

CES VILLANUEVA



VILLANUEVA
CENTRO UNIVERSITARIO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ÁREA DE COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

**MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO DEL
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES
PÚBLICAS**

CURSO ACADÉMICO 2012/2013

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	3
II.	CRITERIOS.....	3
	A. CRITERIO 1: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE DEL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.....	4
	B. CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.....	7

I.- INTRODUCCIÓN

Esta Memoria tiene su origen en lo señalado en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

El objetivo de esta Memoria Anual es que los responsables del seguimiento del Título en el Centro realicen un autodiagnóstico del desarrollo del Título, y que sus reflexiones permitan entender mejor los logros y las dificultades del mismo. Esta Memoria Anual forma parte de la primera etapa del Seguimiento del Título que culmina con la Acreditación, en caso favorable.

Para la elaboración de la Memoria se han tenido en cuenta las indicaciones de las distintas instituciones implicadas en la Calidad de la Educación Superior, destacando entre estas indicaciones las de disponer de mecanismos formales para el control y revisión de sus Títulos, que aseguren su relevancia y actualidad permanentes, permitiéndoles mantener la confianza de los estudiantes y de otros agentes implicados en la Educación Superior (criterio 1.2). De igual modo, se señala que las instituciones de Educación Superior deben garantizar que recopilan, analizan y utilizan información pertinente para la gestión eficaz de sus programas de estudio y de otras actividades (criterio 1.6), y que publican información actualizada, imparcial y objetiva, tanto cualitativa como cuantitativa, sobre los programas y Títulos que ofrecen (criterio 1.7).

II.- CRITERIOS

En el proceso de seguimiento se han establecido dos criterios que son objeto de análisis por la Comisión de Calidad del Título y/o Centro.

El primero de los criterios hace referencia a la **información pública del Título**. En este criterio se analiza la disponibilidad y accesibilidad de la información necesaria para satisfacer las demandas e intereses de los diferentes grupos que interactúan directa o indirectamente en el proceso formativo.

El segundo de los criterios que analiza la **información proveniente del Sistema de Garantía Interno de Calidad**, permite conocer el desarrollo del Título y los niveles de calidad alcanzados en el programa formativo. En este apartado se encuentra la información relacionada con el análisis de indicadores, información generada por el sistema interno de garantía de la calidad, acciones puestas en marcha por el Centro como consecuencia de los análisis realizados por el mismo, de las recomendaciones efectuadas en los informes de verificación o modificación y de las realizadas como consecuencia de los informes de seguimiento internos (Comisión de Calidad de las Titulaciones de la UCM) y externos (ACAP).

A.- CRITERIO 1: EL ÁREA DE COMUNICACIÓN DEL CES VILLANUEVA PUBLICA EN SU PÁGINA WEB INFORMACIÓN SOBRE EL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Aspectos que se han valorado:

1. La página Web del Centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje). Este Centro garantiza la validez de la información pública disponible.

El enlace de la página Web que contiene esta información es el siguiente:

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/>

2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma.

3. La información presentada se adecúa a lo expresado en la memoria verificada del Título.

DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

Denominación del Título.

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Centro Responsable.

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Centros en los que se imparte.

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Curso académico en el que se implantó

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Tipo de enseñanza (presencial, semipresencial, a distancia)

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas.

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Número total de ECTS del Título

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Número mínimo de ECTS por matrícula y período lectivo, con referencia distintiva a la dedicación a tiempo completo y a tiempo parcial y en Primer curso y resto de cursos)

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Normas de permanencia

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

Idiomas en los que se imparte

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/descripcion.html>

COMPETENCIAS

Competencias generales, transversales y específicas que los estudiantes deben adquirir durante sus estudios

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/competencias.pdf>

Profesiones reguladas para las que capacita, en su caso.

No aplicable

ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

Información dirigida al estudiante de nuevo ingreso

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/index.html>

Vías y requisitos de acceso (GRADOS)

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/index.html>

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/plazas.html>

Pruebas de acceso especiales, en su caso

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/index.html>

Plazos de preinscripción

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/index.html>

La información relativa a los plazos y procedimientos de preinscripción para los alumnos admitidos es facilitada personalmente a través de la secretaría del Centro

Período y requisitos para formalizar la matrícula

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/index.html>

Perfil recomendado para el estudiante de nuevo ingreso

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan-de-estudios.html#link5>

Información sobre transferencia y reconocimiento de créditos.

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/creditos.html>

Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores (sólo en el caso de que el título provenga de la transformación a la nueva legislación de otro título)

<http://www.villanueva.edu/proceso-de-admision/creditos.html>

Cursos de adaptación (plan curricular y condiciones de acceso).

El CES Villanueva entiende que esta información no procede en el caso de la titulación de Grado en Publicidad

Mecanismos de información y orientación para estudiantes matriculados

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan-de-estudios.html#link5>

PLANIFICACIÓN Y CALIDAD DE LA ENSEÑANZA

Cuadro general de la estructura del plan de estudios.

http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan_publicidad.pdf

Calendario de implantación del título

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan-de-estudios.html#link2>

Información general con la distribución de créditos en función del tipo de materia y número de créditos de las asignaturas.

http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/boe_publi.pdf

Breve descripción de los módulos o materias su secuencia temporal y competencias asociadas a cada uno de los módulos o materias.

http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/boe_publi.pdf

Itinerarios formativos (menciones/grados – especialidades/másteres).

No procede

Guías docentes de las asignaturas (contendrá el tipo de asignatura, número de créditos, programa, objetivos de aprendizaje, metodología de aprendizaje, criterios de evaluación e idioma)

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan-de-estudios.html#link3>

Acuerdos o convenios de colaboración y programas de ayuda para el intercambio de estudiantes

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan-de-estudios.html#link4>

Prácticas externas (convenios con entidades públicas o privadas, sistema de tutorías, sistemas de solicitud, criterios de adjudicación...).

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan-de-estudios.html#link6>

Ingreso de estudiantes incluyendo planes de acogida o tutela.

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/plan-de-estudios.html#link6>

<http://www.villanueva.edu/acerca-de-villanueva/identidad-corporativa/tutoria.html>

PERSONAL ACADÉMICO

Estructura y características del profesorado adscrito al título (incluirá al menos el número total de profesores por categorías y el porcentaje de doctores).

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/profesorado.html>
<http://cb.villanueva.edu/claustro/area/comunicacion>

RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Recursos, infraestructuras y servicios de la titulación (aulas informáticas, recursos bibliográficos, bibliotecas, salas de estudio...).

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/recursos.html>

SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

Breve descripción de la organización, composición y funciones del SGIC.

