas de trabajos con perfil profesional que podrán formularlas otros expertos y profesionales externos vinculados con la titulación. En este supuesto, en que el trabajo se realice en el marco de un convenio de colaboración para la realización de prácticas externas con una empresa o cualquier otra institución, pública o privada, será necesaria la designación de dos tutores, debiendo pertenecer uno de ellos a la empresa o a las instituciones indicadas.

En todos los casos, el procedimiento que se sigue es que dicha Comisión hace pública en la página web del título la adjudicación provisional del tutor y del TFG a cada estudiante del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, posteriormente se abre un plazo de tres semanas para la presentación de reclamaciones o peticiones de subsanación y posteriormente se publica la adjudicación definitiva.

A lo largo del tiempo, el Centro ha desarrollado una serie de acciones para la mejora de este proceso en los grupos de interés se ha canalizado a través las siguientes acciones:

- *Adelanto de la información sobre asignación de temas y tutores al curso previo para mejorar el porcentaje de asignación directa, es decir: que el estudiante pueda elegir un tema que sea de su interés y pueda trabajar con el tutor más adecuado gracias al acuerdo mutuo (<https://bit.ly/2GX5q1e>).*
- *Virtualización de todo el procedimiento de TFG por parte de la Facultad: asignación, depósito y evaluación, gracias al desarrollo y adaptación de la plataforma Evalcomix en el curso 2017/2018 y creación de la figura del coordinador de TFG que gestiona de manera unificada todas dudas y problemas asociados al procedimiento de asignación y defensa de los trabajos.*
- *Realización de un proyecto de Innovación y mejora docente para la creación de una guía audiovisual para el desarrollo del TFG: “Cápsulas audiovisuales para la mejora de las habilidades investigadoras por parte del alumnado de cuarto curso de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación” en el curso 2018/2019.*
- *Realización de una actuación avalada desde el centro que consistió en el desarrollo de unas jornadas informativas para el alumnado de tercero y cuarto para la realización del TFG (“Jornadas para la promoción de la calidad de los TFG”) en el curso 18-19 (<https://bit.ly/3crBa6r>) y 19-20 (<https://bit.ly/2XXr0Vu>).*
- *Durante el Estado de Alarma se informó desde la web del Centro, la Coordinación de Grado y la Coordinación de TFG de las adaptaciones del procedimiento de entrega y defensa del TFG de modo no presencial. Esta modificación fue definida y aprobada por la Comisión de Garantía de Calidad del Centro.*

Los datos reflejados en el ANEXO I evidencian que estas acciones no están dando los resultados esperados ya que los indicadores han bajado de 3,45 para el curso 2022-23 a 2,92 para el curso 2023-24 según el indicador ISGC-P04-11. No obstante, ya que la plataforma es relativamente reciente, habría que evaluar la evolución a lo largo de varios cursos para ver si este dato es coyuntural o se mantiene y, llegado el caso, plantear medidas para su mejora.

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

ANEXO III:

- 2) Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas

Tal y como puede observarse en el ANEXO III el profesorado que supervisa las prácticas externas o profesionales posee un perfil adecuado al ejercicio de las mismas y sus tareas están bien definidas en relación a la tutela, supervisión, seguimiento y elaboración de la memoria final.

Las funciones del coordinador académico son:

Velar por el normal desarrollo del Proyecto Formativo

Autorizar modificaciones al Proyecto Formativo

Seguimiento efectivo

Evaluación una vez finalizada

Informar de posibles incidencias

Proponer la rescisión de las prácticas, previa presentación por escrito de una justificación razonada.

(Extracto del Art. 30 Regl. UCA/CG08/2012, DE 13 DE JULIO DE 2012, DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS DE LOS ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ)

Asimismo, el procedimiento para gestionar las prácticas curriculares del centro es llevado a cabo por el coordinador de prácticas que, junto con los coordinadores de grado, velan por la correcta y satisfactoria evolución de las mismas. Cada curso se organizan sesiones informativas de carácter general (no sólo con los alumnos de cuarto sino también con los alumnos de tercero) para que los estudiantes conozcan el funcionamiento de las prácticas y dispongan de toda la información necesaria. Dichas prácticas se gestionan a través de una plataforma dedicada a ello (<https://gades.uca.es/>) y un espacio específico dentro del campus virtual UCA.

Los estudiantes disponen de una amplia oferta de prácticas, para que puedan seleccionarlas según sus preferencias y disponibilidad. A comienzo y a mediados de curso, se abre la oferta para que los estudiantes que lo deseen, puedan hacer la elección de las mismas, existiendo dos turnos de asignación, octubre y febrero. A cada estudiante se le asigna un tutor académico conforme a la normativa de prácticas, que velará por el cumplimiento del proyecto formativo, y un tutor profesional en la empresa de recepción.

Toda la información sobre las prácticas se encuentra en la web del grado <https://ccsociales.uca.es/practicas-en-empresa/>. Las prácticas externas curriculares se desarrollan según lo establecido en la memoria de verificación. La asignatura Prácticas en empresas es una asignatura anual, optativa, situada en el último curso del Grado en Publicidad y RRPP.

4.6 El alumnado está satisfecho con respecto a la actuación docente del profesorado.

El título dispone de indicadores válidos para conocer la satisfacción de los estudiantes con respecto a la actuación docente del profesorado situando el grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia en un 4,5 sobre 5 (ISGC-P05-04) (datos disponibles en el ANEXO I)..

4.7 El profesorado está satisfecho con el desarrollo del programa formativo.

Teniendo en cuenta los indicadores de satisfacción del profesorado con respecto al título, los datos evidencian que los docentes se encuentran satisfechos con un valor de 3,77 sobre 5 en su percepción (datos disponibles en el ANEXO I).

Puntos Fuertes:

Los méritos docentes e investigadores adquiridos por cada miembro del profesorado siguen siendo garantía del nivel de calidad y experiencia necesarias para llevar a cabo correctamente la docencia asignada

-El profesorado que imparte docencia en la titulación tiene una experiencia contrastada, siendo un profesorado cualificado, con experiencia investigadora y docente y con un perfil adecuado para las materias que imparten

-El grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia en un 4,5 sobre 5 (ISGC-P05-04) (datos disponibles en el ANEXO I).

-Teniendo en cuenta los indicadores de satisfacción del profesorado con respecto al título, los datos evidencian que los docentes se encuentran satisfechos con un valor de 3,77 sobre 5 en su percepción (datos disponibles en el ANEXO I)

5) RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA

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

El Campus en el que se encuentra la facultad, cuenta con instalaciones modernas y de reciente construcción, pensadas para la docencia y para hacer la vida universitaria lo más cómoda posible. Todas las asignaturas disponen del Campus Virtual como apoyo a la docencia y se dispone de conexión wifi en todas las aulas.

En cuanto a los servicios del campus, la Biblioteca tiene una colección formada por alrededor de 100.00 ejemplares de monografías en papel, más unos 500 títulos de revistas. Dentro de la amplia colección de recursos electrónicos de la Biblioteca de la Universidad, se encuentran algunos cuya temática es afín a los estudios que se imparten en este Campus, como son Aranzadi/Westlaw, Tirant online, La Ley Digital, Smarteca, Vlex, ClinicalKey, Enferteca, One Business, UNWTO eLibrary, etc. La Biblioteca tiene construida 8.079 m², que se distribuyen en 3 plantas, más un semisótano que alberga la Hemeroteca de la Biblioteca de la UCA. Sus instalaciones cuentan con 3 Salas de Lectura, con un total de 512 puestos, 17 salas de trabajo en grupo e individuales, Espacio de Aprendizaje y Sala de Fondo Antigo donde están depositadas obras publicadas entre los siglos XVI y XX, entre las que se halla la antigua biblioteca de la Escuela Pericial de Empresariales y Comercio, además de los fondos especializados en Derecho Marítimo donados por el profesor Rodríguez Carrión. Los servicios ofertados incluyen desde el préstamo de libros, portátiles y espacios hasta cursos de formación especializados sobre búsquedas bibliográficas por áreas temáticas, apoyo al TFG/TFM o gestores de referencias.

