



Autoinforme para el seguimiento del Título

GRADO EN TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

CURSO 2011-12

Elaborado:	Aprobado:
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de Centro
Fecha: 21-02-2013	Fecha: 21-02-2013

CONTENIDO

1) DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO. INFORMACIÓN RELATIVA A LA PUESTA EN MARCHA DEL TÍTULO	3
2) EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA	6
a. PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LAS ENSEÑANZAS.....	6
b. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE	9
3) GARANTIZAR LA CALIDAD DEL PERSONAL DOCENTE	11
4) GESTIÓN Y CONTROL DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS	13
5) GESTIÓN DE LA MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES	14
6) ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL Y SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA	16
7) EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.....	17
8) GESTIÓN DE INCIDENCIAS, RECLAMACIONES, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES.....	22
9) PRINCIPALES INDICADORES DEL SGC.....	24
10) ACCIONES DE MEJORA LLEVADAS A CABO A PARTIR DEL ANÁLISIS VALORATIVO DEL TÍTULO.....	28
a) Recomendaciones de los Informes de verificación y de seguimiento	28
b) Modificaciones de la Memoria de Verificación	31
11) AUDITORÍA INTERNA DEL SGC (en su caso)	37
12) PLAN DE MEJORA	38

1) DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO. INFORMACIÓN RELATIVA A LA PUESTA EN MARCHA DEL TÍTULO

Nombre de la Titulación:	GRADO EN TURISMO
Centros/Sedes en las que se imparte:	FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN
Fecha de Publicación en BOE:	11 de noviembre de 2010 (Núm. 273, Sec. III, pág. 94.743)
Tipo de Enseñanza:	PRESENCIAL
Web del título:	http://www.uca.es/ccsociales/portal.do?TR=C&IDR=77
Observaciones de la Información Pública:	
<p>En el Informe de Seguimiento emitido por la ACC relativo al curso 2010-11, primer año de implantación del Grado en Turismo, en el apartado correspondiente a la revisión de la página web del título se realizaron las siguientes recomendaciones:</p> <p><i>“La revisión de la página web del título se ha realizado a través del enlace proporcionado por la universidad en la aplicación de seguimiento de la Agencia Andaluza del Conocimiento, dicha revisión se ha realizado durante los meses de junio y julio de 2012. La IPD del título es acorde con la memoria verificada sin embargo se han detectado las siguientes áreas de mejora.</i></p> <p><i>Mejorable</i></p> <p>LA INFORMACIÓN DE LA MEMORIA NO ESTA PUBLICADA EN LA WEB</p> <p><i>Se debe incluir la siguiente información en la Web del título:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores”.</i> <p>Alegaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Una vez terminado el proceso de adaptación de la memoria de verificación a la nueva aplicación de oficialización de títulos del Ministerio se procederá a su inclusión en la página web del título. Se ha incluido en la web de título (www.uca.es/ccsociales/portal.do?TR=C&IDR=77) el Procedimiento de Adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas superiores y, particular, el cuadro de asignaturas que han de cursar los Diplomados en Turismo de la Universidad de Cádiz para obtener el título de Grado en Turismo. 	

Valoración sobre el proceso de Implantación del Título

Durante el segundo curso de implantación del título, no se han producido incidencias dignas de mención en la puesta en marcha del Título de Grado en Turismo, cumpliéndose los plazos y previsiones establecidos en la memoria verificada.

Como hecho destacable, en el curso 2011/12 el centro ofertó la Doble Titulación de Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo y la Doble Titulación de Marketing e Investigación de Mercados y Turismo, de modo que sobre la oferta inicial de 150 plazas de nuevo ingreso previstas en la memoria se reservaron 10 plazas para cada una de las dobles titulaciones citadas quedando completadas en su totalidad.

Responsables de gestionar y coordinar el seguimiento del SGC del título:

Decano/Director del Centro:	PALOMA LÓPEZ ZURITA
Coordinador del Grado:	ANTONIO RAFAEL RAMOS RODRÍGUEZ

Composición de la Comisión de Garantía de Calidad:

Coordinadores de Titulación:

- D^a Rosario Toribio Muñoz (Grado en MIM)
- D. Antonio Rafael Ramos Rodríguez (Grado en Turismo)
- D. Jacinto Porro Gutiérrez (Grado en GAP)
- D. Manuel Fernández Barcell (Grado en Publicidad)
- D. José Antonio López Sánchez (Master en Dirección Turística)
- D. Antonio Rafael Peña Sánchez (Master en Gestión y Administración Pública)

Profesores de las Titulaciones

- D. Jesús Rodríguez Torrejón (Grado en MIM)
- D. Manuel Ceballos Moreno (Grado en GAP)
- D^a Pilar González Rodríguez (Grado en Turismo)
- D. Juan José Mier-Terán Franco (Grado en Publicidad)
- D^a Margarita Ruiz Rodríguez (Master en Dirección Turística)
- D. Gabriel Ruiz Garzón (Master en GAP)

Alumnos

- D. José Modesto López Pérez (Grado en Turismo)
- D. Manuel Jesús Arteaga Rico (Grado en Publicidad)
- D^a. María Álvarez Vega (Grado en GAP)
- D. Adrián Luins Ramírez (Grado en MIM)
- D^a Cristina Plaza Plaza (Master en Dirección Turística)
- D^a. Esmeralda Gil Díaz (Master en GAP)

PAS

- D^a Marina García Rivero

Agentes externos

- D^a M^a José Pacheco Guerrero (Presidenta de la Asociación de la Prensa de Jerez)
- D. Juan Núñez Moreno, director de la Confederación de Empresarios de Cádiz (CEC) en Jerez.

Secretario/a

- D^a Rosario Díaz Ortega

Especificar las reuniones realizadas:

Durante el curso 2011-12 la Comisión de Garantía de Calidad se ha reunido en las siguientes fechas:

- 30/09/2011
- 02/12/2011
- 12/01/2012

24/02/2012
29/02/2012
26/03/2012
04/06/2012

Valoración del funcionamiento y puesta en marcha del SGC en el título:

Durante el curso 2011/12, segundo año de implantación del nuevo Grado en Turismo, se ha continuado con la puesta en marcha el SGIC del Título, incorporando los documentos al Gestor Documental del SGIC en tiempo y forma. Además, durante este curso se ha aprobado un Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Garantía de Calidad que contiene, entre otros apartados, el proceso de constitución, la renovación de sus miembros y el proceso a seguir en la toma de decisiones.

Por otro lado, el desarrollo de la implantación del SGIC del Título no ha estado exenta de dificultades como consecuencia de:

- Falta de implicación de todas las unidades administrativas de la universidad involucradas en los diferentes procesos
- Falta de asesoramiento claro a los Coordinadores de Título
- Inadecuación del calendario de generación de informes en algunos procesos
- Duplicidad de los registros generados para algunos procesos.

Como propuestas de mejora, la CGIC de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación propone:

- Simplificar algunos procesos, identificando aquellos propios del título y del centro, evitando duplicidades
- Mejorar la programación temporal, de modo que la información generada refleje realmente los aspectos que se quieren medir.
- Acompañar a cada registro del gestor documental del SGIC de un formulario que oriente el contenido de los documentos y unifique criterios
- Implicar a todas las unidades administrativas en la gestión del SGIC del centro

En términos generales, el Sistema Interno de Garantía de Calidad está implementado y ha permitido obtener información sobre la mayoría de indicadores del título que, posteriormente, ha sido utilizada para orientar la toma de decisiones. En este sentido, la Comisión de Garantía de Calidad del centro ha realizado las tareas establecidas en la memoria y en los procedimientos establecidos en su sistema interno de garantía de calidad, analizando los resultados de los principales indicadores y valorando los logros alcanzados.

2) EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA

a. PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LAS ENSEÑANZAS

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO		COMPARATIVAS CENTRO/UCA			
			CENTRO		UNIVERSIDAD	
	Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Satisfacción de los alumnos con la planificación de la enseñanza y Aprendizaje	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,8
Satisfacción de los alumnos con el desarrollo de la docencia	4,1	4,2	4,1	4,2	4,1	4,1
Satisfacción de los alumnos con los resultados	3,9	4,0	3,9	3,9	No disponible	3,9

Análisis y Valoración:

En términos generales, la Comisión de Garantía de Calidad del centro hace una valoración positiva de los principales indicadores de satisfacción de los alumnos en relación a la planificación y desarrollo de la actividad docente en el Grado en Turismo durante el segundo año de implantación. En particular:

- la satisfacción de los alumnos con la planificación del proceso enseñanza-aprendizaje ha obtenido un valor muy elevado (4,1) en relación a la escala de 1 a 5 utilizada, si bien, ha sido ligeramente inferior al obtenido el curso anterior (4,2). En términos comparativos, la puntuación es similar a la obtenida en términos agregados por la Facultad y la Universidad de Cádiz.
- El indicador de satisfacción de los alumnos con el desarrollo de la docencia ha obtenido un valor elevado (3,9) en relación a la escala de 1 a 5 utilizada. Este valor se ha mantenido respecto al año anterior. En términos comparativos, la puntuación es similar a la obtenida por la Facultad y la Universidad de Cádiz.
- Por último, el indicador de satisfacción de los alumnos con los resultados es elevado (3,9) y está en la línea del valor obtenido por el centro (3,9).

En comparación con el resto de títulos impartidos en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, el Grado en Turismo se sitúa por encima de la media en los indicadores de satisfacción global con la planificación de la enseñanza-aprendizaje (Tabla 1) y con el desarrollo de la docencia (Tabla 1).

Tabla 1. Satisfacción global de los estudiantes con la planificación de la enseñanza y aprendizaje .

TÍTULO	Resultado ISGC-P 4-0	
	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Grado en Gestión y Administración pública	4,2	3,9
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	4	3,8
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	3,7	3,8
Grado en Turismo	3,9	3,9

Comparativas Centro /UCA	Resultado ISGC-P04-02		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Centro	3,8	3,9	3,9
Universidad de Cádiz	3,8	3,8	3,9

Tabla 2. Satisfacción global de los estudiantes con el desarrollo de la docencia.

TÍTULO	Resultado ISGC-P04-03	
	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Grado en Gestión y Administración Pública	4,4	4,2
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	4,4	4,1
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4,1	4
Grado en Turismo	4,2	4,1

Comparativas Centro /UCA	Resultado ISGC-P04-03		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Centro	4,1	4,2	4,1
Universidad de Cádiz	4,1	4,1	4,1

En relación a este último indicador de satisfacción global de los estudiantes con el desarrollo de la docencia, la Tabla 3 muestra el detalle de los ítems que se han utilizado para su cálculo como un promedio. Es destacable los altos valores en todos ellos, a excepción del relativo a la utilidad para el aprendizaje de la asignatura de la bibliografía y otras fuentes de información recomendadas en el programa.

Tabla 3. Detalle de los ítems utilizados para calcular como promedio el indicador de satisfacción de los alumnos con el desarrollo de la docencia.

RESULTADO POR ÍTEM DEL TÍTULO: Grado en Turismo	Resultado ISGC-P04-03 por ítem	
	Curso 2010-11	Curso 2011-12
2. Imparte las clases en el horario fijado	4,4	4,4
3. Asiste regularmente a clase	4,6	4,6
4. Cumple adecuadamente su labor de tutoría (presencial o virtual)	4,2	4,1
5. Se ajusta a la planificación de la asignatura	4,1	4,1
6. Se han coordinado las actividades teóricas y prácticas previstas	4,1	4
7. Se ajusta a los sistemas de evaluación especificados en la guía docente/programa de la asignatura	4,2	4,1
8. La bibliografía y otras fuentes de información recomendadas en el programa son útiles para el aprendizaje de la asignatura	3,8	3,6

Además de lo anterior, la Comisión de Garantía de Calidad destaca que el 100% de las asignaturas tienen su Programa Docente validado en el plazo establecido por Planificación Docente (Tabla 4). Este compromiso se ha cumplido en el 100% de las asignaturas de todos los títulos impartidos en el centro, porcentaje ligeramente superior al alcanzado por la Universidad de Cádiz (96,6%).

Tabla 4. Porcentaje de asignaturas del título que tienen su Programa Docente validado en el plazo establecido en el Cronograma de Planificación Docente.

TÍTULO	Resultado ISGC-P04-01		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Grado en Gestión y Administración Pública		100%	100%
Grado en Marketing e Investigación de Mercados		100%	100%
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		100%	100%
Grado en Turismo		100%	100%

Comparativas Centro /UCA	Resultado ISGC-P04-01		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Centro		100%	100%
Universidad de Cádiz	99,3%	98,9%	96,6%

En términos generales, el procedimiento de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza se ha puesto en marcha cumpliendo lo establecido en la memoria verificada, no habiendo encontrado dificultades dignas de mención y los resultados son plenamente satisfactorios.

Puntos Fuertes:	Puntos Débiles:
<ul style="list-style-type: none"> - Elevada satisfacción de los alumnos con la planificación de la enseñanza y aprendizaje - Elevada satisfacción de los alumnos con el desarrollo de la docencia - 100% de las asignaturas con su Programa Docente validado en el plazo establecido por Planificación Docente - Alta implicación del equipo docente en el proceso de enseñanza 	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración relativamente baja de la utilidad para el aprendizaje de la asignatura de la bibliografía y de otras fuentes de información recomendadas por los profesores.

Propuestas concretas de mejora:

Mejorar las recomendaciones de bibliografía básica y complementaria en las fichas de programación docente.

b. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO			COMPARATIVAS CENTRO/UCA			
	Previsto en Memoria	Curso 2011-12	Curso 2010-11	CENTRO		UNIVERSIDAD	
				Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Tasa de graduación	20%±5%	-	-	-	-	-	-
Tasa de abandono	15%±5%	-	-	-	-	-	-
Tasa de eficiencia	75%±5%	-	-	-	-	-	-
Tasa de éxito	75%±5%	79,2	67,9	79,6	69,8	81,1	77,3
Tasa de rendimiento	No disponible	69,8	57,7	68,9	58,0	70,6	65,7

Análisis y Valoración:

Los indicadores de graduación, abandono y eficiencia no estarán disponibles hasta la implantación completa del título.

La Tasa de éxito del curso 2011-12 se sitúa en el 79,2%, apreciándose una considerable subida de 11,3 puntos porcentuales respecto al año anterior. Este valor es ligeramente inferior al del centro (79,6%) y al de la Universidad de Cádiz en su conjunto (81,1%).

En la memoria verificada no se incluyeron previsiones para la Tasa de rendimiento. Este indicador en el curso 2011-12 se ha situado en el 69,8%, apreciándose una considerable subida de 12,1 puntos porcentuales respecto al año anterior. Este valor es ligeramente superior al del centro (68,9%) y está algo por debajo del de la Universidad de Cádiz (70,6%).

Las considerables subidas de 11,3 puntos en la tasa de éxito y de 12,1 en la tasa de rendimiento respecto al curso anterior se justifican porque estos indicadores han obtenido unos valores considerablemente superiores en las asignaturas de segundo curso de la titulación respecto a las de primero.

No obstante lo anterior, existe una dispersión considerable en los valores obtenidos por estos indicadores en cada una de las asignaturas impartidas en el título durante el curso 2011/12. Así, destacan tres asignaturas con una tasa de éxito del 100%. En el lado opuesto, hay dos asignaturas que han tenido tasas de éxito inferiores al 50%.

En relación a las tasas de rendimiento, la situación es similar. Destacan siete asignaturas con valores superiores al 90%. Por el contrario, hay dos asignaturas que tienen tasas de rendimiento inferiores al 50%.

La Comisión de Garantía de Calidad del centro considera que, en términos generales, los indicadores referentes a los resultados del aprendizaje del procedimiento de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza ofrecen valores satisfactorios y se ajustan a los objetivos propuestos en la memoria, siendo acordes con el entorno en el que se desarrollan.

<i>Puntos Fuertes:</i>	<i>Puntos Débiles:</i>
- Las tasas de éxito y rendimiento son elevadas en la mayoría de asignaturas.	- Las tasas de éxito y rendimiento en dos asignaturas son bajas en relación al resto de asignaturas del título.

<i>Propuestas concretas de mejora:</i>
Analizar con el equipo docente de las asignaturas con tasas de rendimiento más altas y más bajas las causas de estos resultados.