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/calidad.html>

Mejoras implantadas como consecuencia del despliegue del SGIC

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/calidad.html>

Información sobre el sistema de quejas y reclamaciones

<http://www.villanueva.edu/area-de-comunicacion/titulaciones/publicidad/reclamaciones.html>
<http://cb.villanueva.edu/formulario/sugerencias>

Información sobre la inserción laboral

No procede, dado que la Memoria se refiere a la implantación del tercer curso de la titulación de Grado.

B.- CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Aspectos a valorar:

– SUBCRITERIO 1: ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO/CENTRO

Durante los cursos 2012/2013 y 2011/2012 no se han producido cambios en la composición de la Comisión de Calidad de las Titulaciones del Área de Comunicación, integrada por las siguientes personas:

1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.

NOMBRE	APELLIDOS	CATEGORÍA Y/O COLECTIVO
Álvaro	Niño del Portillo	Director del Área de Comunicación del CES Villanueva. Presidente de la Comisión
Carmen	Fuente Cobo	Adjunta a la Dirección del Área de Comunicación del CES Villanueva Coordinadora de las Titulaciones de Grado
José María	Benito García	Subdirector de Alumnos del Área de Comunicación del CES Villanueva
José	Bernardo San Juan	Secretario Académico del Área de Comunicación del CES Villanueva
Mónica	Carbajosa Pérez	Profesora de mayor antigüedad del Área de Comunicación del CES Villanueva
Juan	Piédrola Fornés	Alumno de Publicidad. Representante del alumnado del Área de Comunicación del CES Villanueva.
Juan Luis	García Martín	Director de Informática y Sistemas del CES Villanueva. Representante del PAS
Alfonso	Méndiz Noguera	Profesor Titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Málaga. Agente externo.

1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.

La Comisión de Calidad del Área de Titulaciones en Comunicación es la máxima responsable de la calidad de los grados de Comunicación impartidos en el CES Villanueva y el órgano que garantiza el cumplimiento de los objetivos de calidad de todas y cada una de las titulaciones de Comunicación en que participa dicho centro. Esta Comisión tiene como funciones, entre otras:

- Elaborar el reglamento que regulará el funcionamiento de la propia Comisión de Calidad del Grado, y proponerlo al Consejo de Gobierno para su aprobación.

- Modificar, en su caso, el reglamento con el fin de adecuarlo a nuevos contextos y conseguir su eficacia.
- Gestionar y coordinar el Sistema de Garantía Interna de Calidad y realizar el seguimiento del mismo.
- Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad, las prácticas externas y los programas de movilidad.
- Recoger información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de la titulación (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje, metodología, etc.).
- Gestionar el Sistema de Información de la titulación (información, apoyo y orientación a los estudiantes, coordinación del profesorado, recursos de la titulación, programas de movilidad, prácticas externas, etc.).
- Supervisar el cumplimiento de la política de calidad del título de acuerdo con la política de calidad del CES Villanueva y con la política de calidad de la UCM.
- Promover acciones específicas para fomentar el uso de nuevas metodologías docentes y difundir y hacer visibles las buenas prácticas en materia de calidad.
- Elaborar las directrices que permitan el desarrollo de sistemas de información sobre los objetivos, los recursos disponibles, la gestión y los resultados de la titulación dirigidos a los profesores, los estudiantes y el PAS.

Por acuerdo de la Comisión de Calidad reunida el 26 de enero de 2011, quedó aprobado el reglamento de funcionamiento de dicha comisión, que se adjunta a continuación.



1.3.- Periodicidad de las reuniones.

En el curso 2012/2013 la Comisión de Calidad de las Titulaciones de Grado del Área de Comunicación ha celebrado las siguientes reuniones con el contenido y decisiones que se indican:

- Viernes, 8 de febrero de 2013

Se aprueba solicitar aclaración a la UCM respecto a procedimientos de cálculo de determinados indicadores cuyos resultados no coinciden con los obtenidos por el sistema informático del Centro Universitario Villanueva.

Se aprueba diferenciar los procesos de emisión y recepción de quejas y reclamaciones de los alumnos, de los procesos relacionados exclusivamente con tramitación quejas o solicitudes de índole estrictamente académica. A estos efectos, los informes que se generen a partir del curso 2012/2013 deberán incluir esta diferenciación.

Se aprueba poner en marcha a partir del siguiente curso el estudio de procedimientos más ágiles y enfocados de coordinación vertical en cada uno de los Grados.

Para el siguiente curso, se aprueba también encomendar a uno de los miembros de la Comisión el estudio de la usabilidad de las guías docentes generadas mediante aplicación informática.

Se acuerda estudiar la mejora del sistema de tutorías tanto en su concepto como en la planificación y desarrollo de las mismas (control y seguimiento), dado que éste es uno de los aspectos que destacan por su baja valoración en las encuestas de satisfacción de los alumnos.

Se identifica como un problema sobre el que es preciso trabajar la falta de implicación de los alumnos y se acuerda la necesidad de estudiar la puesta en marcha de procedimientos de motivación.

Se aprueban por unanimidad las Memorias de seguimiento de las titulaciones Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Audiovisual para el curso 2011/2012.

- Viernes, 28 de junio de 2013

Se informa sobre la puesta en marcha del sistema de informes de seguimiento de las titulaciones a través del programa GATACA.

Se informa sobre las aclaraciones en torno a los indicadores disponibles, tras las reuniones y conversaciones mantenidas con la UCM.

Se acuerda la necesidad de abordar la recogida y tratamiento de la información para la generación de los indicadores de movilidad y prácticas, que deberán comenzar a reflejarse en las memorias del curso 2013/2014.

Previamente, en el curso 2012/2012 la Comisión de Calidad de las Titulaciones de Grado del Área de Comunicación había celebrado las siguientes reuniones:

Lunes, 16 de enero de 2012

Viernes, 20 de julio de 2012

En la reunión de enero fueron aprobadas las Memorias de Seguimiento de las Titulaciones de Grado en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas correspondientes al curso 2010/2011. Además, se dio cuenta del nivel de implantación del sistema de garantía de calidad, se identificaron los elementos pendientes de implantación, se acordaron los calendarios y procedimientos de implantación de las encuestas de satisfacción de profesorado y PAS, así como requerir la elaboración de un informe sobre quejas y reclamaciones recibidas a través de los buzones habilitados.

En la reunión de julio fue aprobado el plan de actuaciones llevado a cabo para incorporar a las Memorias del curso 2010/2011 las modificaciones sugeridas por la Oficina de Calidad de la Universidad Complutense. Se acordó también un plan de mejoras del procedimiento de presentación de quejas y reclamaciones.