Debe señalarse que la Universidad de Cádiz, y especialmente la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, han sido pioneras en el uso de herramientas de Campus Virtual. En la actualidad, el Vicerrectorado de Digitalización e Infraestructuras, mantiene el Campus Virtual de la UCA, en una plataforma

informática que utiliza la aplicación de software libre Moodle. El Campus Virtual es una herramienta fundamental para el desarrollo de la docencia universitaria, por ello ha de ser modelado de acuerdo con las necesidades de los títulos y de los Centros con agilidad y flexibilidad. La dirección o vicerrectorado responsable del Campus Virtual tiene la misión de desarrollar el Campus Virtual integrando los servicios que le sean demandados por los títulos y Centros que conforman la Universidad. Igualmente, las incidencias que pudieran producirse durante el desarrollo de la actividad académica son resueltas por la dirección o vicerrectorado responsable del Campus Virtual. Dicha plataforma es utilizada por todas las asignaturas del Grado en Publicidad y RR.PP.

Los indicadores de satisfacción del alumnado apoyan estos datos. Tal y como se puede observar en el anexo I, la evaluación que hacen de las infraestructuras es bastante positiva con un dato que alcanza la valoración de 3,84 sobre 5 en el caso del estudiantado y una valoración de 3,89 por parte del profesorado (ISGC-P06-03 y ISGC-P06-04).

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

La Universidad cuenta, con un Servicio de Relaciones Internacionales, integrada en el Área de gestión de alumnado y relaciones internacionales, configurada como una herramienta básica en el objetivo estratégico de la Universidad. Desde este servicio se gestionan los distintos programas de movilidad con universidades y empresas extranjeras destinadas tanto a alumnado como a personal docente e investigador y de administración y servicios, así como los proyectos de cooperación internacional, se organizan actividades de difusión e información y se apoyan las diversas iniciativas de internacionalización en las que participa el conjunto de la Universidad. Más información en: <http://internacional.uca.es/>.

Concretamente, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación cuenta con numerosos convenios firmados con otras universidades, y además lleva a cabo labores de información y asesoramiento tanto a estudiantes Erasmus entrantes como salientes. No en vano, los Coordinadores de Movilidad Nacional e Internacional del Centro llevan a cabo reuniones informativas con los alumnos sobre este tema, previas a la convocatoria de la movilidad. Concretamente los planes de movilidad se encuentran publicados en la web a través del siguiente enlace:

<https://ccsociales.uca.es/plan-de-movilidad-de-la-fcsc/>

En esta web pueden encontrarse los distintos programas de movilidad tales como:

- **Erasmus+ KA131**

Participan universidades que pertenecen al marco de la Unión Europea.

Nuestra Facultad mantiene desde hace años relaciones de intercambio con Universidades de diversos países europeos. Numerosos/as alumnos/as ya han podido completar sus estudios con estancias en el extranjero gracias a los [convenios Erasmus](#).

- **Erasmus+ KA107**

Universidades que no pertenecen al entorno de la Unión europea.

Estas universidades se encuentran en países como: Argelia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Bosnia Herzegovina, Brasil, Federación Rusa, Jordania, Líbano, Marruecos, México, Moldavia y Túnez.

- **Erasmus+Prácticas**

Los/as estudiantes pueden realizar prácticas en cualquier país de Europa. Estas prácticas pueden ser reconocidas como las prácticas curriculares, o como créditos de formación complementaria. En cualquier caso, se pueden incluir en el currículum Europass del estudiante.

Todos nuestros estudiantes podrán participar también en los programas de movilidad internacional promovidos por nuestra universidad: UCA Internacional de Grado y Becas Santander Iberoamérica. Esos destinos se encuentran sobre todo en países del continente americano (Argentina, Brasil, Chile, México Colombia, EEUU, etc.) Nueva Zelanda y Australia.

El alumnado interesado en participar en las convocatorias de Movilidad Internacional habrá de superar una selección en la que se considera tanto el nivel de competencia lingüística del idioma del país por el que se opta, como el currículum académico del/ de la alumno/a y su capacidad de integración.

Las fechas en las que la selección se lleva a cabo se anuncian por TAVIRA y por las distintas redes sociales de nuestros grados.

La información sobre el listado de destinos, procedimientos, convenios y gestión de apoyo de movilidad internacional puede consultarse en el siguiente enlace: <https://internacional.uca.es/mov-saliente/estudiantes/>

En relación a la movilidad nacional, el título participa en el programa de Movilidad SICUE que consiste en un sistema de intercambio de estudiantes entre las universidades españolas, de forma que el alumnado matriculado en nuestra Facultad puede realizar una parte de sus estudios en otra universidad española, con garantías de reconocimiento académico y de aprovechamiento, así como de adecuación a su perfil curricular.

Este sistema tiene en cuenta el valor formativo del intercambio, al hacer posible que el estudiante experimente sistemas docentes distintos, así como los distintos aspectos sociales y culturales de otras Autonomías y ciudades autónomas.

Toda la información sobre movilidad nacional se puede consultar a través del siguiente enlace: <https://ccsociales.uca.es/movilidad/movilidad-nacional-convenios/>

Estas acciones, tienen un resultado positivo ya que la valoración del alumnado que participa en los programas de movilidad es positiva con un 3,5 sobre 5 subiendo de un 3,43 con respecto al año anterior (ISGC-P04-15) (datos disponibles en el ANEXO I).

Código titulación	Titulación	Centro	Total realizado movilidad	Total solicitan movilidad	Total matriculados título	Cred. Matriculados	Cred. Superados
415	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	20	52	480	317.424	310.080
418	GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	3	4	92	15.096	11.832
419	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	25	47	354	243.168	225.216
420	GRADO EN TURISMO	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	16	21	211	161.568	150.960
446	PCEO GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - GRADO EN TURISMO	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	3	11	119	33.456	33.456
447	PCEO GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP. - GRADO EN MARKETING E INV. DE MERCADOS	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	18	28	115	172.992	172.176
448	PCEO GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP. - GRADO EN TURISMO	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	8	12	138	66.096	57.936
TOTAL:			93	175	1.509	1.009.800	961.656

Tabla Movilidad internacional Erasmus curso 22/23

En la siguiente tabla se muestran el número de estudiantes que participaron en los programas de movilidad en durante el curso:

MOVILIDAD	2023-24
ERASMUS	46
SICUE	17
VISITANTES (países fuera de Europa)	19
TOTAL	82

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

Las prácticas curriculares del centro son gestionadas por el coordinador de prácticas que, junto con los coordinadores de grado, velan por la correcta y satisfactoria evolución de las mismas. Cada curso se organizan sesiones informativas de carácter general (no sólo con los alumnos de cuarto sino también con los alumnos de tercero) para que los estudiantes conozcan el funcionamiento de las prácticas y dispongan de toda la información necesaria. Dichas prácticas se gestionan a través de una plataforma dedicada a ello (<https://gades.uca.es/>) y un espacio específico dentro del campus virtual UCA. Los estudiantes disponen de una amplia oferta de prácticas, para que puedan seleccionarlas según sus preferencias y disponibilidad. A comienzo y a mediados de curso, se abre la oferta para que los estudiantes que lo deseen, puedan hacer la elección de las mismas, existiendo dos turnos de asignación, octubre y febrero. A cada estudiante se le asigna un tutor académico conforme a la normativa de prácticas, que velará por el cumplimiento del proyecto formativo, y un tutor profesional en la empresa de recepción. Toda la información sobre las prácticas se encuentra en la web del grado <https://ccsociales.uca.es/practicas-en-empresa/>. Las prácticas externas curriculares se desarrollan según lo establecido en la memoria de verificación. La asignatura Prácticas en empresas es una asignatura anual, optativa, situada en el último curso del Grado en Publicidad y RRPP.

De manera global, la Universidad de Cádiz dispone del Reglamento UCA/CG08/2012 de prácticas externas de los alumnos aprobado por Consejo de Gobierno el día 13 de julio de 2012, modificado el 3 de julio de 2015 BOUCA 190 de 2015, (<https://empleoypracticass.uca.es/normativa-y-documentacion/>). Su Artículo 16º: Tutorías y requisitos para ejercerlas, y los Artículos 29 y 30 sobre derechos y obligaciones del tutor académico, son el marco que regula el perfil de profesorado que supervisa las prácticas externas en base a las áreas específicas en que está especializado dicho profesor/a y la asignación del alumnado por curso académico.

La satisfacción respecto a esta cuestión es notable. Estos resultados se deben a múltiples factores, entre los que destacan la existencia de un Coordinador de Prácticas externas, dedicado casi en exclusiva a la gestión de las prácticas curriculares de los grados del Centro, junto a la acción del Coordinador del título y el profesorado de las prácticas curriculares. El indicador más positivo es el de los tutores profesionales que expresan una satisfacción con el desempeño del alumnado de 4,79 puntos, mientras que la satisfacción de los tutores académicos es de 3,85 y la del alumnado es de 3,55 puntos (datos disponibles en el ANEXO I)., esta valoración se considera positiva, especialmente si se analiza en el contexto de la pandemia. No obstante, para conocer los motivos de estas dos últimas valoraciones se plantea el desarrollo de un estudio cualitativo con estos dos grupos de interés.