3) GARANTIZAR LA CALIDAD DEL PERSONAL DOCENTE

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO		COMPARATIVAS CENTRO/UCA			
	Curso 2011-12	Curso 2010-11	CENTRO		UNIVERSIDAD	
			Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	3,9	4,1	3,9	4,0	4,0	3,9
Porcentaje de profesores participantes en acciones formativas.	55,3%	16,7%	39,6%	27,5%	41,4%	27,6%
Porcentaje del profesorado participante en Proyectos de innovación y mejora docente	42,1%	0,0%	49,1%	5,9%	42,1%	10,3%
Asignaturas implicadas en Proyectos de Innovación Docente	36,4%	20,0%	21,8%	27,5%	42,3%	85,9%
Porcentaje de calificaciones "Excelentes" obtenidas por los profesores participantes en el DOCENTIA.	0,0%	-	0,0%	-	32,6%	0,0%
Porcentaje de calificaciones "Favorables" obtenidas por los profesores participantes en el DOCENTIA	100,0%	-	100,0%	-	67,4%	

Análisis y Valoración:

El grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia en el curso 2011-12 ha obtenido un valor elevado (3,9), si bien es dos décimas menos que en el curso anterior. En términos comparativos, es similar al obtenido por el centro y ligeramente inferior al de la Universidad (4,0).

El 55% de los profesores ha participado en acciones formativas en el curso 2011-12. Esto supone un importante incremento respecto a la participación del curso anterior en el que este porcentaje se situó en el 16,7%. En términos comparativos es considerablemente más alto que en el centro (39,6%) y que en la Universidad (41,4).

El 42,1% de los profesores ha participado en Proyectos de innovación y mejora docente en el curso 2011-12. En términos comparativos, es algo más bajo que en el centro (49,1%) y similar al de la universidad (42,1%).

El porcentaje de asignaturas implicadas en Proyectos de Innovación Docente creció significativamente en el curso 2011-12, pasando de un 20,0% en el curso anterior a un 36,4%. Este porcentaje es superior al del centro (27,5%) y ligeramente inferior al de la Universidad de Cádiz (42,3%).

En relación a la calificación en el programa DOCENTIA, todos los profesores sometidos a esta evaluación han alcanzado la calificación de Favorable, si bien ninguno ha alcanzado la de Excelente. Esta valoración se hace con reservas pues la Unidad de Evaluación y Calidad no ha proporcionado el número de profesores sometidos a tal proceso.

Puntos Fuertes:	Puntos Débiles:
<ul style="list-style-type: none"> - Elevado grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia. - Porcentaje de profesores participantes en acciones formativas más alto que en el centro y en la Universidad - Elevado porcentaje del profesorado participante en Proyectos de innovación y mejora docente - Considerable porcentaje de asignaturas implicadas en Proyectos de Innovación Docente - 100 % de calificaciones "Favorables" obtenidas por los profesores participantes en el programa DOCENTIA 	<ul style="list-style-type: none"> - Imposibilidad de hacer una valoración correcta de la calificación de los profesores evaluados en DOCENTIA por no disponer de datos del número de profesores sometidos a dicha evaluación. - Reducido porcentaje de calificaciones "Excelentes" obtenidas por los profesores participantes en el programa DOCENTIA.

Propuestas concretas de mejora:
<ul style="list-style-type: none"> - Aumentar el porcentaje de asignaturas implicadas en Proyectos de Innovación Docente. - Aumentar el porcentaje de profesores que alcancen la calificación de Excelente en el programa DOCENTIA.

4) GESTIÓN Y CONTROL DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO	
	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Nº de instituciones/empresas con convenio de Prácticas	No procede	No procede

Análisis y Valoración:

Al ser el segundo curso desde la implantación del título, aún no se ha puesto en marcha el programa de prácticas externas integradas en su plan de estudios por lo que no procede realizar la valoración y evaluación de la calidad de las mismas.

Puntos Fuertes:

Puntos Débiles:

--	--

Propuestas concretas de mejora:

--

5) GESTIÓN DE LA MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO		COMPARATIVAS CENTRO/UCA			
	Curso 2011-12	Curso 2010-11	CENTRO		UNIVERSIDAD	
			Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Nº de convenios con otras Universidades (Nacional/Internacional):	(4/4)	(0/0)	(11/9)	(0/0)	No disponible	No disponible
Tasa de movilidad de alumnos sobre matriculados en el título:	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,3%
Estudiantes extranjeros o nacionales matriculados en el título, en el marco de un programa de movilidad	18,8%	5,3%	9,9%	4,2%	10,7%	2,3%
Tasa de rendimiento de estudiantes entrantes	57,1%	100,0%	37,9%	52,0%	37,1%	29,4%
Tasa de rendimiento de estudiantes salientes	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	85,7%	No disponible

Análisis y Valoración:

El programa de movilidad previsto en el título se encuentra en una fase inicial de implantación ya que los cursos recomendados para su realización son segundo semestre de segundo y el tercer curso.

No obstante, el título tiene firmados 4 convenios de movilidad nacional con un total de 9 plazas para cursar 9 meses de la titulación equivalente en las universidades de Málaga, Oviedo, Rey Juan Carlos y Valladolid. En el ámbito de la movilidad internacional, el grado tiene firmados 4 .

En relación al resto de indicadores de este procedimiento es de destacar el elevado porcentaje de estudiantes extranjeros o nacionales matriculados en el título, en el marco de un programa de movilidad, que se situó en el curso 2011-12 en un 18,8%, muy por encima del resto de títulos impartidos en el centro (9,9%) y de la Universidad de Cádiz (10,7%).

La tasa de rendimiento de los estudiantes extranjeros o nacionales entrantes en el marco de un programa de movilidad ha sido de un 57%, superando el indicador relativo al centro (37,9%) y a la universidad (29,4%).

La Comisión de Garantía de Calidad valora positivamente la labor de los coordinadores de movilidad nacional e internacional.

En términos generales, se hace una valoración positiva de la puesta en marcha de este procedimiento habiendo cumplido con lo establecido en la memoria de verificación.

Puntos Fuertes:	Puntos Débiles:
<ul style="list-style-type: none">- Porcentaje elevado de estudiantes extranjeros o nacionales matriculados en el título en el marco de un programa de movilidad- Elevada tasa de rendimiento de estudiantes entrantes	<ul style="list-style-type: none">- Proceso en periodo de implantación- Reducida tasa de movilidad entre alumnos matriculados en el título.

Propuestas concretas de mejora:
<ul style="list-style-type: none">- Fomentar la movilidad de los estudiantes del grado en segundo y tercer curso.

6) ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL Y SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO		COMPARATIVAS CENTRO/UCA			
	Curso 2011-12	Curso 2010-11	CENTRO		UNIVERSIDAD	
			Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Índice de inserción profesional	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede
Tasa efectiva de inserción laboral	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede
Grado de satisfacción con la formación recibida	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede

Análisis y Valoración:

No procede el análisis de la inserción laboral al ser el segundo curso desde la implantación del título.

Puntos Fuertes:

Puntos Débiles:

--	--

Propuestas concretas de mejora:

--

7) EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO		COMPARATIVAS CENTRO/UCA			
			CENTRO		UNIVERSIDAD	
	Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Grado de satisfacción global del alumnado con el título.	4	3,7	3,7	3,7	3,6	3,5
Grado de satisfacción global del PDI con el título ⁽¹⁾ .	3,6	No disponible	3,5	No disponible	3,3	No disponible
Grado de satisfacción global del PAS con la Universidad ⁽¹⁾ .	No disponible	No disponible	3,8 ⁽²⁾	No disponible	3,5	No disponible

Análisis y Valoración:

(1) En el curso 2010-11 no se realizó la encuesta de satisfacción global del PDI y del PAS debido a que el equipo de gobierno no debía ser valorado a las pocas semanas de su incorporación. Por este motivo, la encuesta se realizó en el primer semestre del curso 2011-12.

(2) Este indicador se refiere a todo el PAS del campus de Jerez en el que conviven dos facultades y varias sedes de otros centros.

Grado de satisfacción global del alumnado con el título.