Se adjuntan en PDF las actas de ambas reuniones



Acta 16 enero 2012



Acta 20 julio 2012

– SUBCRITERIO 2: INDICADORES CUANTITATIVOS

Se han calculado los indicadores cuantitativos establecidos en el Sistema Interno de Garantía de Calidad, que permiten analizar, entre otros, el cumplimiento o desviación de los objetivos formativos y resultados de aprendizaje.

INDICADORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

	Primer curso implantación	Segundo curso de implantación	Tercer curso implantación	Cuarto curso implantación
Plazas de nuevo ingreso	90	60	60	
Matrícula de nuevo ingreso	60	62	51	
Porcentaje de cobertura	66,7%	103,3%	85,0%	

INDICADORES BÁSICOS DEL PROTOCOLO CURSA

TASA DE RENDIMIENTO	85,0%
TASA DE ABANDONO	6,7%
TASA DE EFICIENCIA DE LOS GRADUADOS	No aplicable (3erº año de implantación, todavía no hay graduados)
TASA DE GRADUACIÓN	No aplicable (3erº año de implantación, todavía no hay graduados)

INDICADORES ESPECÍFICOS DE LA UCM

TASA DE ÉXITO	89,9%
TASA DE DEMANDA GRADO 1ª OPCIÓN	166,7%
TASA DEMANDA GRADO RESTO OPCIONES	No aplicable (los alumnos acuden directamente; Villanueva no es una opción entre muchas, sino la única para ellos)
TASA DE ADECUACIÓN TITULACIÓN	No aplicable (no es el procedimiento del Centro Universitario Villanueva porque los alumnos acuden directamente al centro)
TASA DE DEMANDA MÁSTER	No aplicable (no hay Máster implantado)
TASA DE DEMANDA MÁSTER RESTO OPC.	No aplicable (no hay Máster implantado)

TASA PARTICIPACIÓN EN P. EVAL. DOC.	67,6%
TASA DE EVALUACIÓN EN P. EVAL.DOC.	58,8%
TASA DE EVALUACIÓN POSITIVA EN P. EVAL. DOC.	82,6%
TASA DE MOVILIDAD DE GRADUADOS	No aplicable (todavía no hay graduados)
SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS EXT.	7,86
SATISFACCIÓN CON LA MOVILIDAD	Pendiente (datos previstos para la Memoria de Seguimiento 2013/2014)
SATISFACCIÓN DE ALUMNOS CON TÍTULO	7,0
SATISFACCIÓN DE PROFES. CON TÍTULO	8,0
SATISFACCIÓN DEL PAS CON TÍTULO	3,57 (escala 1-5)

2.1.- Análisis de los Resultados Académicos.

a) Evolución del número de estudiantes matriculados y de la tasa de cobertura

Los datos de matriculación del curso 2012/2013 para la titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas muestran un descenso del 17% en el número de alumnos que se matriculan por primera vez. La tasa de cobertura también ha descendido en este curso aunque en menor medida que el descenso experimentado en otras titulaciones.

PUBLICIDAD Y RRPP	Curso 2010/11	Curso 2011/12	Curso 2012/13	% variación sobre curso anterior
Plazas de nuevo ingreso	90	60	60	
Matrícula de nuevo ingreso	60	62	51	-17%
Porcentaje de cobertura	66,7%	103,3%	85%	

Por otra parte, puede observarse que el comportamiento de la tasa de matriculación en la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas en el CES Villanueva, que se mantuvo en el curso anterior por encima de la registrada por otras universidades privadas, se aproxima en éste a la media del sector

Alumnos de nuevo ingreso en universidades privadas de Madrid

	Publicidad		
Centro	2010/11	2011/12	Variación
Nebrija	27	15	-44%
UCJC	14	15	7%
UEM	26	32	23%
UFV	22	13	-41%
CEU	154	93	-40%
Total	243	168	-31%
Villanueva	60	62	3%

Fuente: Comunidad de Madrid, Consejería de Educación. Informe del proceso de ingreso y matriculación. Universidades de la Comunidad de Madrid. Curso 2011-2012

En todo caso, y tal como se indica en la página 25 de esta Memoria, el CES Villanueva ha puesto en marcha un programa de mejora de su oferta académica con objeto de mantenerla competitiva en un entorno de creciente dificultad.

b) Tasas de rendimiento y éxito

Durante el curso 2012/2013 ambas tasas han experimentado un ligero incremento respecto a las obtenidas el curso anterior y permiten vislumbrar que pueda alcanzarse la tasa de eficiencia (93%) establecida como objetivo en la Memoria Verifica.

	Curso 2010/11	Curso 2011/12	Curso 2012/13
TASA DE RENDIMIENTO	87,80%	84,70%	85,0%
TASA DE ÉXITO	89,10%	87,70%	89,9%

Por otra parte, las tasas de rendimiento y éxito obtenidas en la Titulación en el curso 2012/2013 se sitúan por encima del promedio de la Rama y el promedio de la UCM.

Curso 2011/2012	Villanueva	Promedio UCM	Promedio rama
TASA DE RENDIMIENTO	87,4%	80,7%	82%
TASA DE ÉXITO	89,8%	88,2%	72,7%

c) Tasas de pre-abandono y abandono

La tasa de pre-abandono se mantiene en un nivel muy bajo, del 3,3%. La tasa de abandono, por su parte, se sitúa en el curso 2012/2013 también en un nivel bajo, estimado en el 6,7%.

– SUBCRITERIO 3: SISTEMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL TÍTULO COMPROMETIDOS EN LA MEMORIA DE VERIFICACIÓN.

En este subcriterio se procede a analizar el estado de la implantación y resultados de los procedimientos contemplados para el despliegue del Sistema de Garantía Interno de Calidad que son los siguientes:

3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.

3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.

3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

3.5.- Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).

3.6.- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los graduados y de su satisfacción con la formación recibida.

3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.

Durante los cursos 2012/2013 y 2011/2012, la Comisión de Coordinación del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas ha estado integrada por la Coordinador/a de las Titulaciones de Grado del Área de Comunicación, y por los coordinadores de curso (coordinadores de prácticas):

Dra. Da. Carmen Fuente Cobo

Coordinador 1º Publicidad: Dr. D. Miguel Ángel Martín Cárdbaba

Coordinador 2º Publicidad: Dr. D. Miguel Ángel Sánchez de la Nieta

Coordinadora 3º Publicidad: Dra. Da. Alicia Trelles

A pesar de los esfuerzos de coordinación realizados a lo largo del curso 2012/2013, se considera necesario intensificar el trabajo de seguimiento de los programas académicos, especialmente mediante la mejora en la calidad de la información volcada en las guías docentes y en el seguimiento de las mismas.

De la misma manera, se insiste en continuar con el plan de trabajo iniciado en el año anterior para mejorar la coordinación entre asignaturas y profesores y en particular en lo que se refiere a las actividades no presenciales desarrolladas fuera del aula y los trabajos encomendados a los alumnos.