La gestión de las prácticas de empresas curriculares de la Universidad de Cádiz está centralizada en una aplicación, de desarrollo propio, a la que tienen acceso por medio de diferentes perfiles: alumnado, tutor profesional y tutor académico.

En cuanto a la realización de prácticas externas no curriculares, éstas se gestionan mediante la plataforma informática ICARO, que es el Portal de Gestión de Prácticas en Empresa y Empleo utilizado por las Universidades Públicas Andaluzas.

Los datos apoyan las estrategias de gestión de las prácticas y avalan su adecuación. El grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes es positivo (4 sobre 5), y el de satisfacción del alumnado también dado que la valoración se encuentra en un 4,88 sobre 5 (datos disponibles en el ANEXO I)..

ANEXO III

- 1) Tabla Información sobre prácticas académicas externas (último curso).
- 2) Tabla. Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas.

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

Los indicadores de satisfacción (Anexo I) evidencian que, el título dispone del personal de apoyo necesario para la realización de las actividades formativas prácticas, tanto en lo que se refiere a número como a su capacitación profesional, así como a para el resto de actividades. En el siguiente enlace se localiza el censo del PTGAS <https://tinyurl.com/wr9sm7mk>

Puntos Fuertes:

- La valoración del alumnado que participa en los programas de movilidad es positiva con un 3,5 sobre 5 (ISGC-P04-15)
- Los tutores profesionales expresan una satisfacción con el desempeño del alumnado de 4,79 puntos
- El grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes es positivo (4 sobre 5), y el de satisfacción del alumnado también dado que la valoración se encuentra en un 4,88 sobre 5
- El título dispone del personal de apoyo necesario para la realización de las actividades formativas prácticas, tanto en lo que se refiere a número como a su capacitación profesional, así como a para el resto de actividades.

6) RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO

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

En el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se llevan a cabo distintas actividades formativas y metodologías docentes orientadas a la consecución de las competencias y objetivos de la titulación. Esta diversidad metodológica contribuye al desarrollo de una docencia bien estructurada y coherente con las competencias que se pretenden alcanzar, todo ello en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior y buscando la participación activa y el trabajo práctico del alumnado de cara a su propio aprendizaje.

La información de las distintas actividades formativas se encuentra disponible en los programas de las asignaturas (fichas 1B): <https://bit.ly/3xZlyCK>. Además de las actividades formativas, en estas fichas se pueden observar aspectos como las competencias a adquirir, los resultados de aprendizaje a alcanzar, el profesorado responsable, la descripción de los contenidos, el sistema de evaluación o la bibliografía recomendada.

Es muy importante destacar que el conjunto de las actividades formativas desarrolladas por las asignaturas que conforman el plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas recopila todas las competencias previstas.

Según lo previsto en la memoria del título, existen cuatro actividades formativas. Hay que destacar, en este sentido, que la docencia se divide entre clases teóricas y prácticas. Las teóricas tienen lugar en grupos con la totalidad de alumnos, y permiten obtener conocimientos relevantes desde un punto de vista teórico o conceptual, así como fundamentar el posterior trabajo práctico. La CB1 es particularmente relevante en este sentido, pues plantea la necesidad de “poseer y comprender conocimientos en un área de estudio”. En cualquier caso, existe una conciencia clara de que es preciso una participación activa del alumno en estas clases teóricas, en tanto que se considera de gran relevancia para el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo (CT2) o el razonamiento crítico (CT16), así como que sea capaz de reunir e interpretar información para emitir juicios sólidos (CB3). En cuanto a las clases prácticas, estas tienen lugar en grupos de desdoble (y, por tanto, de menores dimensiones). Entra aquí la CB2, que consiste en la aplicación de los conocimientos al trabajo profesional, la CG17, que plantea explícitamente la necesidad de aplicar de manera práctica las competencias del Grado, así como numerosas competencias transversales, como la capacidad de análisis y síntesis (CT3), la capacidad de organización y planificación (CT4), la creatividad (CT11), la resolución de problemas (CT18) o el trabajo en equipo en diferentes dimensiones (CT21 y CT22). Las clases prácticas engloban muy diversas actividades, que se pueden observar más claramente a través de las metodologías docentes.

Es importante destacar la retroalimentación entre las clases teóricas y prácticas. Este objetivo se puede observar nítidamente en la memoria del título, en la medida en que la gran mayoría de competencias generales se basan en la fórmula “Conocer y aplicar” o derivadas (CG1-CG9, CG11-15), esto es, generar un sustrato conceptual en los alumnos para que, posteriormente, sean capaces de aplicarlos a la práctica.

En la memoria del título, se plantean 12 tipos de metodologías docentes. La clase magistral es una metodología considerada, pero tan solo una más entre muchas posibles, la mayoría de las cuales tiene una fuerte dimensión práctica y activa para el alumno, en la línea de lo expuesto líneas atrás.

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

La memoria del título plantea tres sistemas de evaluación. Como en el caso de las actividades formativas, la información está disponible en los programas de las asignaturas (fichas 1B) para todos los agentes implicados. La ficha de cada asignatura en la memoria del título considera una ponderación máxima y mínima para cada uno de los tres sistemas, contando con un mínimo de un 10% en todos los casos. De este modo, se garantiza que se emplearán los tres mecanismos en todos los casos, con diferente peso de cada uno de ellos en función de las características de la asignatura. Así, hay asignaturas en las que el elemento con mayor peso en la evaluación es el primero (examen), mientras que en otras, serán los trabajos prácticos llevados a cabo los que tendrán el peso principal.

El Trabajo Fin de Grado (TFG) consiste en un trabajo individual del estudiante para la elaboración de un proyecto, un análisis, una memoria o un estudio original, que le permite mostrar de forma integrada los contenidos formativos recibidos, las capacidades, las habilidades y las competencias adquiridas durante la realización de los estudios del título. El TFG debe estar en consonancia con un nivel de exigencia adecuado en cuanto a la profundidad, extensión y novedad del tema abordado en el mismo. Su contenido y extensión está, además, relacionado con los créditos que le asigna el plan de estudios. Su mecanismo de evaluación es diferente al del resto de asignaturas, ya que no es evaluado únicamente por el profesor que tutoriza el proceso de aprendizaje, sino que interviene también una comisión evaluadora de carácter multidisciplinar. En concreto, el tutor del trabajo califica el proceso de trabajo y su plasmación en un documento escrito (70% de la calificación final) y la comisión evaluadora valora la presentación pública (30%). Las pautas concretas de realización y evaluación se encuentran en un documento aprobado por la Junta de Facultad es accesible en la web del Centro: <https://bit.ly/3u0x2VK>. Además, el reglamento implica dos rúbricas. La primera, para el tutor, se divide en tres bloques: cumplimiento del alumno (15% / capacidad de organización y planificación); contenido del TFG (65% / capacidad de análisis y síntesis, capacidad de tratamiento y gestión de la información, y razonamiento crítico); y calidad de la presentación escrita (20% / comunicación oral y escrita en lengua propia). La segunda, para la comisión evaluadora, cuenta con 5 bloques: aspectos formales (10%), presentación oral (30%), uso del lenguaje (20%), recursos (10%), respuesta a las preguntas de la comisión (30%). Se puede acceder a las rúbricas a través de la web del Centro: <https://bit.ly/3ylFilH>.

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

En cuanto a los resultados de los indicadores académicos, la tasa de rendimiento (ISGC-P04-01) y la tasa de éxito (ISGC-P0402) siguen siendo bastante positivas, 93,2% y 97% respectivamente. La tasa de evaluación

(ISGC-P0403) ha mejorado (96%), al igual que la de eficiencia (ISGC-P04-06), 95,8% que se mantiene estable de manera positiva. Estos indicadores están en el Anexo 1 del presente autoinforme. La tasa de graduación (ISGC-P04-05), esta se encuentra en un 50%. En cuanto a la tasa de abandono (ISGC-P04-04) se encuentra en un 20,5%, un poco alta con respecto a años anteriores. Atendiendo al anexo III de este documento donde se encuentra la información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza, los resultados de los indicadores académicos son coherentes con las previsiones globales realizadas en la Memoria verificada.