El grado de satisfacción global de los alumnos con el título se puede considerar elevado al alcanzar un valor de 4 puntos sobre un máximo de 5, mejorando en tres décimas respecto al año anterior (3,7). Esta valoración de la satisfacción de los alumnos del título es superior a las puntuaciones obtenidas por el centro (3,7) y por la universidad (3,6).

Si atendemos al desglose y la evolución de este indicador (Tabla 5), se puede observar como la satisfacción de los alumnos con el centro es elevada y ha mejorado, pasando de un 3,8 en el curso anterior a un 4,0 en el analizado; con los órganos de gobierno es adecuada (3,5) y ha empeorado ligeramente (3,4 en el curso anterior; con el título es alta y se ha mantenido respecto al año anterior (3,9) y, por último, con la organización de horarios y calendario es adecuada (3,6) habiendo bajado ligeramente respecto al año anterior (3,7).

Tabla 5. Desglose del grado de satisfacción global del alumnado con el título.

TÍTULO	Ítems. Satisfacción con:	Resultado ISGC-P08-02 por ítem	
		Curso 2010-11	Curso 2011-12
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	Centro	3,9	4
	Órganos gobierno del centro	3,1	2,9
	Título	4,0	4
	Organización de horarios y calendario	3,9	3,2
Grado en Gestión y Administración	Centro	4,0	3,9
	Órganos gobierno del centro	3,6	3,5
	Título	3,7	3,6

Publica	Organización de horarios y calendario	4,1	3,5
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Centro	3,7	3,4
	Órganos gobierno del centro	3,1	3,2
	Título	4,1	3,9
	Organización de horarios y calendario	3,6	3,6
Grado en Turismo	Centro	3,8	4
	Órganos gobierno del centro	3,6	3,5
	Título	3,9	3,9
	Organización de horarios y calendario	3,7	3,6

La interpretación de estos indicadores hay que hacerla con las debidas reservas debido a la baja tasa de respuestas de los estudiantes que no llegó al 20% en el curso 2011-12 (Tabla 6). No obstante, la participación de los alumnos del Grado en Turismo en esta encuesta supera a la del resto de títulos de la Facultad (14,4%) y de la Universidad de Cádiz (17,6%).

Tabla 6. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción de los estudiantes.

TÍTULO	Resultado ISGC-P08-01		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Grado en Marketing e Investigación de Mercados		15,4%	12,7%
Grado en Gestión y Administración Pública		93,8%	13,7%
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		86,6%	11,5%
Grado en Turismo		38,2%	19,2%

Comparativas Centro /UCA	Resultado ISGC-P08-01		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Centro		50,2%	14,4%
Universidad de Cádiz	2,5%	41,4%	17,6%

Grado de satisfacción global del PDI con el título.

En relación al grado de satisfacción del PDI con el título se puede considerar adecuado al alcanzar una puntuación de 3,6 sobre 5 siendo, no obstante, superior a la valoración del centro (3,5) y de la universidad (3,3).

Atendiendo al desglose de este indicador (Tabla 7), podemos observar como la satisfacción del PDI del título es media-alta en relación a la Gestión (3,5), Docencia (3,9) e Investigación (3,5).

Tabla 7. Desglose del grado de satisfacción global del PDI con el título.

TÍTULO /Centro	Ítems	Resultado ISGC-P08-03 por ítem
		Curso 2011-12
Grado en Marketing e	Gestión	3,5

Investigación de Mercados	Docencia	3,7
	Investigación	3,1
Grado en Gestión y Administración Pública	Gestión	3,5
	Docencia	3,6
	Investigación	3,2
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Gestión	3,5
	Docencia	3,7
	Investigación	3,2
Grado en Turismo	Gestión	3,5
	Docencia	3,9
	Investigación	3,5

Al contrario que en el caso de los alumnos en los que la tasa de participación fue superior a la media, en el caso del PDI (Tabla 8) esta tasa estuvo muy por debajo (28,9%) de la tasa de respuesta del resto de títulos del centro (72,6%) y de la Universidad (91,4%).

Tabla 8. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción del PDI

TÍTULO	Resultado ISGC-P08-01		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Grado en Marketing e Investigación de Mercados			54,5%
Grado en Gestión y Administración Pública			52,0%
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			100,0%
Grado en Turismo			28,9%

Comparativas Centro /UCA	Resultado ISGC-P08-01		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Centro			72,6%
Universidad de Cádiz	76,2%		91,4%

Grado de satisfacción global del PAS con la Universidad.

Por último, el grado de satisfacción global del PAS del campus de Jerez (3,8) es el mayor toda la Universidad de Cádiz que obtiene un valor agregado de (3,5). Véase Tabla 9.

Tabla 9. Grado de satisfacción global del PAS por Campus.

Comparativas Campus /UCA	Resultado ISGC-P08-04		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Algeciras	3,2		3,4
Cádiz	3,3		3,4
Jerez	3,5		3,8

Puerto Real	3,2		3,5
Universidad de Cádiz	3,3		3,5

En el desglose de este indicador (Tabla 10), se puede observar que se alcanzan valores aceptables en Gestión (3,6), Docencia (3,4) e Investigación (3,5).

Tabla 10. Desglose del grado de satisfacción global del PAS por Campus.

CAMPUS	Ítems	Resultado ISGC-P08-03 por ítem		
		Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Algeciras	Gestión	3,4		3,7
	Docencia	3,2		3,5
	Investigación	2,9		2,9
Cádiz	Gestión	3,4		3,7
	Docencia	3,3		3,4
	Investigación	3,2		3,3
Jerez	Gestión	3,6		3,6
	Docencia	3,5		3,4
	Investigación	3,3		3,5
Puerto Real	Gestión	3,4		3,7
	Docencia	3,1		3,5
	Investigación	3,2		2,9

Estos indicadores hay que interpretarlos con reservas debido a la baja tasa de participación del PAS del campus de Jerez en esta encuesta (46,8%), el más bajo de todos los campus encuestados (Tabla 11). Además de lo anterior, es conveniente aclarar que este indicador se refiere a la opinión de todo el PAS del campus de Jerez y no exclusivamente al que atiende servicios para el Grado en Turismo. En el campus de Jerez conviven dos Facultades y varias sedes de otras.

Tabla 11. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción del PAS.

Comparativas Campus /UCA	Resultado ISGC-P08-01		
	Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Algeciras	61,7%		100,0%
Cádiz	53,4%		100,0%
Jerez	66,7%		46,8%
Puerto Real	51,0%		52,3%
Universidad de Cádiz	54,0%		100,0%

Puntos Fuertes:	Puntos Débiles:
<ul style="list-style-type: none"> - Grado de satisfacción global del alumnado con el título por encima de la media del centro y de la Universidad. - Elevado grado de satisfacción global del PDI con el título. 	<ul style="list-style-type: none"> - La encuesta para la medición del grado de satisfacción global del PAS con la Universidad está realizado a nivel agregado y no permite analizar la satisfacción de este colectivo con el

<ul style="list-style-type: none">- Grado de satisfacción global del PAS del campus de Jerez con la Universidad.- Alta implicación del equipo de dirección del centro	título objeto de seguimiento
--	------------------------------

Propuestas concretas de mejora:

- Proponer a la Unidad de Evaluación y Calidad que la encuesta de satisfacción global de PAS permita obtener indicadores a nivel de título.

8) GESTIÓN DE INCIDENCIAS, RECLAMACIONES, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO		COMPARATIVAS CENTRO/UCA			
	Curso 2011-12	Curso 2010-11	CENTRO		UNIVERSIDAD	
			Curso 2011-12	Curso 2010-11	Curso 2011-12	Curso 2010-11
Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	No disponible	No disponible	0,2%	0,6%	1,3%	1,9%
Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	No disponible	No disponible	1,1%	0,9%	2,3%	2,6%
Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	No disponible	No disponible	0,0%	0,2%	0,2%	0,4%
Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	No disponible	No disponible	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
Promedio de Satisfacción del Usuario con las respuestas/soluciones recibidas a través del BAU	No disponible	No disponible	4,2	No disponible	1,7	4,3

Análisis y Valoración:

Todos los indicadores relacionados con la gestión de incidencias, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones proporcionados por la Unidad de Evaluación y Calidad están referidos al centro y a la Universidad de Cádiz, por lo que la Comisión de Garantía de Calidad no puede hacer una valoración a nivel de título.