3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

En el curso 2012/2013 han impartido docencia en la titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas un total de 32 profesores, de los cuales 17 son doctores (57%).

Recordemos que, en el curso 2011/2012, el profesorado del Título para los cursos 1º y 2º estaba integrado por un total de 21 profesores, el 48% de los cuales ya eran doctores. Esa cifra que representaba entonces más de la mitad del total previsto (37) en la Memoria Verifica para el total del Título en 2013/2014.

El procedimiento y los protocolos implantados en el título para la evaluación de la calidad docente están basados en el programa Docentia, tal como éste es aplicado en la Universidad Complutense, y del que se han tomado como referencia la mayor parte de los cuestionarios, indicadores y criterios de ponderación de los valores obtenidos en la evaluación final de cada profesor y del conjunto de la titulación.

En concreto, el proceso de evaluación de la calidad docente se realiza en cuatro fases:

1. Cuestionarios de evaluación docente completados por el alumnado, que se procesan al final de cada cuatrimestre. La participación del alumnado es incentivada vía intranet, con mensajes que recuerdan la conveniencia de completar estos cuestionarios, ubicados igualmente en la intranet de alumnos.
2. Cuestionarios de autoevaluación docente (dos) de cada profesor, completados igualmente por éstos al final de cada cuatrimestre, junto con el de satisfacción. Todos ellos están alojados en la intranet del profesor. La coordinación de su activación y cumplimentación recae en los coordinadores de curso.
3. Cuestionario de evaluación del Área/Departamento, completados al final del curso a partir tanto de la información contenida en los cuestionarios precedentes, como de información adicional, siguiendo los modelos y formatos indicados.
4. Informe final de centro y generación de un documento online para cada profesor con indicación de los resultados obtenidos por asignatura y curso. Este documento se completa con un certificado, extendido bajo petición, en el que los resultados obtenidos son trasladados a un valor numérico en una escala 1-5 y sellado por el centro.

Tasas de participación y evaluación de la calidad docente

En el curso 2012/2013 se ha logrado mantener una alta tasa de participación del profesorado en el programa de evaluación docente y, a pesar del incremento del número de profesores, la tasa de evaluación positiva sigue siendo también muy elevada.

PUBLICIDAD Y RR.PP.	Curso 2010/11	Curso 2011/12	Curso 2012/12
TASA PARTICIPACIÓN EN P. EVAL. DOC.	90,91%	69,60%	67,6%
TASA DE EVALUACIÓN EN P. EVAL.DOC.	54,55%	91,30%	58,8%
TASA DE EVALUACIÓN POSITIVA EN P. EVAL. DOC..	54,55%	93,80%	82,6%

La evaluación realizada por los alumnos sobre los profesores que imparten docencia en la titulación arroja igualmente resultados notables. Las medias de valoración obtenidas por los mismos durante el curso 2012/2013 en una escala de 1 a 5 son las siguientes:

1º de Publicidad y RRPP: 3,9
2º de Publicidad y RRPP: 3,8
3º de Publicidad y RRPP: 4,1

Por otra parte, los resultados agregados de calidad docente --que incluye, además de las encuestas de alumnos, los informes procedentes del Centro/Departamento y los resultados de los autoinformes de los profesores-- ponen de manifiesto que el profesorado de Publicidad y Relaciones Públicas obtiene en todos los indicadores una puntuación que supera el 70% del valor máximo atribuible, excepto en la tasa de rendimiento y éxito. La evaluación media del título se sitúa en un 77,2%.

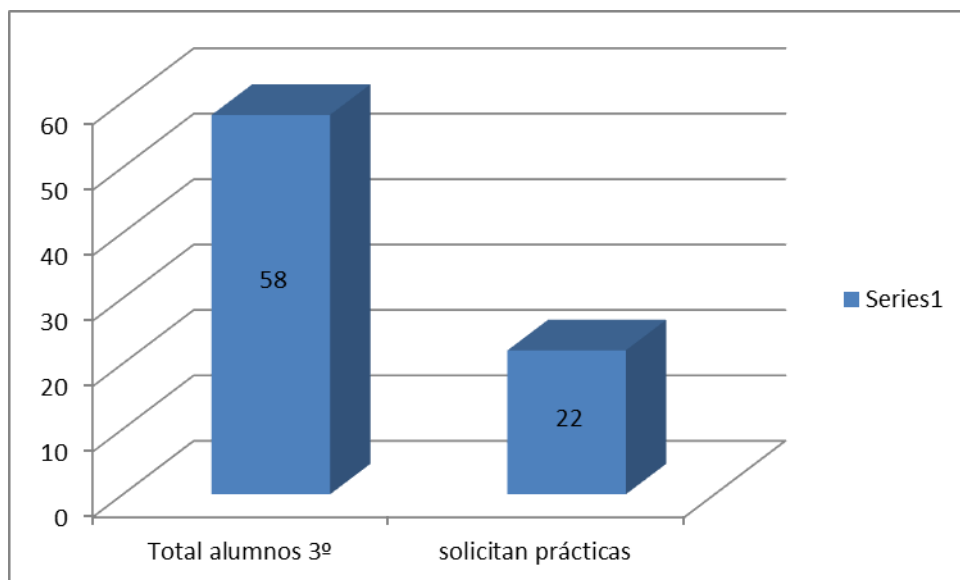
Evaluación de la calidad docente, curso 2012/2013

Participación en planes de formación del profesorado:	85,00%
Adecuación de la asignatura al perfil del profesor:	93,81%
Participación en actividades de coordinación:	74,00%
Adecuación del programa de la asignatura:	89,00%
Cumplimiento formal (entrega programas, asistencia a clase, etc.):	78,25%
Cumplimiento (programa, metodología, evaluación):	76,97%
Adecuación de la metodología para alcanzar los objetivos:	84,81%
Satisfacción del alumnado:	69,00%
Logro de objetivos formativos:	74,56%
Revisión y reflexión para la mejora de la actividad docente:	87,00%