ANEXO III:

- [3\) Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza.](#)

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

Según el artículo 2.4 del Reglamento UCA/CG09/2022, de 26 de septiembre, sobre la evaluación de la satisfacción del estudiantado con la docencia recibida, el Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, tiene acceso a todos los informes de resultados del grado de satisfacción con la docencia de todo el profesorado que imparte docencia en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Los informes están publicados en el [Sistema de Información de la UCA](#), siendo todos ellos públicos excepto los informes individualizados del profesorado.

7) ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD

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

En cuanto a la orientación académica, la Universidad de Cádiz cuenta con varios servicios para el estudiantado que trabajan en la orientación y preparación del alumnado.

Por un lado, contamos con el Servicio de Atención Psicológica y Psicopedagógica (SAP): Éste tiene como objetivo atender las necesidades personales y académicas del ALUMNADO asesorándoles en cuestiones que puedan mejorar la calidad de su estancia y el aprendizaje. Cuenta con un equipo de psicólogos y psicopedagogos que ofrecen información y asesoramiento en áreas relacionadas con: Técnicas para mejorar el rendimiento académico; Control de la ansiedad ante los exámenes; Superar el miedo a hablar en público; Entrenamiento en relajación; Habilidades sociales; Estrategias para afrontar problemas; Toma de decisiones y Otros aspectos personales y/o académicos.

Asimismo, el alumnado puede acceder al Programa de Orientación y Apoyo al Estudiante (PROA) que está gestionado a través de P06 Proceso de Gestión de recursos para el aprendizaje y apoyo al estudiante. Se realizan varias actividades como:

- *Sesión de acogida a los alumnos de nuevo ingreso para darles a conocer los recursos y procedimientos existentes en el Campus de Jerez (Secretaría, Biblioteca, Campus Virtual, recursos ofimáticos, Asociaciones de Alumnos, instalaciones deportivas, espacios de ocio, etc.), para, posteriormente, presentarles el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.*
- *Curso de orientación para la utilización eficaz y eficiente de los recursos bibliográficos y telemáticos de la Biblioteca del Campus de Jerez. Actualización diaria de la web de la Facultad, donde se presentan todos los eventos del Centro, así como de los perfiles en redes sociales del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.*
- *Envío de información actualizada de la Facultad a los alumnos a través de listas de correo electrónico (TAVIRA).*

De manera concreta, al inicio del curso se pone en marcha otro servicio que tiene muy buena acogida, el llamado Programa Compañero (desde 2023 llamado Programa Acompáñame). Se trata de un plan de acción tutorial desarrollado por la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación que se denomina "Proyecto Compañero" <https://bit.ly/3Arnhlc>. Este servicio busca ofrecer orientación académica o tutorías personalizadas y se dirige especialmente al alumnado de primer curso. La filosofía del plan es favorecer las tutorías entre iguales, de ahí que cuente con estudiantes de 2º, 3º Y 4º curso de grado quienes, como alumnos Mentores, hacen de guía a los estudiantes universitarios de nuevo ingreso en la titulación. El objetivo principal es fomentar en el alumnado novel mayor independencia y autonomía con respecto a la vida universitaria, así como en sus estudios y aprendizaje.

En cuanto a la orientación profesional, la Universidad de Cádiz cuenta con Programas para mejorar la empleabilidad de los universitarios dentro del mercado laboral, facilitándoles el conocimiento de los recursos de orientación y formación disponibles, así como las opciones más ventajosas para acceder y mantenerse en el empleo en función de sus intereses, demandas y sus perfiles formativos. Entre estos programas cabe destacar:

- *El Plan Integral de Formación para el Empleo (PIFE) proporciona, a través de un itinerario formativo, los recursos necesarios para mejorar la empleabilidad de los alumnos, constituyendo un complemento de las competencias profesionales del estudiante, adquiridas en su titulación y en las prácticas curriculares. El itinerario consta de 25 horas distribuidas en acciones formativas de 20 horas más 5 horas de encuentro empresarial.*
- *Agencia de colocación: Este servicio está basado en un sistema dinámico que promueve de forma ágil y eficiente la vinculación de nuestros alumnos y titulados con las ofertas de empleo generadas por el sector productivo. Se encuentra a disposición de todas las empresas e instituciones que requieran cubrir sus puestos de trabajo de acuerdo a las titulaciones universitarias. Con este servicio, se pretende ofrecer a los universitarios la oportunidad de encontrar un empleo profesional y a las empresas una amplia base de datos de candidatos procedentes de todas las diplomaturas, licenciaturas, grados, másteres y doctorados. Esta función de intermediación laboral consiste en recibir las ofertas de empleo por parte de las empresas y canalizar hacia ella a los candidatos con el perfil más competente, de acuerdo con las especificaciones requeridas.*
- *La Feria de Empleo de la Universidad de Cádiz es un punto de encuentro entre sus estudiantes y egresados interesados en conocer las expectativas que ofrece el mercado laboral e incorporarse al mismo, y las empresas que buscan perfiles para incorporar en sus corporaciones. El objetivo es apoyar la incorporación de los*

alumnos y titulados universitarios al mundo profesional, asesorándoles en el proceso de búsqueda de empleo y facilitando el contacto con las empresas adecuadas a sus perfiles profesionales, convirtiéndose en un punto de encuentro activo entre oferta y demanda cualificada.

- *Plan propio de orientación profesional: El Centro en 2020 diseñó y aprobó su plan de Orientación profesional para establecer las directrices y objetivos del de la Facultad en cuanto a esta materia <https://ccsociales.uca.es/plan-de-orientacion-profesional/>. Dentro del Grado en Publicidad, se han llevado a cabo numerosas conferencias dirigidas a la orientación profesional del alumnado. Merece la pena destacar las llevadas a cabo en colaboración con la escuela de publicidad The Atomic Garden (Tag), en las que el publicitario Rafa Fortis, director de la escuela y director de la agencia Kitchen, ambas en Madrid, ha hablado con nuestros alumnos en seis ocasiones acerca de la profesión publicitaria con especial atención a las competencias necesarias, a la elaboración de un portfolio profesional, y al proceso de búsqueda de empleo. En la misma línea, desde el profesorado de Grado se han desarrollado iniciativas encaminadas acercar al alumnado a la realidad profesional, cuyo principal exponente es el Festival Universitario Publicitario Mad (https://www.instagram.com/mad_festival/, <https://madfestiuca.es/>) organizado íntegramente por estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y que en el curso de este autoinforme celebró su cuarta edición en un formato íntegramente virtual, con el apoyo de la Coordinación de Grado y que esta edición fue dedicada a dar visibilidad y a conocer la problemática profesional que afrontan las mujeres. Asimismo, el decanato de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación colaboró de nuevo como patrocinador en el IV Branding Day organizado por SER Empresarios (Cadena SER), un evento sobre comunicación, marketing y emprendimiento (<https://bit.ly/343MGWf>, <https://bit.ly/3nROWZo>).*

Estas acciones son valoradas de manera positiva por el alumnado que valora las acciones de orientación académica y profesional en un 3,33 tal y como puede observarse en el anexo I (ISGC-P06-01).

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

La tasa de respuesta de la encuesta de satisfacción de los egresados no se ha incrementado. No obstante, desde el centro se está trabajando para poder obtener una muestra mayor y que así las respuestas de los egresados sean más significativas. El índice de inserción profesional en cualquier sector profesional ha ido fluctuando en los últimos años, aunque la tasa de inserción con movilidad geográfica ha sido de un 33,33%, siendo el grado de satisfacción un 2,80 (ISGC-P07-08). No obstante, se destaca la importancia de tener en cuenta para la interpretación de estos datos que el número de encuestados es escaso y que se están desarrollando estrategias para ampliarlo.

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

El perfil de egreso para un grado en Publicidad y Relaciones Públicas incluye una combinación de habilidades, conocimientos y competencias que preparan a los graduados para trabajar en diversos roles dentro de la industria de la comunicación.

El perfil de egreso incluye las siguientes competencias:

Conocimientos en Comunicación: Los graduados deben tener un sólido entendimiento de los principios fundamentales de la comunicación, incluyendo teorías, estrategias y técnicas utilizadas en la publicidad y las relaciones públicas.

Creatividad y Pensamiento Estratégico: Deben ser capaces de generar ideas creativas y desarrollar estrategias efectivas para la promoción de productos, servicios o marcas.

Conocimientos en Medios de Comunicación: Deben estar familiarizados con los diferentes tipos de medios de comunicación, tanto tradicionales (televisión, radio, prensa) como digitales (redes sociales, marketing en línea, SEO), y entender cómo utilizarlos de manera efectiva en campañas de publicidad y relaciones públicas.