No obstante lo anterior, el porcentaje de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios (0,2%) es reducido y notablemente inferior a las recibidas por la Universidad en su conjunto (1,3%) en el curso 2011-12.

El número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios también es reducido (1,1%) e inferior al número recibido por la Universidad (2,3%).

No se han recibido sugerencias ni felicitaciones.

Por último, el promedio de Satisfacción del Usuario con las respuestas/soluciones recibidas a través del BAU es muy elevado (4,2 en una escala de 1 a 5) y bastante superior al obtenido por la Universidad (1,7)

La Tabla 12 muestra un desglose de la satisfacción medida por el servicio obtenido, tiempo de respuesta y eficacia de la resolución. Como se puede observar, en la gestión del Buzón de Atención al Usuario, se ha obtenido unos elevados indicadores de satisfacción.

Tabla 12. Desglose del indicador de satisfacción del buzón de atención al usuario.

TÍTULO	Ítems Satisfacción	Resultado ISGC-P11-05 por ítem		
		Curso 2009-10	Curso 2010-11	Curso 2011-12
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Servicio			4,33
	Tiempo Respuesta			4
	Eficacia de la resolución			4,33

Puntos Fuertes:	Puntos Débiles:
- Satisfacción elevada de los usuarios del Buzón de Atención al Usuario con el servicio, el tiempo de respuesta y la eficacia en la resolución.	- Los indicadores proporcionados por la Unidad de Evaluación y Calidad son a nivel de centro resultando imposible hacer valoraciones a nivel del título

Propuestas concretas de mejora:
- Proponer a la Unidad de Evaluación y Calidad que proporcione los indicadores del Buzón de Atención al Usuario desagregado por títulos.

9) PRINCIPALES INDICADORES DEL SGC

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO		Valoración de los resultados
	Curso 2011-12	Curso 2010-11	
INDICADORES CURSA:			
Tasa de graduación	No procede	No procede	
Tasa de abandono	No procede	No procede	
Tasa de eficiencia	No procede	No procede	
Tasa de rendimiento	69,8%	57,7%	Satisfactorio
OTROS INDICADORES:			
Tasa de éxito	79,2%	67,9%	Satisfactorio
Nota media de ingreso	6,86	7,03	Satisfactorio
Estudiantes Matriculados de nuevo Ingreso.	162 (127+17+18)	131	Satisfactorio
Incremento o disminución porcentual en la matrícula de estudiantes de nuevo ingreso.	23,7%	-	Satisfactorio

Observaciones globales sobre los resultados de los indicadores:

Como se comentó anteriormente, los indicadores de graduación, abandono y eficiencia no estarán disponibles hasta la implantación completa del título.

Entre los indicadores disponibles, se puede destacar que la Tasa de rendimiento del curso 2011-12 ha rozado el 70% , con un aumento de algo más de 12 puntos porcentuales respecto al año anterior. Por otra parte, la Tasa de éxito del curso 2011-12 ha rozado el 80%, lo que supone una considerable subida de 11,3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

La nota media de acceso en el segundo año de implantación del título se situó en 6,86, algo inferior a la del año pasado que fue de 7,03. Esta nota es algo inferior a la nota media del centro (7,21) como se puede observar en la Tabla 16.

Tabla 13. Nota media de ingreso de los títulos impartidos en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

TITULO	Nota Media Acceso 2011-12			Nota Media de Acceso 2010-11		
	FORMACIÓN PROFESIONAL	PAU	Total	FORMACIÓN PROFESIONAL	PAU	Total
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	6,50	7,10	7,04	7,94	6,79	6,94
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	6,70	6,42	6,46	7,42	6,62	6,73

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	8,18	8,13	8,13	8,55	8,18	8,26
GRADO EN TURISMO	7,17	6,81	6,86	7,97	6,91	7,03
PCEO GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - GRADO EN TURISMO	7,26	7,45	7,43			
PCEO GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP. - GRADO EN MARKETING E INV. DE MERCADOS	8,46	9,44	9,39			
PCEO GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP. - GRADO EN TURISMO	8,23	8,88	8,77			
Centro	7,26	7,20	7,21	7,99	7,07	7,21

Además de lo anterior, las siguientes tablas proporcionadas por la Unidad de Evaluación y Calidad muestran los principales indicadores relacionados con el procedimiento de matrícula en los dos primeros cursos desde su implantación (Tablas 14 y 15).

Tabla 14. Indicadores del proceso de oferta de plazas y matrícula.

Curso	2010-2011	2011-2012	2011-2012	2011-2012
Código Centro	13	13	13	13
Centro	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Titulación	2501756	2501756	7000296	7000301
Literal de la Titulación	GRADO EN TURISMO	GRADO EN TURISMO	PCEO GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP. - GRADO EN TURISMO	PCEO GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - GRADO EN TURISMO
IND III.1 Oferta de Plazas	150	130	20	20
IND III.2 Matrícula de nuevo ingreso por preinscripción	138	132	20	19
IND III.3 Matrícula en Primera Opción	96	69	15	10
IND III.5 Admitidos de nuevo ingreso por preinscripción	138	760	238	324
IND III.6 Preinscritos en	107	83	21	31

primera opción				
IND III.7 Preinscritos en segunda y sucesivas opciones *	609	705	234	315
IND III.8 Nota mínima de admisión	5	5	7,088	5
IND III.9 Ocupación de la titulación por preinscripción	92%	101,54%	100%	95%
IND III.10 Preferencia de la titulación	71,33%	63,85%	105%	155%
IND III.11 Adecuación de la titulación	69,57%	52,27%	75%	52,63%

Como se puede observar, el índice de ocupación por preinscripción del Grado en Turismo superó el 100%, lo que indica que todas las plazas de nuevo ingreso ofertadas se cubrieron por la vía de la preinscripción.

Por otra parte, el índice de preferencia de la titulación fue del 63,85% poniendo de manifiesto que un porcentaje elevado de las plazas ofertadas se podrían haber cubierto con alumnos que solicitaron esta titulación como primera opción, si bien, finalmente el índice de adecuación fue del 52,27%, es decir, que algo más de la mitad de los estudiantes de nuevo ingreso por preinscripción finalmente matriculados habían solicitado la titulación del Grado en Turismo como primera opción.

En relación a la procedencia geográfica de los alumnos de nuevo ingreso (Tabla 15) y al total de alumnos matriculados en los dos primeros años en el Grado en Turismo (Tabla 16) se puede afirmar que un porcentaje muy elevado de alumnos proceden de la provincia de Cádiz. En particular, de los 131 alumnos de nuevo ingreso del primer curso de implantación, un 84,7% procedían de la provincia de Cádiz. Una vez incorporada la segunda promoción, de los 264 alumnos matriculados en total en el Grado en Turismo un 78,8% proceden de la provincia.

Tabla 15. Indicadores de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso.

Curso	2010-11	2011-12			
Campus	503	503			
Centro	13	13			
Código	2501756	2501756	7000301	7000296	2501756+7000301+7000296
Título	GRADO EN TURISMO	GRADO EN TURISMO	PCEO GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - GRADO EN TURISMO	PCEO GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP. - GRADO EN TURISMO	GRADO + DOBLES TITULOS
Matriculados Nuevo Ingreso	131	127	17	18	162

Procedencia		Total	%								
	Provincia de Cádiz	111	84,7%	100	78,7%	9	52,9%	11	61,1%	120	74,1%
	Otras Provincias	13	9,9%	15	11,8%	5	29,4%	4	22,2%	24	14,8%
	Otras CCAA	1	0,8%	7	5,5%	3	17,6%	2	11,1%	12	7,4%
	Otros Países	6	4,6%	5	3,9%		0,0%	1	5,6%	6	3,7%

Tabla 16. Indicadores de procedencia de los alumnos matriculados.