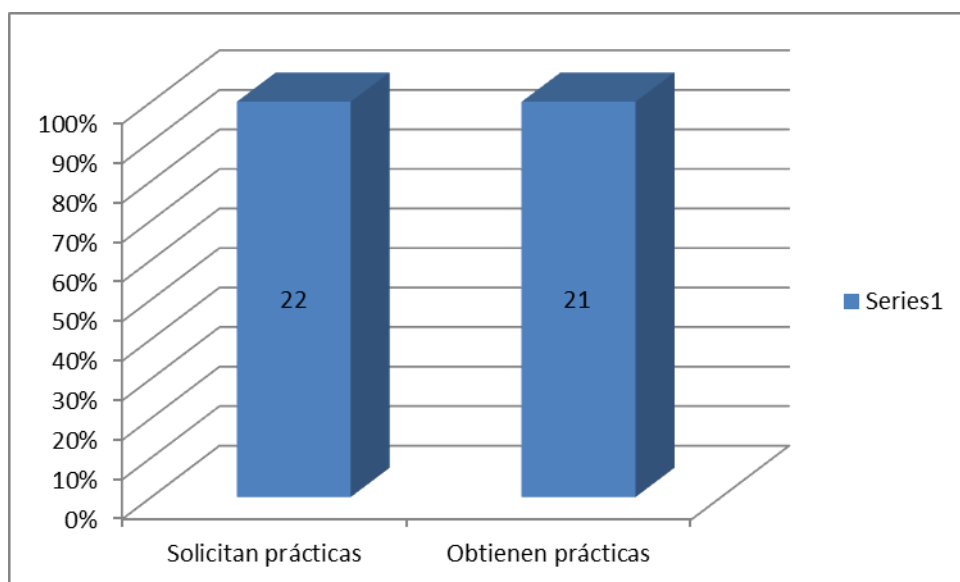
A la vista de los resultados que arrojan las encuestas para la evaluación de la calidad docente en el grado en Comunicación Audiovisual, no se han detectado puntos débiles derivados de este apartado, al situarse todos los ítems analizados en un porcentaje igual o superior al 69% de la valoración.

3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.

En el curso 2012/2013, de los 58 alumnos matriculados en el tercer curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas del Centro Universitario Villanueva, un total de 22 han solicitado prácticas externas. El Centro ha asignado prácticas externas a 21 de los 22 alumnos, es decir, a un 95,45 de los alumnos de la titulación que las han solicitado.



En cuanto al único alumno al que no se asignó prácticas, que fue el único de toda el área de Comunicación con el que se produjo esta incidencia, su currículum se envió a 10 empresas y, de ellas, las que trataron de ponerse en contacto con él notificaron al Departamento de Prácticas del centro que había sido imposible localizarlo. Desde el propio departamento se intentó contactar con él, y se pudo comprobar que, efectivamente, esto no era posible.

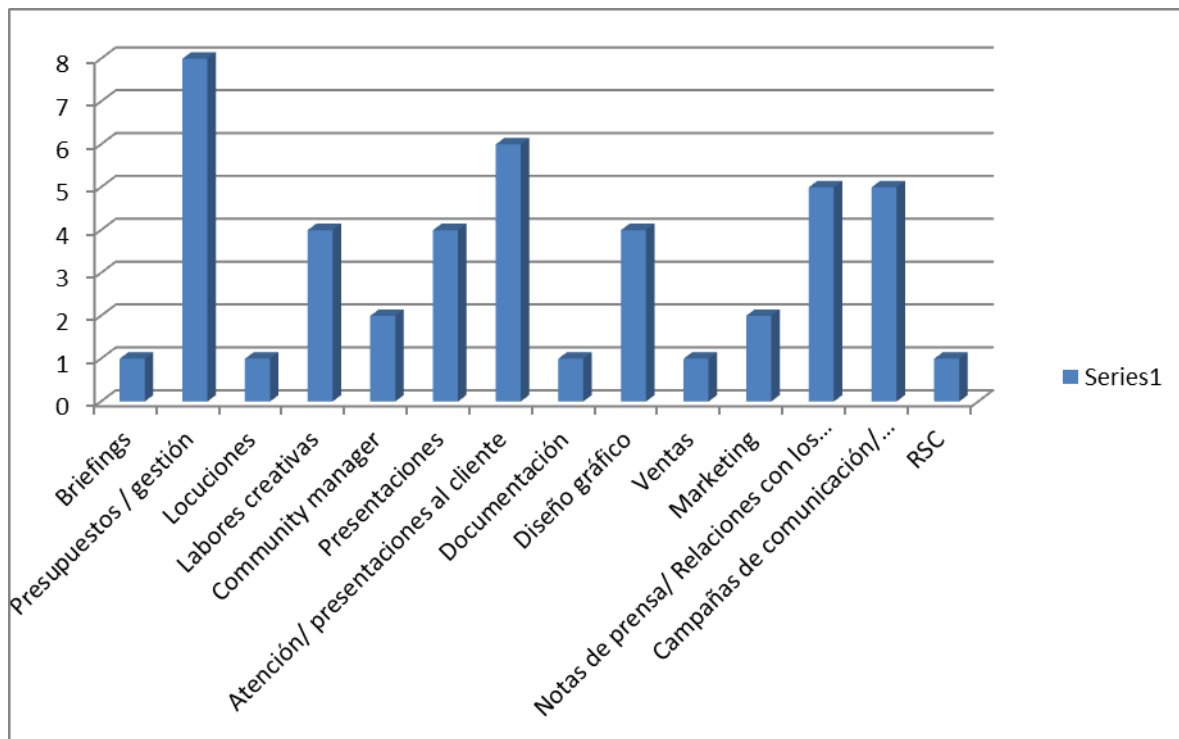


De los 21 alumnos que han obtenido prácticas en el grado en Publicidad y Relaciones Públicas, 18 han participado en la encuesta de valoración de la experiencia. La nota media que arrojan esas encuestas es de 7,86 sobre 10.

Dentro del cuestionario implementado por el Centro Universitario Villanueva se ha preguntado a los alumnos por las tareas realizadas en su periodo de prácticas. De esa

categoría de la encuesta se deriva que todos los alumnos del grado han realizado más de una actividad, y que todas ellas se han correspondido con las labores propias de la profesión, tal como puede apreciarse en estos gráficos:

Briefings	1
Presupuestos / gestión	8
Locuciones	1
Labores creativas	4
Community manager	2
Presentaciones	4
Atención/ presentaciones al cliente	6
Documentación	1
Diseño gráfico	4
Ventas	1
Marketing	2
Notas de prensa/ Relaciones con los medios	5
Campañas de comunicación/ publicitarias	5
RSC	1



En el curso 2012/2013 y tal como estaba previsto, se han implantado los instrumentos considerados en la Memoria Verifica para el seguimiento de la satisfacción del alumnado con las prácticas realizadas. Así, en el mes de octubre de 2013 se ha pasado a los alumnos que han realizado prácticas durante el verano, un cuestionario generado por el Departamento de Prácticas y Orientación Profesional del Área de Comunicación del Centro Universitario Villanueva.

La valoración de la satisfacción con las prácticas asignadas en la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas arroja una nota media de 7,86.