Habilidades en Producción de Contenidos: Deben ser capaces de crear y producir contenido relevante y atractivo para diferentes plataformas y audiencias, incluyendo textos, imágenes, videos y otros formatos multimedia.

Gestión de Proyectos: Deben tener habilidades para planificar, organizar y gestionar proyectos de comunicación incluyendo la coordinación de equipos multidisciplinares y el cumplimiento de plazos y presupuestos.

Investigación y Análisis: Deben ser capaces de realizar investigaciones de mercado, análisis de la competencia y evaluación de resultados para tomar decisiones informadas en el desarrollo y la implementación de estrategias de comunicación y marketing.

Habilidades Interpersonales y de Comunicación: Deben tener excelentes habilidades de comunicación verbal y escrita, así como la capacidad de trabajar en equipo y establecer relaciones efectivas con clientes, colegas y otros profesionales del sector.

Ética Profesional: Deben comprender la importancia de la ética en la publicidad y las relaciones públicas, y ser capaces de actuar de manera ética y responsable en todas sus actividades profesionales.

Este perfil de egreso proporciona una base sólida para que los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas puedan desempeñarse con éxito en una variedad de roles dentro de la industria de la comunicación y el marketing, como publicistas, gestores de marcas, especialistas en relaciones públicas, analistas de mercado, creativos publicitarios, entre otros.

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

Siguiendo las últimas recomendaciones de ACCUA, durante este curso académico se debía aplicar lo contemplado en el SIGC en cuanto a la recogida de la opinión de los empleadores, es por ello, que aún estamos a la espera de obtener los resultados de esta encuesta. Es preciso señalar que, para recabar información sobre necesidades o expectativas, así como sobre la satisfacción de los empleadores con las competencias adquiridas por los egresados durante sus estudios, el Centro facilitará la participación de este grupo de interés en las Comisiones que estime conveniente, siendo aconsejable que se produzca ese encuentro una vez al año, dejando constancia del mismo. La información obtenida se utilizará para realizar los correspondientes análisis y valoraciones necesarios para el seguimiento de los títulos y de las estrategias de mejora del Centro.

7.5 Los egresados están satisfechos con la formación recibida.

Los índices de inserción profesional en cualquier sector profesional han fluctuado durante el periodo seleccionado. Para el último curso, este dato desciende en la cohorte 20-21 en relación con el 19-20, pasando del 75% al 33,33%, un valor por debajo de las medias del centro (46,88%) y la UCA (57,01%). Por el contrario, el título ofrece mejores datos que centro y universidad cuando se analiza la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados, alcanzando el 100% en el 20-21 frente al 66,67 del 19-20. Por ello consideramos que este dato supone una mejoría y puede conectarse con los esfuerzos que se vienen realizando para mejorar la orientación profesional del alumnado. En cuanto a la tasa de autoempleo, esta ofrece un valor muy inferior (0) a la que registran el centro y la universidad (6,67% y 4,19%, respectivamente), por lo que cabría plantear alguna acción encaminada a la formación para el autoempleo entre el alumnado del título. No obstante, considerando la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados, esta refleja valores muy positivos que han alcanzado el 100% durante varios años contrastando con los valores del centro.

La tasa de inserción con movilidad geográfica del título ha mantenido valores muy positivos durante los años analizados con la excepción del último curso que ha bajado al 50% —en el 19-20 fue del 83,33 y en los cursos previos del 100%—, de este modo, el indicador del título se acerca a las medias del centro y la universidad (53,33% y 51,31%). Dado el contexto social, se hace difícil interpretar el dato ya que puede ser un efecto de la pandemia y las restricciones a la movilidad e inseguridades asociadas a ella, o puede analizarse como una mejora del tejido empresarial de la provincia en el sector de la publicidad y las relaciones públicas, cuya debilidad explicaba en cursos previos que una parte importante de los estudiantes más capaces y motivados se trasladasen a ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia o Sevilla para buscar sus primeras experiencias profesionales en grandes agencias y consultoras.

En cuanto al grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados, la tasa se ha mantenido estable a lo largo de los años destacando un valor de 3. En cuanto al grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título, que los egresados valoran con un 2,25.

Durante los últimos cursos se viene trabajando con intensidad en la organización de charlas, eventos publicitarios como el MAd Festival (Festival Universitario Publicitario, organizado por el alumnado del Grado), talleres y salidas de campo que permitan al alumnado tener un conocimiento más directo de la práctica profesional y las diferentes opciones profesionales a las que da acceso su formación específica. En este sentido, cabe destacar que desde 2015, 60 estudiantes del Grado acuden al Festival CdeC en San Sebastián, participando la mitad de ellos como colaboradores en la organización del evento bajo la fórmula de prácticas extracurriculares. Asimismo, desde la coordinación se promueve la participación de los estudiantes en las actividades promovidas por la universidad como el Plan PIFE, cursos de emprendimiento y su participación en concursos creados para estudiantes como el Versus del Club de Creativos (la asociación más importante de creativos publicitarios nacional).

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

Los datos reflejan claramente la sostenibilidad del título. En relación con las infraestructuras, el Campus de Jerez cuenta con instalaciones modernas y bien equipadas, que además están involucradas en un proceso de mejora constante. En relación con los resultados de aprendizaje, estos son muy satisfactorios, como elevado es el grado de satisfacción de estudiantes y profesores con el título. Y en relación con el profesorado, si bien es precisa una mayor estabilización de la plantilla, este aspecto se está solventando con la convocatoria de plazas de profesorado más estables y las recientes acreditaciones del profesorado.

El título cuenta con una importante demanda que, además, va en aumento, cubriéndose sistemáticamente todas las plazas ofertadas, hasta el punto de que la nota de corte del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es, con diferencia, la más elevada de todos los grados ofertados por la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. De hecho, si atendemos a la ya analizada tasa de ocupación, supera el número de plazas ofertadas (105,33%) mientras que la tasa de preferencia presenta un valor muy positivo (154,67%) lo que indica que se trata de un Grado que mantiene su demanda entre los estudiantes. Por supuesto, existen variables que deben cuidarse o mejorarse, pero la valoración global es, en este sentido, positiva. El cumplimiento de las competencias de la memoria verificada es total, dado que todas ellas quedan cubiertas por el conjunto de las asignaturas que integran el título. Asimismo, se vienen cumpliendo los objetivos de tasas académicas aportadas en la memoria verificada, tal y como se ha comentado en los puntos anteriores, así como los establecidos en la memoria verificada.

En cuanto a los indicadores de inserción laboral, la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados es del 100% indicado la sostenibilidad del título.

La satisfacción de alumnos y profesores es, como se ha dicho, adecuada. Existen variables que deben cuidarse o mejorarse, pero la valoración global es, en este sentido, positiva.

Se observa, pues, no solo una evidente sostenibilidad del título, sino una proyección que podría traer consigo un crecimiento futuro.

PLAN DE MEJORAS

Recomendación ACCUA o punto débil	Acciones de mejora a desarrollar	Prioridad	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Indicador de seguimiento (en caso)
<p>Recomendación nº 8: Mejorar los indicadores generados y difundidos desde el SGC procedentes de datos de encuesta proporcionando información sobre el tamaño y representatividad de la muestra, así como sondear la opinión del PAS y los empleadores en relación con los aspectos de la titulación en los que están implicados. En particular, es importante recoger la valoración de los empleadores sobre las competencias</p>	<p>Acción de Mejora 1: Aunque el tamaño y representatividad de la muestra no se aporta, puesto que la UCA no emplea una muestra sino que realiza su estudio sociológico a toda la población, sí se proporciona el número total de respuestas, el número de personas encuestadas y el porcentaje de participación (en los resultados de las encuestas en el S.I.: https://sistemadeinformacion.uca.es/pentaho/api/repos/%3APublico%3ACalidad%3AEncTitulo%3Aencue_RSGC_P08_01_D.prpt/viewer)</p> <p>Responsable: Servicio de Gestión de la Calidad de la UCA Fecha inicio: 01/01/2021 Fecha finalización: 31/12/2021</p>	Media	Unidad de Calidad de la Universidad de Cádiz	01/01/2021	31/12/2021	<p>Teniendo en cuenta la información histórica cuantitativa de indicadores del PAS cuanto a su participación grado de participación en las encuestas, ha habido un aumento en el último año: 21/22: 209 respuestas 20/22: 194 respuestas 19/20: 15 respuestas 18/19: 189 respuestas 17/18: 187 respuestas 16/17: 175 respuestas</p>