Curso	2010-11		2011-12								
Campus	503		503	503	503	503	503				
Centro	13		13	13	13	13	13				
Código	2501756		2501756	7000301	7000296	2501756+7000301+7000296					
Título	GRADO EN TURISMO		GRADO EN TURISMO	PCEO GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - GRADO EN TURISMO	PCEO GRADO EN PUBLICIDAD Y RR. PP. - GRADO EN TURISMO	GRADO + DOBLES TITULOS					
Matriculados Totales	131		229	17	18	264					
Procedencia	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
	Provincia de Cádiz	111	84,7%	188	82,1%	9	52,9%	11	61,1%	208	78,8%
	Otras Provincias	13	9,9%	20	8,7%	5	29,4%	4	22,2%	29	11,0%
	Otras CCAA	1	0,8%	10	4,4%	3	17,6%	2	11,1%	15	5,7%
	Otros Países	6	4,6%	11	4,8%	0	0,0%	1	5,6%	12	4,5%

La Comisión de Garantía de Calidad considera satisfactorios los valores de estos indicadores y los ha tenido en cuenta para la toma de decisiones.

Propuestas concretas de mejora:

Analizar con el equipo docente de las asignaturas los resultados en relación a las tasas de éxito y rendimiento y plantear acciones para mejorar estos indicadores.

10) ACCIONES DE MEJORA LLEVADAS A CABO A PARTIR DEL ANÁLISIS VALORATIVO DEL TÍTULO

a) Recomendaciones de los Informes de verificación y de seguimiento

RECOMENDACIONES DEL INFORME DE VERIFICACIÓN:

El informe de verificación del título realizó la siguiente recomendación:

“RECOMENDACIÓN #1:

CRITERIO 6: PERSONAL ACADÉMICO

RECOMENDACIÓN:

1. Puesto que es profesorado disponible para este grado es compartido por otras titulaciones, se recomienda explicitar la correspondencia entre las necesidades de profesorado para la impartición de todas las titulaciones de la Facultad y el profesorado disponible, teniendo en cuenta los requisitos de las nuevas metodologías docentes (docencia en grupos reducidos) y el número de alumnos.”

RECOMENDACIONES DEL INFORME DE SEGUIMIENTO DEL CURSO 2010-11:

“RECOMENDACIÓN #1: “Informe de verificación 22/06/2010. No resuelta.”

Recomendaciones del Informe de Verificación:

Nº de Recomendaciones recibidas:

1

Existencia de acciones para dar respuesta a las recomendaciones:

NO

Enumerar las propuestas y analizarlas:

Recomendación 1: *“Puesto que es profesorado disponible para este grado es compartido por otras titulaciones, se recomienda explicitar la correspondencia entre las necesidades de profesorado para la impartición de todas las titulaciones de la Facultad y el profesorado disponible, teniendo en cuenta los requisitos de las nuevas metodologías docentes (docencia en grupos reducidos) y el número de alumnos.”*

ANÁLISIS: En el Autoinforme de Seguimiento del curso 2010-11 la Comisión de Garantía de Calidad alegó que *“la dirección del centro considera adecuada esta recomendación, si bien pone de manifiesto la dificultad objetiva de explicitar esta correspondencia con exactitud hasta que no esté implantado la totalidad del título, por lo que aplaza el cumplimiento de esta recomendación hasta que esté desplegado en su totalidad el plan de estudios.”*

Dado que las circunstancias objetivas no han cambiado, la Comisión de Garantía de Calidad se ratifica en

su alegación y deja pendiente su cumplimiento para una vez terminada la implantación del título.

Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones:

Recomendación 1: Ninguna

Recomendaciones de los Informes de Seguimiento de la Agencia Andaluza del Conocimiento:

Nº de Recomendaciones recibidas:	1
Existencia de acciones para dar respuesta a las recomendaciones:	NO

Enumerar las propuestas y analizarlas:

Recomendación 1: *“Informe de verificación 22/06/2010. No resuelta.”*

Esta recomendación del informe de seguimiento hace referencia a la falta de cumplimiento de la recomendación realizada por la ANECA en el informe de verificación.

Además de esta recomendación, el informe de seguimiento planteó varias propuestas de buenas prácticas (a modo de recomendaciones) que han sido satisfechas en este segundo autoinforme de seguimiento (análisis comparativo de indicadores, indicadores de satisfacción de los colectivos implicados, plan de mejora con responsables y planificación temporal,...) y otras que requieren un cumplimiento en otros entornos y entre las que se pueden destacar:

- la publicación en la web de los resultados de los indicadores.
- La definición de un reglamento de funcionamiento de la Comisión de Garantía de Calidad, en que se indique el proceso de constitución, la renovación de sus miembros y el proceso a seguir en la toma de decisiones.

Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones:

Recomendación 1: Ninguna

En el mismo sentido de la alegación presentada en el Autoinforme de Seguimiento del curso anterior, la Comisión de Garantía de Calidad se ratifica en su alegación y deja pendiente su cumplimiento una vez terminado de implantar el título.

En relación a las propuestas de buenas prácticas contenidas en el informe de seguimiento han sido satisfechas en este segundo informe siguiendo la información proporcionada por la Unidad de Evaluación y Calidad. Así se ha realizado un análisis comparativo de los indicadores disponibles, se han proporcionado indicadores de satisfacción de los colectivos implicados y se ha incluido en el epígrafe final un plan de mejora con responsables y planificación temporal.

En relación a las otras buenas prácticas recomendadas, tan pronto como sea posible se procederá a la

publicación en la web de los resultados de los principales indicadores del título y ya se ha aprobado un Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Garantía de Calidad, que contiene entre otros apartados el proceso de constitución, la renovación de sus miembros y el proceso a seguir en la toma de decisiones.

b) Modificaciones de la Memoria de Verificación

A lo largo del curso 2011-12 se han realizado las siguientes modificaciones a la Memoria de Verificación, cuyos acuerdos aprobados por Junta de Gobierno de la UCA y publicados en sendos Boletines Oficiales de la Universidad de Cádiz (BOUCA) son los siguientes:

BOUCA 122

33	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Turismo	Transformación de tipo 2 a tipo 1 de la asignatura de Derecho Laboral y Administrativo Turístico	18-05-2011	19-05-2011
----	--	---------	--	------------	------------

Ref.	Centro Proponente	Plan de Estudios	Modificación	Aporta acuerdo CGC	Aporta acuerdo Junta de Centro
34	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Turismo	<p><i>En rojo las propuestas de texto para insertar en la memoria y en formato añade los párrafos que se proponen eliminar de la memoria, en el Apartado 5. Planificación de las enseñanzas, Epígrafe 5.3.,</i></p> <p><i>Página 44:</i></p> <p>Requisitos previos: Fundamentos de Administración de Empresas, Operaciones y Procesos en Empresas Turísticas</p> <p><i>Requisitos previos: Ninguno</i></p> <p><i>Página 73:</i></p> <p>Requisitos previos: Fundamentos de Administración de Empresas</p> <p><i>Requisitos previos: Ninguno</i></p> <p><i>Página 75:</i></p> <p>Requisitos previos: Fundamentos de Administración de Empresas, Operaciones y Procesos en Empresas Turísticas</p> <p><i>Requisitos previos: Ninguno</i></p>	8-04-2011	13-04-2011
35	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Turismo	<p><i>En rojo las propuestas de texto para insertar en la memoria y en formato añade los párrafos que se proponen eliminar .</i></p> <p>En las páginas 36 y 37, en el apartado 5. Planificación de las enseñanzas, epígrafe 5.3. , se propone:</p> <p>CE8 - Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información patrimonio cultural de las organizaciones turísticas.</p> <p><i>CE9 - Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.</i></p>	8-04-2011	13-04-2011
36	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Turismo	<p>En la página 56, en el Apartado 5, Epígrafe 5.3., en el Módulo de Proyección Profesional, se propone</p> <p>Haber curtido el módulo de "Formación básica en Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo.</p> <p>Haber superado los 60 ECTS del módulo de "Formación Básica en Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo</p>	8-04-2011	13-04-2011

BOUCA 138 Sup.2.