3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

Para el intercambio de alumnos del Grado en Comunicación Audiovisual, el Centro Universitario Villanueva tiene firmados convenios con La Århus Universitet, de Arhus (Dinamarca), la Glasgow Caledonian University (Escocia, Reino Unido), la Université de Paris-Sorbonne (Paris IV) (Francia), la Università Cattolica del Sacro Cuore de Milán (Italia) y la University of Cumbria (Lancaster, Reino Unido).

En el curso 2012-2013 dos alumnas del grado en Publicidad y Relaciones Públicas del Centro Universitario Villanueva han participado en programas de movilidad. Una de ellas ha disfrutado de una beca Erasmus en la Glasgow Caledonian University (Escocia, Reino Unido) y la otra en la Århus Universitet, de Arhus (Dinamarca).

Además, 10 de las 11 alumnas internacionales que el Centro Universitario Villanueva ha recibido a través del programa Erasmus en su área de Comunicación se han matriculado en un total de 16 asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

El Centro Universitario Villanueva está trabajando en la implementación de una encuesta para valorar la calidad de sus programas de movilidad, datos que previsiblemente estarán disponibles para ser incorporados en la próxima memoria de seguimiento, la del presente curso 2013/2014.

3.5.- Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).

Alumnos

La tasa de satisfacción del alumnado con la titulación se ha situado en un nivel similar al del curso anterior, aunque con un ligero descenso, pasando de un 7,4 a un 7,23. Por cursos, esta tasa obtiene los siguientes resultados:

1º de Publicidad y RR.PP.: 7,1

2º de Publicidad y RR.PP.: 7,2

3º de Publicidad y RR.PP.: 7,4

En cuanto a los elementos mejor y peor valorados, existen diferencias entre unos cursos y otros.

Aspectos peor valorados

- 1er curso: Utilidad de las guías docentes (5,6) y grado de utilidad de las tutorías presenciales (5,8)
- 2º curso: Canales para realizar quejas y sugerencias (5,7) y grado de utilidad de las tutorías presenciales (5,8)
- 3er curso: Cumplimiento horarios tutorías (5,0) y canales para realizar quejas y sugerencias (5,2)

Aspectos mejor valorados:

- 1er curso: Nivel de cumplimiento de horarios (7,5) e instalaciones para impartir la docencia: aulas de clase, salas de estudio, etc. (7,4).
- 2º curso: Nivel de cumplimiento del horario de las clases diarias (8,0) e instalaciones para impartir la docencia: aulas de clase, salas de estudio, etc. (7,3).
- 3er curso: Nivel de cumplimiento de los horarios de clases (8,7), organización de los contenidos de las asignaturas (7,5), e instalaciones para impartir la docencia: aulas de clase, salas de estudio, etc. (7,5)

Profesores

La tasa de satisfacción del profesorado con la titulación, por su parte, sigue siendo muy elevada, aunque ha perdido algo más de un punto respecto a la del año anterior. En el curso 2012/2013, esta tasa se ha situado en un 8,0.

Por lo que se refiere a los aspectos que obtienen peor puntuación en la evaluación realizada por los profesores, destaca el bajo aprovechamiento de las tutorías por los alumnos (6,0) y el bajo grado de implicación del alumnado (6,3).

Entre los aspectos mejor valorados, destacan la organización de los horarios docentes (8,8) y la relación entre la formación académica que poseen los profesores y las asignaturas que imparten (8,6).

Personal de Administración y Servicios

La tasa de satisfacción global del PAS con la actividad del Centro Universitario Villanueva se sitúa en un 3,57 (en una escala de 1 a 5). Dado que una parte significativa del personal presta su servicio para el conjunto del centro, no es posible realizar una desagregación por titulaciones.

3.6.- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los graduados y de su satisfacción con la formación recibida.

No aplicable en el curso 2012/2013, tercero de implantación de la titulación. Esta información no podrá estar disponible hasta pasados dos años desde la finalización de sus estudios por parte de la primera promoción del nuevo plan de estudios.

3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

Tal como se proponía en la Memoria de Seguimiento del curso 2010/2011 como mejora a implantar en el curso siguiente, al comienzo del curso 2011-2012 se puso en marcha un procedimiento de canalización de las quejas y reclamaciones de los alumnos del Área de Comunicación del C. U. Villanueva. El procedimiento ha quedado establecido de acuerdo con dos mecanismos de intervención:

- A través de la página web.
- A través de la presentación de una instancia en la Secretaría del Área de Comunicación.

En ambos casos el procedimiento incluye la entrega de una copia de la queja o reclamación al alumno así como un número de registro. Las quejas o reclamaciones se conservan en un archivo que a tal efecto fue creado en la Secretaría del centro.

Las quejas o reclamaciones llegan al Secretario Académico del Área de Comunicación quien es el encargado de distribuir las a los Departamentos a los que afecte el contenido de la queja o reclamación. En función de la naturaleza de sus contenidos la respuesta al alumno se realiza por el propio Secretario Académico o por el Departamento afectado, por escrito. En el registro contenido en el Área de Comunicación se incluye también la fecha en que se respondió al alumno así como el modo y los contenidos de la respuesta.

En el curso 2012-2013 se han recibido 27 quejas o reclamaciones en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas del Centro Universitario Villanueva.

- a. Dos de ellas se han recibido a través de la página web del centro.
- b. 25 se han establecido por medio de la presentación de una instancia

Esas quejas o reclamaciones se pueden distribuir de la siguiente forma:

- c. Quejas o reclamaciones referidas a servicios de la universidad (6).
- d. Quejas o reclamaciones referidas al departamento de Prácticas: (6)
- e. Quejas o reclamaciones de carácter académico (15)
 - i. Referidas a exámenes: 9
 - ii. Problemas relacionados con la matriculación: 4
- f. Propuestas: 1
- g. Otros asuntos: 1

SUBCRITERIO 4: TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO.

4.1.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación del Título, realizado por la ANECA, para la mejora de la propuesta realizada.

No aplicable

4.2.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Seguimiento del Título, realizado por la ACAP, para la mejora del Título.

A) Información pública

CAMBIOS EXIGIDOS

- 1. Denominación del título - No existe una separación nítida entre lo que es el título oficial y el título propio, ni queda claro que el alumno puede cursarlo de forma independiente.**

Acciones realizadas: Se ha procedido a modificar la denominación del título en los términos exigidos, como puede comprobarse a través del enlace correspondiente que aparece en la página 5 de esta Memoria.

RECOMENDACIONES DE MEJORA

- 1. Se recomienda que haya un enlace directo a este título desde la página de estudios de la UCM y no a través del enlace de centros adscritos.**

Acciones realizadas: En reunión mantenida el 5 de febrero entre el Vicerrector de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid y los centros adscritos se informó de que esa recomendación se canalizará directamente a través de la UCM.