Recomendación ACCUA o punto débil	Acciones de mejora a desarrollar	Prioridad	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Indicador de seguimiento (en su caso)
efectivamente adquiridas por los estudiantes.	<p>Acción de Mejora 2: Respecto a sondear la opinión del PAS, la UCA ya realiza una encuesta de satisfacción al colectivo PAS en relación con los aspectos de la titulación en los que está implicado (https://sistemadeinformacion.uca.es/pentaho/api/repos/%3APublico%3ACalidad%3AEncTitulo%3Aencue_RSGC_P08_01_D.prpt/viewer)</p> <p>Responsable: Servicio de Gestión de la Calidad de la UCA</p>	Media	Decano. Coordinador de prácticas	Continuo	Continuo	

PLAN DE MEJORAS

	<p>Fecha inicio: 2016</p> <p>Fecha finalización: 2021</p>		2016	2021	
	<p>Acción de Mejora 3: En cuanto a recoger la opinión de los empleadores, se ha elaborado un nuevo Sistema de Garantía de Calidad de los Centros 3.0 (en vigor desde el 01/10/2021), que sustituye al anterior SGC 2.0, en cuyo Procedimiento P07 (https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2021/11/P07-Resultados-noviembre-2021.pdf?u) se incluyen medidas para cumplir con el objetivo señalado: "Para recabar información sobre necesidades o expectativas, así como sobre la satisfacción de los empleadores con las competencias adquiridas por los egresados durante sus estudios, el Centro facilitará la participación de este grupo de interés en las Comisiones que estime conveniente, siendo aconsejable que se produzca ese encuentro una vez al año, dejando constancia del mismo. La información obtenida se utilizará para realizar los correspondientes análisis y valoraciones necesarios para el seguimiento de los títulos y de las estrategias de mejora del Centro.</p> <p>La propuesta es crear una encuesta para empleadores que profundice en cómo valora el colectivo de empleadores las competencias adquiridas por los estudiantes durante su formación y envío de las mismas a las empresas que participan en el programa de prácticas curriculares</p>	Decano. Coordinador de prácticas	Junio 2022	Diciembre 2022	<p>ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas</p> <p>ISGC-P04-13: 18/19:- 19/20:- 20/21:4,79 21/22:3,38 22/23:4,63</p>
<p>Recomendación nº 9: Recomendación 9: Tomar medidas para mejorar distintos</p>	<p>Acción de mejora 1 [satisfacción del profesorado con la estructura del plan de estudios]: En el marco de la actuación avalada "Revisión de los contenidos impartidos en las nuevas asignaturas optativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: control de solapamientos y análisis de las percepciones sobre la coordinación docente", se consultó al PDI del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad sobre su satisfacción con la modificación del plan de estudios del título para incorporar 4 nuevas asignaturas. Se obtuvieron 8 respuestas de un universo muestral de 11 personas. Se plantearon dos ítems:</p>	Coordinador a de Grado	Junio 2020	Junio 2021	<p>Satisfacción del profesorado con la modificación realizada del plan de estudios (nuevas optativas): 4,875, según encuesta</p>

indicadores de satisfacción. En particular, la satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de					propia.
---	--	--	--	--	---------

<p>las prácticas externas, la satisfacción de los estudiantes en los programas de movilidad y la satisfacción del profesorado con la estructura del plan de estudios</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Expresa tu conformidad con la siguiente afirmación: “creo que las nuevas optativas que se han incorporado eran necesarias para el Grado”. Media de las respuestas: 4,875/5. 2. “Creo que la implantación de las nuevas optativas ha sido correcta”. Media de las respuestas: 4,375/5. <p>Evidencias: Memoria de la actuación avalada: https://colabora.uca.es/share/s/5BHh--QOR1KWuWmg8VZTxQ Informe cualitativo: https://bit.ly/3nOYNxc</p> <p>Asimismo, la coordinadora de Grado compartió los resultados de la actuación avalada de esta consulta al PDI, así como las opiniones expresadas por el alumnado, en una reunión de coordinación docente (16/06/2021).</p> <p>Evidencias: Documento resumen resultados: https://colabora.uca.es/share/s/vuFdDvRCR_6_QBoFxUju6g</p> <p>Este curso no se dispone de información sobre el ítem satisfacción del profesorado con la estructura del plan de por parte de la encuesta institucional de Calidad, por lo que no disponemos de datos cuantitativos más allá de nuestro propio estudio.</p>				
	<p>Acción de mejora 2 [satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de las prácticas externas]: Se propone el desarrollo de un estudio cualitativo con estudiantes y PDI que tutoriza prácticas externas para conocer las causas del descenso en los niveles de satisfacción.</p>	<p>Coordinadora de Grado</p>	<p>Febrero 2022</p>	<p>Diciembre 2022</p>	<p>ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas. 18/19:-</p>

					19/20:- 20/21:3,43 21/22:3,43 22/23:3,59
	<p>Acción de mejora 3 [satisfacción de los estudiantes en los programas de movilidad]: Canalizar la información sobre los programas de movilidad a través de la Vicedecana de Movilidad de la Facultad (vicedecanato creado en 2018), responsable directa de charlas informativas. Estas charlas son comunicadas a todos los estudiantes a través del sistema de correo electrónico de la Universidad de Cádiz (Tavira), así como de las redes sociales corporativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en Instagram</p>	<p>Coordinador a de Grado y Responsable de Movilidad</p>	<p>Febrero 2022</p>	<p>Enero 2023</p>	<p>ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto</p>

	<p>(https://www.instagram.com/publirrppuca/) y Facebook (https://www.facebook.com/PubliUCA/).</p> <p>Dado que la situación sanitaria provocada por la Covid19 ha tenido un alto impacto en la movilidad saliente del Grado, se plantea continuar con este enfoque a la espera de poder evaluar sus resultados en el próximo autoinforme, en el que se espera que los indicadores mejoren.</p>				<p>entrantes como salientes.</p> <p>18/19: 3,18 19/20:- 20/21:3,49 21/22:3,47 22/23:3,43</p>
--	--	--	--	--	--

	<p>Acción de mejora 3: Creación y difusión de un calendario de actividades y entregas de trabajos de los Dobles Grados en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados y Publicidad y RRPP y Turismo para su difusión desde el campus virtual de la Coordinación de Grado. Esta iniciativa ya se está desarrollando en el curso 2021-21.</p> <p>Evidencias: https://bit.ly/3Bia1A2</p>	<p>Coordinadora de Grado</p>	<p>Cada semestre desde octubre 2021</p>	<p>Cada semestre</p>	<p>ISGC-P04-10: Grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente. 18/19: 2,69 19/20:- 20/21:3,24 21/22:3,35 22/23:3,19</p>
--	--	------------------------------	---	----------------------	--

<p>Recomendación 11: Se recomienda mejorar la inserción laboral tomando las medidas oportunas de mejora (formación, orientación, etc.)</p>	<p>Acción de mejora 1: Organización de diversas actividades con profesionales del ámbito de la comunicación con el objetivo de acercar a los estudiantes a la realidad profesional. Entre ellas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organización del festival Publicitario MAd, desarrollado por los propios estudiantes del Grado. Este año se realizó la IV edición en una versión de un solo día íntegramente online que se enfocó desde una perspectiva feminista por decisión del alumnado (https://madfestival.es/, https://www.instagram.com/mad_festival/). - Visita anual al Festival del Club de Creativos en San Sebastián. Cada año 20 estudiantes del Grado asisten al festival acompañados de un docente y con la subvención del transporte por parte de Decanato. En el 20-21 la edición se realizó virtualmente debido a las restricciones impuestas por la pandemia. - Participación en diversos concursos nacionales de publicidad y comunicación. - Charlas online con profesionales de la Comunicación. - Difusión del Plan de Orientación y Formación para el Empleo de la Universidad de Cádiz y sus encuentros empresariales. <p>Evidencias: https://bit.ly/3oelsz6</p>	<p>Coordinador a de Grado</p>	<p>Enero 2022</p>	<p>Enero 2023</p>	<p>ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados.</p> <p>16/17:66,67% 17/18:100% 18/19: -% 19/20:-0,00% 20/21:100%</p>
--	---	-------------------------------	-------------------	-------------------	---