CENTRO: FACULTAD DE CC SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN	GRADO: TURISMO
ACUERDO DE CGC: 1 DE DICIEMBRE DE 2011	ACUERDO DE JUNTA DE CENTRO: 2 DE DICIEMBRE DE 2011

RSGI-PE04-01: PROPUESTAS DE MODIFICACIONES DEL TÍTULO									
REF	APTO.	REDACCIÓN DE LA MEMORIA			PROPUESTA DE MODIFICACIÓN		TIPO		
5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS									
1	5.1	Tipo de Materia	Créditos		Tipo de Materia	Créditos			
		Formación básica	60		Formación básica	60			
		Obligatorias	114		Obligatorias	108			
		Trabajo Fin de Grado	6		Trabajo Fin de Grado	6			
		Optativas	60		Optativas	66			
		Créditos totales	240		Créditos totales	240			
2	5.4	Referencias Máximas y Mínimas de porcentaje de peso en la Evaluación por tipología de las actividades			Suprimir la tabla por el siguiente texto: El sistema de evaluación estará formado por tres tipos de actividades: - Participación activa del estudiante - Resultado de actividades de aprendizaje realizadas durante el transcurso de la asignatura - Pruebas objetivas escritas u orales de acreditación de competencias. Dichas actividades se ajustará a las características y necesidades de las materias, si bien los tres tipos de actividades se tendrán que utilizar en la evaluación en unos porcentajes mínimos del 10%, aplicándose en cualquier caso el Reglamento por el que se regula el Régimen de Evaluación de los Alumnos de la Universidad de Cádiz.			NO SUSTANCIAL	
		Contenidos	Participación activa del estudiante	Resultados de las actividades de aprendizaje realizadas durante la asignatura					Pruebas objetivas escritas u orales de acreditación de las competencias
		Formación Básica	10%	Mín. 20%-Máx. 40%					Mín. 50% - Máx. 70%
		F. específica de rama	10%	Mín. 20%-Máx. 50%					Mín. 40% - Máx. 70%
		F. específica título	10%	Mín. 30%-Máx. 50%					Mín. 40% - Máx. 60%
Optatividad	10%	Mín. 40% - Máx. 80%	Mín. 10% - Máx. 50%						
		Prácticas Ext. P. F. Grado	30%	30%	40%				
3	5.3	Los problemas actuales de la Macroeconomía			1. Los problemas actuales de la Macroeconomía.			NO SUSTANCIAL	
		- Magnitudes macroeconómicas básicas - El mercado de bienes de nueva producción - La demanda de activos financieros. - La oferta de activos financieros: equilibrio en los mercados. - La base y la oferta monetaria.			2. Magnitudes macroeconómicas básicas. 3. La demanda agregada: el mercado de bienes y servicios. 4. La demanda agregada: el mercado financiero. 5. La demanda agregada: políticas fiscales y monetarias. 6. La oferta agregada y el equilibrio macroeconómico.				

		<ul style="list-style-type: none"> - El equilibrio en el mercado de bienes y de activos: el modelo IS-LM - La curva de demanda agregada de la economía - Modelo macroeconómico neoclásico y keynesiano - La oferta agregada - El modelo de demanda-oferta agregada y la política económica - El equilibrio en una economía abierta y la política económica 	7. El mercado de divisas	
4	5.3	<p>Estructura de Mercados Turísticos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1: La actividad turística: conceptos, clasificaciones y fuentes de información 2: El turismo internacional. Instrumentos, análisis y tendencias 3: El turismo y la economía. 4: Turismo, mercado de trabajo e innovación. 5: Planificación Turística. 6: La oferta 7: Demanda turística. 8: La Sostenibilidad como factor de competitividad 9: Estructura de mercados. Integración y concentración 10: El sector turístico en la economía española 	<p>Estructura de Mercados Turísticos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1: La actividad turística: conceptos, clasificaciones y fuentes de información. 2: El turismo internacional. Instrumentos, análisis y tendencias. 3: Turismo y desarrollo económico. 4: Turismo, mercado de trabajo e innovación. 5: La organización de los Mercados Turísticos. 6: Turismo y sostenibilidad 7. El modelo turístico Español: déficit, Retos y Oportunidades. 8. La especialización turística regional. 9. La Política Turística. 	NO SUSTANCIAL
5	5.3	<p>Fichas de asignaturas. Competencia CT 7: Comunicación Oral y Escrita en lengua nativa</p> <p>En los módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Idioma Moderno Aplicado al Sector Turístico; -Francés Turístico III o Alemán Turístico III; -Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Francés o Alemán; -Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Inglés; -Relaciones Interculturales en entornos profesionales en Francés o Alemán; y -Relaciones Interculturales en entornos profesionales en Inglés. 	Quitar esa competencia del listado de competencias así como de las actividades y evaluación	SUSTANCIAL
6	5.3	<p>Fichas de asignaturas. Módulo Francés Turístico III o Alemán Turístico III: Breve Resumen de Contenidos: Perfeccionamiento de los contenidos adquiridos en el "Módulo básico" de "Idioma Moderno" e "Idioma Moderno Aplicado" para el francés o el alemán en contextos profesionales turísticos, alcanzando el nivel B1 en francés y el nivel A2 en alemán del MRE. Comprensión de sus entornos culturales vinculados.</p>	<p>Incluir al final:</p> <p>Las competencias idiomáticas a alcanzar por los alumnos son las siguientes:</p> <p>NIVEL A2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.) - Sabe comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de información sobre 	NO SUSTANCIAL

			<p>cuestiones que le son conocidas o habituales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sabe describir en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas. <p>NIVEL B1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. - Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. - Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. - Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes. 	
7	5.3	<p>Fichas de asignaturas. Módulo Idioma Moderno Aplicado al Sector Turístico: Breve Resumen de Contenidos: Inglés Turístico II: Ampliación de los contenidos adquiridos en el "Módulo Básico" en contextos profesionales turísticos, alcanzando un nivel B1 dentro del MRE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inglés Turístico III: Perfeccionamiento de los contenidos adquiridos en Inglés Turístico I y II alcanzando un nivel B2 del MRE - Francés Turístico II o Alemán Turístico II Ampliación de los contenidos adquiridos en el "Módulo Básico" en contextos profesionales turísticos, alcanzando el nivel A2 para francés y el nivel A1 para alemán. <p>Comprensión de sus entornos culturales vinculados.</p>	<p>Incluir al final:</p> <p>Las competencias idiomáticas a alcanzar por los alumnos son las siguientes:</p> <p>Nivel A1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente así como frases sencillas destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato. - Puede presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce. - Puede relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar. <p>NIVEL A2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.) - Sabe comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de información sobre cuestiones que le son conocidas o habituales. - Sabe describir en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas. <p>NIVEL B1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. - Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. 	NO SUSTANCIAL

			<ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. - Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes. <p>NIVEL B2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización. - Puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores. - Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones. 	
8	5.3	<p>Fichas de asignaturas. Módulo Idioma Moderno: Breve Resumen de Contenidos: Perfeccionamiento del inglés en contextos profesionales turísticos alcanzando como mínimo el nivel B1 del Marco de Referencia Europeo. Comprensión de sus entornos culturales vinculados. Iniciación a una segunda lengua extranjera en contextos turísticos, alcanzando en nivel A2 para francés y el nivel A1 para alemán. Comprensión de sus entornos culturales vinculados.</p>	<p>Incluir al final: Las competencias idiomáticas a alcanzar por los alumnos son las siguientes:</p> <p>Nivel A1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente así como frases sencillas destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato. - Puede presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce. - Puede relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar. <p>NIVEL A2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.) - Sabe comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de información sobre cuestiones que le son conocidas o habituales. - Sabe describir en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas. <p>NIVEL B1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. - Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir 	NO SUSTANCIAL

			<p>durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. - Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes. 	
9	5.3	<p>Fundamentos de Administración de Empresas Parte I: fundamentos de organización y administración de empresas turísticas. 1. la administración de la empresa turística. Parte II: la función de planificación en la empresa turística. 2. naturaleza y propósito de la planificación. 3. gestión estratégica de la empresa turística. 4. toma de decisiones en la empresa turística. Parte III: la función de organización en la empresa turística. 5. estructura y diseño organizativo en la empresa turística. Parte IV: la función de dirección en la empresa turística. 6. dirección de la empresa turística. 7. gestión de recursos humanos en la empresa turística. Parte V: la función de control en la empresa turística. 8. control en la empresa turística. Parte VI: gestión de la empresa turística del siglo XXI. 9. gestión de la calidad en el servicio turístico. 10. Gestión medioambiental en la empresa turística. 11. gestión de la pequeña y mediana empresa turística</p>	<p>Fundamentos de Administración de Empresas Parte I: fundamentos de organización y administración de empresas turísticas. 1. la administración de la empresa turística. Parte II: la función de planificación en la empresa turística. 2. naturaleza y propósito de la planificación. 3. gestión estratégica de la empresa turística. 4. toma de decisiones en la empresa turística. Parte III: la función de organización en la empresa turística. 5. estructura y diseño organizativo en la empresa turística. Parte IV: la función de dirección en la empresa turística. 6. dirección de la empresa turística. 7. gestión de recursos humanos en la empresa turística. Parte V: la función de control en la empresa turística. 8. control en la empresa turística.</p>	NO SUSTANCIAL

Modificaciones enviadas al Consejo de Universidades

Nº de modificaciones comunicadas al Consejo de Universidades: 0

Especificar brevemente dichas modificaciones:

Modificación 1:

Modificación N+1:

Modificaciones NO enviadas al Consejo de Universidades

Nº de modificaciones No comunicadas al Consejo de Universidades: 13

Especificar dichas modificaciones:

Modificación 1: Transformación de tipo 2 a tipo 1 de la asignatura Derecho Laboral y Administrativo Turístico.