B) Planificación de las enseñanzas

RECOMENDACIONES DE MEJORA

- 1. Acuerdos o convenios de colaboración y programas de ayuda para el intercambio de estudiantes: “La información que se facilita es de carácter general, lo que resulta poco eficaz para el estudiante. Se recomienda centrarse en el Grado”.**

Acciones realizadas: Se ha ampliado y modificado la información sobre convenios con universidades extranjeras en relación con el Grado, tal como puede apreciarse en las páginas 17 y 18 del presente documento.

- 2. Acuerdos o convenios de colaboración y programas de ayuda para la realización de prácticas externas: “La información que se facilita es de carácter general, lo que resulta poco eficaz para el estudiante. Se recomienda centrarse en el Grado”.**

Acciones realizadas: Se ha ampliado la información sobre gestión de prácticas externas para los alumnos del Grado, tal como puede apreciarse en las páginas 15 y 16 del presente documento.

C) S.I.G.C.

RECOMENDACIONES DE MEJORA

- 1. Mejoras implantadas como consecuencia del despliegue del SICG - En la web aparece un enlace a estos documentos: - Memoria de seguimiento curso 11-12 - Informe de la oficina de calidad de la UCM, pero no se ha podido acceder a esta información en el momento de realizar el seguimiento.**

Acciones realizadas: Se han retirado los enlaces que daban error.

D) Autoinforme

CAMBIOS EXIGIDOS

- 1. Ítem relativo a la calidad de la docencia: “La Comisión ha considerado un aspecto INADECUADO, con la necesidad de subsanación para futuros autoinformes, relativo al ítem de la calidad de la docencia, al no evidenciarse la implantación de un mecanismo para su evaluación, con referencia específica al protocolo, objetivos y actuaciones de mejora, y sin referencia a los resultados concretos”.**

Acciones realizadas: Se muestran en la presente memoria los resultados concretos del Grado en Comunicación Audiovisual, así como aspectos relevantes sobre la titulación, tal como se indica en las páginas 14 y 15 de esta memoria.

RECOMENDACIONES DE MEJORA

1. Ampliar y desagregar la información de las encuestas de satisfacción a los distintos colectivos.

Acciones realizadas: En la Memoria Anual de Seguimiento sí se aprecian datos de las encuestas por colectivos: alumnos, profesores y PAS (pág. 17). Como se advierte en ese apartado, una parte significativa del personal presta su servicio para el conjunto del centro, razón por la cual no se ha podido, en ese punto concreto, realizar una desagregación por titulaciones.

2. Aportar una sistemática por titulaciones en el proceso de recogida y tramitación de quejas y sugerencias.

Acciones realizadas: Se han desagregado por grados los datos de quejas y reclamaciones mostrados en el autoinforme (pág. 18 y 19) y se está trabajando en una sistemática más exhaustiva para el tratamiento de dichas quejas y sugerencias. En esa sistemática se incidirá en la respuesta que se le da a cada reclamación y se incluirán los datos relativos a la tramitación y el resultado final de las quejas y reclamaciones, el porcentaje de quejas analizadas y rechazadas y los plazos de respuesta. Todas estas incorporaciones materializarán, previsiblemente, en la próxima memoria de seguimiento.

E) Puntos débiles

RECOMENDACIONES DE MEJORA

1. Puntos débiles. “Se ha realizado por parte de los responsables de la titulación un análisis de los puntos débiles pero no se ha podido evidenciar los derivados de los resultados de evaluación docente ya que estos no han sido presentados”

Acciones realizadas: Se presenta en esta memoria un desglose porcentual de las variables analizadas en la encuesta para la Evaluación de la calidad docente (pág. 15 de esta Memoria), en la que se muestra que, al no haber ninguna variable cifrada por debajo del 50% de la puntuación máxima, no podemos hablar de puntos débiles en la titulación de Grado en Comunicación Audiovisual.

4.3.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Comisión de Calidad de las Titulaciones de la UCM, para la mejora del Título.

Subcriterio 3

SISTEMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL TÍTULO COMPROMETIDOS EN LA MEMORIA DE VERIFICACIÓN

2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

¿Se analiza la estructura y características del profesorado, además de los resultados del Programa Docencia? ¿Se señalan las dificultades encontradas? ¿Se analizan los resultados obtenidos, además del índice de participación?

CUMPLE PARCIALMENTE

Se recomienda aportar un análisis detallado de los resultados de la evaluación de la calidad de la docencia realizada, que incluya el estudio de los ítems más significativos incluidos en la evaluación.

Se aporta en esta memoria el análisis detallado recomendado, como puede apreciarse en los puntos 3.1. y 3.2. de esta memoria y, en concreto, en la página 15, donde se especifican los puntos tenidos en cuenta en la Evaluación de la calidad docente.

Subcriterio 6

RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO

Aspectos a valorar

1.- ¿Se identifican las fortalezas con las que cuenta el título? ¿Se formula un plan que colabore al mantenimiento de las fortalezas detectadas?

CUMPLE PARCIALMENTE

Se recomienda formular un plan que colabore al mantenimiento de las fortalezas detectadas.

El Centro Universitario Villanueva está trabajando actualmente en el diseño y formulación de un plan orientado a mantener las fortalezas detectadas, tal como se recomienda en el Informe de Seguimiento del Título realizado por la Comisión de Calidad. De momento, el Centro lleva a cabo, como una de las medidas de mantenimiento de las fortalezas, un sistema de contratación del profesorado en el que resulta esencial la adecuación académica del docente al perfil de la asignatura (lo que actualmente supone la mayor fortaleza porque se valora en un 91,79%). Este sistema trae como consecuencia que la adecuación del programa de la asignatura se valore en un 88,84% y que la adecuación de la metodología se valore por encima del 84%.

• SUBCRITERIO 5: MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

En este subcriterio queda recogida cualquier modificación del Plan de Estudios que se haya realizado durante el curso con el consiguiente análisis y posterior descripción de las causas que la han motivado.

5.1.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones sustanciales realizadas.

No aplicable

5.2.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones no sustanciales realizadas.

No aplicable

• **SUBCRITERIO 6: RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.**

Las principales fortalezas de la titulación puestas de manifiesto en las encuestas de satisfacción del alumnado son las siguientes:

1. **Alto nivel de servicio** por parte del profesorado, coordinadores y personal encargado de cada curso, percibido y manifestado por los alumnos por medio de puntuaciones elevadas al cumplimiento del plan docente, de horarios, programas, notificación de calificaciones e información disponible en la web del centro.
2. **Calidad de las instalaciones** y recursos disponibles para la docencia, tanto en lo que se refiere a recursos en aula, como a instalaciones y recursos de producción, prácticas, laboratorios, etc.
3. **Plantilla de profesorado** muy adecuada a los perfiles de las asignaturas, lo que permite una perfecta integración entre los conocimientos y experiencia del profesorado contratado, y las necesidades docentes.