<p>Recomendación 4: Acercar al alumnado a un conocimiento profundo y actualizado del sector de actividad y facilitar que puedan ir desarrollando un portfolio profesional de cara al acceso a un primer empleo.</p>	<p>Acción de Mejora 1: Desarrollo de un repositorio online a modo de portfolio de los mejores trabajos realizados por los estudiantes del título para promover su difusión entre empresas, agencias o creativos que busquen profesionales con los que trabajar. De este modo, se fomenta la digitalización de los recursos de la UCA así como el intercambio entre estudiantes ya que la plataforma sería de acceso público y universal.</p> <p>Aunque se continúe trabajando en este aspecto, cabe señalar que el título ofrece mejores datos que centro y universidad cuando se analiza la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados, alcanzando el 100% en el 20-21 frente al 66,67 del 19-20</p> <p>Evidencias: Proyecto de innovación y mejora docente que se está desarrollando en el curso 2021-22 https://bit.ly/3qSEgK3</p>	<p>Coordinador a de Grado</p>	<p>Enero 2022</p>	<p>Enero 2023</p>	<p>ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados.</p> <p>16/17: 66,67%% 17/18: 100% 18/19: -% 19/20:0,00% 20/21:100%</p>
<p>Punto débil nº 1: La tasa de abandono ha subido hasta el 20% en el Grado en Publicidad y RRPP.</p>	<p>Acción de Mejora 1: Realizar un estudio ad hoc para conocer las causas del incremento de esta tasa y, a partir de este diagnóstico, proponer acciones correctoras en su caso.</p>	<p>Coordinador a de Grado</p>	<p>Febrero de 2022</p>	<p>Diciembre de 2022</p>	<p>ISGC-P04-04: Tasa de Abandono</p>

		<i>mejora de los programas formativos</i>		UNIVERSIDAD DE CÁDIZ	18/19: 7,8% 19/20: 9,3% 20/21: 20% 21/22: 10,6% 22/23: 6,8%
<p>Punto débil nº 2: la tasa de autoempleo, esta ofrece un valor muy inferior (0) a la que registran el centro y la universidad (6,67% y 4,19%, respectivamente).</p>	<p>Acción de mejora nº 1: Estudio que permita analizar las causas de la inexistencia de iniciativas de autoempleo entre los egresados del título.</p>	Coordinadora de Grado	Febrero de 2022	Diciembre de 2022	ISGC-P07-07: Tasa de Autoempleo 16/17: 66,67% 17/18: 0% 18/19: 0% 19/20: -% 20/21: 0%
<p>Recomendación (Criterio 6): Se deben establecer indicadores para analizar el grado de satisfacción del estudiantado por asignatura</p>	<p>Acción de mejora: Elaboración de encuestas y/o focus groups dirigidas al alumnado a través de cada semestre con alumnado de diferentes asignaturas</p>	Decano. Coordinadora de grado.			

ANEXO 1:

INFORME DE INDICADORES

1) P01 – Difusión de la información.

INDICADOR (TÍTULO)	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	-	3,46	3,52	3,58	3,43
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	-	4,08	4,04	4,33	4,29
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PAS con la información publicada de el/los Centro/s	-	3,78	3,87	3,3	3,66

2) P04 – Proceso para la Gestión de los Procesos de Enseñanza-Aprendizaje: Indicadores P04 (Rendimiento)

INDICADOR (TÍTULO)	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento	92,2 %	92,6 %	89,4 %	89,3 %	93,2%	
ISGC-P04-02: Tasa de éxito	97,4 %	96,9 %	96,2 %	96%	97%	
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)	94,7 %	95,5 %	92,9 %	93%	96%	
ISGC-P04-04: Tasa de abandono	9,3%	20%	10,6 %	6,8%	20,5%	
ISGC-P04-05: Tasa de graduación	58,7 %	44,7 %	47,1 %	55,7 %	50%	
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia	93,9 %	91,4 %	92,8 %	95,8 %	95,8%	
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios	5,2	5,2	5	4,8	5	
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas	-	1,33	1,27	1,25	1,55	
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	3,53 %	4,79 %	7,8%	6,78 %	7,99%
	Movilidad entrante nacional	1,03 %	0,53 %	1,39 %	2,82 %	2,96%
	Movilidad saliente internacional	3,39 %	1,86 %	8,36 %	7,06 %	4,73%
	Movilidad saliente nacional	2,09 %	0,53 %	2,23 %	2,26 %	3,85%
ISGC- -10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación	-	3,24	3,35	3,19	3,21	

docente					
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM	-	3,27	3,13	3,45	2,92
ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes	-	3,85	3,73	4	4,13
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas	-	4,79	3,38	4,64	4,65
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas	-	3,43	3,43	3,59	3,2
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes	-	3,49	3,47	3,43	3,5

3) P05 – Gestión del Personal Académico: Indicadores P05 (02-07).

INDICADOR (TÍTULO)	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	52,78 %	52,38 %	31,43 %	36,36 %	34,15 %
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	61,11 %	28,57 %	42,86 %	43,18 %	39,02 %
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	4,1	4,3	4,5	4,4	4,5
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	22,22 %	19,05 %	11,43 %	11,43 %	12,2%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	87,5%	100%	100%	100%	80%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	12,5%	-	-	-	20%

4) Gestión de los recursos para el aprendizaje y apoyo al estudiante: Indicadores P04 (Acceso) y P06.

INDICADOR (TÍTULO)	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24
ISGC-P04-16: Tasa de adecuación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción)	64,77%	53,16%	54,93%	41,98%	49,37%
ISGC-P04-17: Tasa de ocupación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta)	110%	105,33 %	94,67%	108%	105,33 %
ISGC-P04-18: Tasa de preferencia del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas)	201,25 %	170,67 %	166,67 %	161,33 %	154,67 %

ISGC-P04-19: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso	23,2%	20,74%	20%	22,88%	23,67%
ISGC-P06-01: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	-	3,28	3,28	3,43	3,33
ISGC-P06-02: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	-	3,16	3,2	3,27	3,2
ISGC-P06-03: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	-	3,47	3,74	3,67	3,84
ISGC-P06-04: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	-	3,92	3,84	4,12	3,89

5) P07 – Resultados: A) Satisfacción con la titulación (01-04).

INDICADOR (TÍTULO)	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	14,58 %	52,39 %	34,72 %	42,94 %	17,16 %
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	70,27 %	57,78 %	60,53 %	45,65 %	53,49 %
ISGC-P07-01_03: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	-	4,17%	7,81%	-	-
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,68	3,92	3,83	4,25	3,95
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	3,64	3,83	3,85	3,77	3,77
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	14,58 %	52,39 %	34,72 %	42,94 %	17,16 %

6) P07 – Resultados: B) Egresados (05-10)

INDICADOR (TÍTULO)	AÑO DE EGRESO				
	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
ISGC-P07-01_03. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	3,23 %	7,69%	17,86 %	-	57,14 %
ISGC-P07-05: Tasa de inserción profesional en cualquier sector profesional	-	100,00	20,00	-	25,00
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados	-	50,00	0,00	-	100,00
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo	-	0	0	-	0
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica	-	0,00	100,00	-	100,00
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados	4,00	4,50	3,00	-	3,00
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título	3	2	2,50	2,50	2,80

NOTA: ISGC-P07-05 al ISGC-P07-10: Encuestas realizadas a los alumnos egresados 2 o 3 cursos antes

7) P07 – Resultados: C) BAU (11-14)

INDICADOR (TÍTULO)	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios		3,58 %	0,48%	0,51%	0,25%
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios		2,86 %	4,31%	-	-
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios		-	-	-	-
ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios		0,24 %	-	-	-

ANEXO 2:

TABLAS PERSONAL ACADÉMICO

1)Tabla Personal para impartir el título (último año impartido).

- *Se puede consultar en el siguiente enlace:*

<https://ccsociales.uca.es/gpub-tabla-profesorado/>

ANEXO 3:
TABLAS PRÁCTICA EXTERNAS

ANEXO III:

1) Tabla Información sobre prácticas académicas externas (último curso).