Modificación 2: Eliminación de requisitos previos de matriculación en el módulo de Gestión de Empresas Turísticas y en las asignaturas Dirección de Recursos Humanos en Empresas Turísticas y Gestión Integral de la Calidad Turística.

Modificación 3: Corrección de error tipográfico en el enunciado de la CE 9.

Modificación 4: Se modifica el requisito previo para cursar el Módulo de Proyección Profesional. En lugar de exigir haber cursado el módulo de Formación Básica, se exige tener superado los 60 ECTS de dicho módulo.

Modificación 5: Modificación del carácter Obligatorio por Voluntario de las Actividades de Formación Complementaria. Esto supone modificar el total de Materias Obligatorias de 114 a 108 y aumentar el de voluntarias de 60 a 66.

Modificación 6: Flexibilización de los criterios de evaluación. Se elimina la tabla de criterios y pesos según tipo de asignaturas por una formulación más flexible que exige un mínimo de un 10% en participación activa del estudiante, resultado de actividades de aprendizaje y pruebas objetivas.

Modificación 7: Modificación de los contenidos de la asignatura Economía II. Macroeconomía

Modificación 8: Modificación de los contenidos de la asignatura Estructura de Mercados Turísticos

Modificación 9: Eliminar la competencia CT 7: Comunicación oral y escrita en lengua nativa en las materias :

1. Idioma moderno aplicado al sector turístico
2. Francés Turístico III o Alemán Turístico III
3. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Francés o Alemán
4. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Inglés
5. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Francés o Alemán
6. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Inglés

Modificaciones 10, 11 y 12: Se propone añadir al final de la descripción de contenidos un descripción detallada de las competencias adquiridas en cada uno de los niveles del MREL en los siguientes módulos (todos los de idiomas):

1. Idioma moderno aplicado al sector turístico
2. Francés Turístico III o Alemán Turístico III
3. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Francés o Alemán
4. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Inglés
5. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Francés o Alemán
6. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Inglés

Modificación 13: Modificación de los contenidos de la asignatura Fundamentos de Administración de Empresas Turísticas

Justificación breve de las mismas:

Modificación 1: A propuesta de los departamentos implicados se solicita reducir la carga docente de las actividades prácticas.

Modificación 2: Los anteriores requisitos previos de los módulos correspondientes se introdujeron entendiendo éstos como conocimientos previos deseables en los alumnos para que pudieran superar con éxito el programa formativo allí detallado y no como requisitos previos a su matriculación.

Modificación 3: Por error de ortografía aparecía el término “información patrimonio-cultural” en lugar de “económico-patrimonial”.

Modificación 4: Se considera requisito imprescindible que, antes de hacer el módulo de Proyección Profesional (Prácticas en Empresa, Trabajo Fin de Grado y Creación de Empresas), el alumno hay superado todas las asignaturas del módulo de Formación Básica.

Modificación 5: Se considera que las Actividades de Formación Complementaria deben tener un carácter voluntario y no obligatorio.

Modificación 6: Se sustituir la tabla de criterios y pesos de evaluación para cada tipo de asignatura por una fórmula más flexible que de cabida a todas las asignaturas según su naturaleza.

Modificación 7: A petición del departamento de Economía General se acepta la modificación de los contenidos de la asignatura Economía II. Macroeconomía

Modificación 8: A petición del departamento de Economía General se acepta la modificación de los contenidos de la asignatura Estructura de Mercados Turísticos

Modificación 9: A petición del departamento de Filología Francesa e Inglesa, debido a que no se imparten en español, se acepta eliminación de la competencia CT 7: Comunicación oral y escrita en lengua nativa en las materias :

1. Idioma moderno aplicado al sector turístico
2. Francés Turístico III o Alemán Turístico III
3. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Francés o Alemán
4. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Inglés
5. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Francés o Alemán
6. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Inglés

Modificaciones 10, 11 y 12: A petición del departamento de Filología Francesa e Inglesa, se propone añadir al final de la descripción de contenidos un descripción detallada de las competencias adquiridas en cada uno de los niveles del MREL en los siguientes módulos (todos los de idiomas):

1. Idioma moderno aplicado al sector turístico
2. Francés Turístico III o Alemán Turístico III
3. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Francés o Alemán
4. Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Inglés
5. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Francés o Alemán
6. Relaciones interculturales en entornos profesionales en Inglés

Modificación 13: A petición del departamento de Organización de Empresas se acepta la modificación de los contenidos de la asignatura Fundamentos de Administración de Empresas Turísticas.

11) AUDITORÍA INTERNA DEL SGC (en su caso)**No conformidades del Informe de auditoría interna:****Nº de no conformidades recibidas:****Enumerar brevemente las No conformidades detectadas:**

No conformidad 1:

No conformidad N+1:

Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas No conformidades:

No conformidad 1:

No conformidad N+1:

Puntos Fuertes:**Puntos Débiles:****Propuestas concretas de mejora:**

12) PLAN DE MEJORA

<i>Propuesta concreta de mejora</i>	<i>Prioridad</i>	<i>Acciones a desarrollar</i>	<i>Responsables</i>	<i>Fecha de inicio y fin</i>
Mejora de la información pública, proporcionando en la página web del título los principales indicadores del Sistema de Garantía de Calidad del Título.	1	Reunión con el personal técnico gestor de la página web del título para proporcionarle la información necesaria	Coordinador de la Titulación Vicedecano de Comunicación	Segundo semestre del curso 2012-13
Mejorar las recomendaciones de bibliografía básica y complementaria en las fichas de programación docente.	5	Solicitar a los profesores cuya valoración en el indicador correspondiente obtiene valores no satisfactorios la revisión de la bibliografía básica y complementaria recomendada.	Coordinador de la Titulación	Segundo semestre del curso 2012-13
Analizar con los equipos docentes las tasas de rendimiento y éxito.	2	Reunión con los profesores responsables de las asignaturas con tasas de rendimiento y éxito más altas y más bajas	Coordinador de la Titulación	Segundo semestre del curso 2012-13
Aumentar el porcentaje de asignaturas implicadas en Proyectos de Innovación Docente.	3	Facilitar al profesorado del título información y apoyo sobre el proceso de solicitud de proyectos de innovación docente	Equipo decanal	Segundo semestre del curso 2012-13
Aumentar el porcentaje de profesores que alcancen la calificación de excelente en el programa DOCENTIA.	4	Facilitar al profesorado del título información y apoyo sobre el proceso de evaluación en el programa DOCENTIA	Equipo decanal	Febrero de 2013
Fomentar la movilidad de los estudiantes del grado en segundo y tercer curso.	6	Informar y persuadir a los alumnos del título sobre las ventajas y ayudas de los programas de movilidad nacional e internacional	Coordinadores de movilidad nacional e internacional	Segundo semestre del curso 2012-13
Mejorar el proceso de medición del perfil de ingreso	7	Colaboración con la Unidad de Evaluación y Calidad para mejorar la recopilación de datos y los criterios de medición del perfil de ingreso	Comisión de Garantía de Calidad	Segundo semestre del curso 2012-13
Proporcionar indicadores del Buzón de Atención al Usuario y de la encuesta de satisfacción global del PAS desagregados por títulos.	8	Solicitud a la Unidad de Evaluación y Calidad de indicadores desagregados por título	Equipo decanal	Segundo semestre del curso 2012-13