Nº de créditos de prácticas académicas externas obligatorias:	12
Nº de créditos de prácticas optativas (de especialidad, mención o itinerario):	

Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan en varios idiomas):	42xs
Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan en varios idiomas):	

Convenios (archivo comprimido o descargable con las evidencias)			
Denominación de la entidad	Número de Plazas ofertadas para el título	Convenio (archivo comprimido o descargable con las evidencias) ¹	Nº personas tutoras en la entidad colaboradora diferentes
Agencia de marketing y publicidad	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Agencia de marketing y publicidad	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
ALABRISA eventos S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
ALANDALUS CLUB	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
ALICIA PEREZ FOPIANI - LOVE WEDDING PLANNERS	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
ALSHERRY EXPERIENCES	1	https://acortar.link/OKLs1s	1

¹ Debido al peso de la documentación, se puede acceder a través de [este enlace](#). Y también a través de la siguiente ruta en COLABORA: Documentos

> 2022 IMPLANTA SGC v3.0 - GESTIÓN POR PROCESOS - FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN > 04 PROCESOS ENSEÑANZA-APRENDIZAJE > Grado en Publicidad y Relaciones Públicas > Convenios de Prácticas en Empresas



ALVARO LUQUE LOPEZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
ASIRTEC	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
AYUNTAMIENTO DE CADIZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
AYUNTAMIENTO DE JEREZ DE LA FRONTERA	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
BOOKINGFAX, S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
BOOKINGFAX, S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
BOOKINGFAX, S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Briossos Marketing sl	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
CAMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE JEREZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Carmen Mera Gaona	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Carmen Mera Gaona	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
CENTRO DE FORMACIÓN SOSTENIBLE	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
CLOUD ESTUDIO	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
CONSEJO REGULADOR VINOS Y VINAGRES JEREZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
COW AND CO.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
COW AND CO.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
CRIAFAMA	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
DirectedMetal 3D SL	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
EXPASA AGRICULTURA Y GANADERIA S.A	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
FUNDACION BAHIA DE CADIZ PARA EL DES. ECONOMICO	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
FUNDACION REAL ESCUELA ANDALUZA DEL ARTE EQUESTRE	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
FUNDACION REAL ESCUELA ANDALUZA DEL ARTE EQUESTRE	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
GLOBAL FORMACION JEREZ SL	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
GLOBAL FORMACION JEREZ SL	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Grupoinnovamedia S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1

IKEA IBERICA S.A.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
IMAGINSTORY, S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
INNN 360, S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Javier Sánchez Mato	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
JESUS DE SOBRINO GROSSO	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
JESUS DE SOBRINO GROSSO	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
JV PLANNET MARKETING COMUNI S.L	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
L3G Marketing	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
LA CARBONÁ JEREZANA,S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Ludik Educación y Animación, S.L.U.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
MACHIO ASOCIADOS, S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
Mari Carmen Collantes Garcia	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
MARIA ESPEJO MUÑOZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
N-GROUP COMUNICACIÓN GLOBAL Y EVENTOS SLU	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
NO SOLO UNA IDEA SL	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
PUTERFUL - CERDICORNIO S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
SEMESUR S.A.U	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
SIN LIMITES MARKETING EMPRESARIAL SL	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
SKAL INTERNACIONAL CADIZ - SKAL CLUB DE CADIZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
UNIVERSIDAD DE CADIZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
UNIVERSIDAD DE CADIZ	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
VACAS Y RATONES COMUNICACION Y MARKETING A MEDIDA, S.L.U.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
VACAS Y RATONES COMUNICACION Y MARKETING A MEDIDA, S.L.U.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
VACAS Y RATONES COMUNICACION Y MARKETING A MEDIDA, S.L.U.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1

VACAS Y RATONES Y COMUNICACION Y MARKETING A MEDIDA, S.L.U.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
VEVEL GRAFIC, S.L.	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
We Are You Brand SL	1	https://acortar.link/OKLs1s	1
WISER AGENCY LTD	1	https://acortar.link/OKLs1s	1

2) Tabla. Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas.

- Información sobre las personas que tutorizan las prácticas externas (último curso):

Identificador Tutor/Tutora	Primer apellido del tutor académico	Segundo apellido del tutor académico	Universidad / Entidad	Ámbito de Conocimiento	Dedicación al título (horas)	Categoría profesional
VICTOR	ALVAREZ	RODRIGUEZ	Universidad de Cádiz	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN	Tiempo Completo	Profesor Ayudante Doctor
LUCIA DE LAS NIEVES	CARO	CASTAÑO	Universidad de Cádiz	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN	Tiempo Completo	Profesor Titular
FRANCISCO JAVIER	GODOY	MARTIN	Universidad de Cádiz	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN	Tiempo Completo	Profesor Ayudante Doctor
PALOMA	LOPEZ	ZURITA	Universidad de Cádiz	Departamento Filología Francesa e Inglesa	Tiempo Completo	Profesor Titular
ANTONIO	MACARRO	TOMILLO	Universidad de Cádiz	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN	Tiempo Completo	Profesor Sustituto Interino
SALUSTIANO JUAN	MARTINEZ	FIERRO	Universidad de Cádiz	DEP.ORGANIZACION DE EMPRESAS	Tiempo Completo	Profesor Titular
JOSE MARIA	PABLOS	TEIJEIRO	Universidad de Cádiz	DEP.ORGANIZACION DE EMPRESAS	Tiempo Completo	Profesor Colaborador
ALFONSO MAXIMILIANO	RODRIGUEZ DE AUSTRIA	GIMENEZ DE ARAGON	Universidad de Cádiz	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN	Tiempo Completo	Profesor Sustituto Interino
DAVID	SELVA	RUIZ	Universidad de Cádiz	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN	Tiempo Completo	Profesor Titular
ESTHER	SIMANCAS	GONZALEZ	Universidad de Cádiz	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN	Tiempo Completo	Profesor Titular

MARIA DEL ROSARIO	TORIBIO	MUÑOZ	Universidad de Cádiz	Departamento Economía General	Tiempo Completo	Profesor Titular
-------------------	---------	-------	----------------------	-------------------------------	-----------------	------------------

3) Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza.

Asignatura	% Suspenso	% Aprobados	% Notables	% Sobresalientes	% Matriculas Honor
COMUNICACIÓN, DERECHOS HUMANOS E IGUALDAD	0	37	46	16	0
COMUNICACIÓN DIGITAL	0	10	77	13	0
COMUNICACIÓN INTERNACIONAL E INTERCULTURAL	0	15	83	2	0
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL	3	45	31	20	2
COMUNICACIÓN POLÍTICA	0	16	79	5	0
CREACIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN	0	0	0	0	0
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	0	30	48	20	0
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	5	55	27	7	2
DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD	0	25	47	20	2
DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN	0	35	56	4	3
DISEÑO GRÁFICO, MULTIMEDIA Y DE ESPACIOS COMERCIALES	0	16	73	4	4
DISEÑO Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	1	32	62	4	0
ECONOMÍA	15	49	23	1	1
ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	0	16	57	19	6
ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	0	25	50	25	0
EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD	0	76	21	0	0
EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LAS RR.PP.	0	64	36	0	0
GESTIÓN Y REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES	0	12	72	16	0

		7	48	30	2	2
HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA COMUNICACIÓN						
HERRAMIENTAS MULTIMEDIA Y ANIMACIÓN		0	29	29	24	6
HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL		0	47	48	3	0
IMAGEN CORPORATIVA INSTITUCIONAL		1	3	91	3	0
INGLÉS APLICADO A LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.		5	41	27	9	0
INGLÉS PARA FINES PROFESIONALES		0	58	25	0	0
LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN COMUNICACIÓN		0	8	71	20	0
LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA COMUNICACIÓN		0	11	62	19	5
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EFICAZ		5	49	26	12	2
MARKETING Y GESTIÓN DE CUENTAS		0	53	46	0	0
MEDIOS Y SOPORTES INTERACTIVOS		0	11	63	20	3
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MEDIOS Y AUDIENCIAS		0	38	42	17	3
NUEVAS TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN		0	44	43	8	3
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES		0	71	26	1	0
PRÁCTICAS EN EMPRESAS		0	0	17	67	0
PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES		0	35	59	4	2
PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN		0	51	45	1	1
REDACCIÓN PUBLICITARIA		2	21	58	9	5
SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL I		0	47	48	0	3
SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL II		2	13	59	26	0
SOCIEDAD GLOBAL Y ESTILOS DE VIDA		5	50	20	15	10
SOCIOLOGÍA		4	67	28	0	0
TALLERES DE COMUNICACIÓN E INTELIGENCIA EMOCIONAL		0	52	29	10	3
TALLERES DE DIRECCIÓN DE PROYECTOS DIGITALES EN PUBLICIDAD Y RR.PP		0	19	67	9	3
TÉCNICAS DE PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS Y EVENTOS		0	52	42	4	2

*mejora de los programas
formativos*

TECNOLOGÍA Y PUBLICACIÓN EN INTERNET

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

TEORÍA DE LA IMAGEN

TRABAJO FIN DE GRADO

P03: Proceso del diseño, seguimiento y

mejora de los programas formativos

Totales Plan:

2	39	45
6	49	38
0	12	77
0	6	30
1	34	46

SGC DE LOS CENTROS DE LA

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

7	0
0	0
5	5
25	2
10	1