4.3.- Se han realizado las acciones de mejora planteadas en la Memoria de Seguimiento anterior, por la Junta de Centro, para su desarrollo a lo largo del curso 2012-2013.

- a. Mejora del aprovechamiento de las tutorías académicas mediante la puesta en marcha de un plan de mejora de los mecanismos de publicación de horarios, habilitación de espacios y seguimiento coordinado con los profesores de las diferentes asignaturas.

Nivel de cumplimiento: medio. La simultaneidad de dos planes de estudios genera problemas de coordinación que sólo podrán ser definitivamente resueltos en el curso 2014/2015, una vez extinguido el plan de estudios de la

Licenciatura. Las dificultades de coordinación afectan sobre todo a cuestiones de horarios y espacios físicos para atender las tutorías. No obstante, se ha avanzado de manera notable sobre todo en el seguimiento realizado con los profesores de cada asignatura.

- b. Mejora de los mecanismos de coordinación dentro de cada curso y en el conjunto de la Titulación, mediante la puesta en marcha de un procedimiento de trabajo de la Comisión de Coordinación.

Nivel de cumplimiento: alto. A través de los coordinadores designados para cada curso se ha mejorado notablemente la coordinación de los programas formativos definidos por los profesores de las distintas asignaturas. Los coordinadores de curso, designados formalmente y a los que se asigna una dedicación laboral igualmente estipulada, se ha revelado como una fórmula adecuada para mejorar los mecanismos de coordinación docente.

- c. Mejora de los canales de quejas y sugerencias, mediante su reubicación tanto en la web del centro como en la intranet de los alumnos, de manera que se favorezca su visibilidad y uso.

Nivel de cumplimiento: alto. Como ya se ha indicado, en el curso 2012/2013 se ha modificado el emplazamiento de estos canales para hacerlos más visibles y facilitar su uso por parte de los alumnos, que pueden canalizar sus quejas tanto de manera directa a través de un espacio habilitado en su intranet, como indirectamente a través del canal de quejas abierto en la página web del centro. Además, los alumnos pueden hacer llegar sus reclamaciones, solicitudes y quejas mediante escrito razonado tramitado a través de la secretaría de alumnos.

• **SUBCRITERIO 5: MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

En este subcriterio queda recogida cualquier modificación del Plan de Estudios que se haya realizado durante el curso con el consiguiente análisis y posterior descripción de las causas que la han motivado.

5.1.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones sustanciales realizadas.

No aplicable

5.2.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones no sustanciales realizadas.

No aplicable

• **SUBCRITERIO 6: RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.**

Las principales fortalezas de la titulación puestas de manifiesto en las encuestas de satisfacción del alumnado son las siguientes:

4. **Alto nivel de servicio** por parte del profesorado, coordinadores y personal encargado de cada curso, percibido y manifestado por los alumnos por medio de puntuaciones elevadas al cumplimiento del plan docente, de horarios, programas, notificación de calificaciones e información disponible en la web del centro.
 5. **Calidad de las instalaciones** y recursos disponibles para la docencia, tanto en lo que se refiere a recursos en aula, como a instalaciones y recursos de producción, prácticas, laboratorios, etc.
 6. **Plantilla de profesorado** muy adecuada a los perfiles de las asignaturas, lo que permite una perfecta integración entre los conocimientos y experiencia del profesorado contratado, y las necesidades docentes.
- **SUBCRITERIO 7: ENUMERACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES ENCONTRADOS EN EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO, ELEMENTOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL SGIC QUE HA PERMITIDO SU IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS DE LAS CAUSAS Y MEDIDAS DE MEJORA PROPUESTAS INDICANDO EL ESTADO DE LAS MISMAS.**

.- ¿Se presenta un Plan de Mejora para el próximo curso académico 2012-2013? ¿Este Plan de Mejora cuenta con sistemas de seguimiento y delimitación de responsabilidades para su ejecución?

CUMPLE PARCIALMENTE

7.1.- Relación de los puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, elementos del sistema de información del SGIC que ha permitido su identificación y análisis de las causas.

Las debilidades que pueden identificarse a partir de los datos obtenidos de las encuestas de satisfacción de docentes y profesores así como de los datos de matriculación son las siguientes.

1. **Guías docentes** percibidas como herramientas cuya eficacia y utilidad debe mejorarse (aunque su valoración media se sitúa en 5,6).
2. **Escaso conocimiento entre los alumnos de los sistemas de quejas y reclamaciones** implantados

7.2. Análisis del Plan de acciones y medidas de mejora desarrollado a lo largo del curso 2011-2012 con la descripción de la efectividad de las mismas y Propuesta del nuevo Plan

de acciones y medidas de mejora a desarrollar durante el próximo curso académico 2012-2013 o posteriores, en su caso.

Como ya se ha indicado en el punto 4.3, a lo largo del curso 2012/2013 se han implantado las mejoras propuestas en la memoria del curso anterior, aunque debe avanzarse en la consolidación de las mismas ya que algunas de las debilidades que trataban de paliar dichas mejoras siguen estando presentes en la memoria presente.

Para el curso 2013/2014 y a la luz de las debilidades identificadas en el punto 7.1 y en los apartados precedentes, se propone concentrar el plan de mejoras en las siguientes acciones:

1. **Mejora del sistema de tutorías y concienciación sobre su utilidad.** Como se indica en la página 9, la Comisión de Calidad del CES Villanueva está trabajando en la mejora del sistema de tutorías, y esa mejora pasa por la concienciación de los alumnos sobre la importancia de esos encuentros como puesta en común con los profesores del trabajo realizado fuera del aula. Esa concienciación debe partir de la base de que, dadas las dimensiones del Centro Universitario Villanueva, el alumno puede ser atendido de una forma más cercana y personalizada, lo que debería entenderse como un valor añadido del Centro.
2. **Seguimiento de las Guías docentes y adaptación en contenido y formato.** Tratando de dar respuesta al porqué y subsanar el hecho de que las guías docentes sean percibidas como herramientas de eficacia y utilidad escasas, el CES Villanueva va más allá de procurar que toda la información relativa a los contenidos de las asignaturas y los criterios de evaluación docente esté disponible antes del comienzo de las clases. La intención de mejorar en el aspecto cualitativo de las guías docentes es prioritario para el Centro Universitario Villanueva, tal como se advierte en la página 13 de la presente Memoria. Ese deseo se está materializando no sólo en el seguimiento de los programas académicos y en su correspondencia con lo que se imparte en el aula, sino en la implementación de nuevas herramientas, como la creación de una página web por cada asignatura, lo que constituirá un soporte mucho más ágil tanto para la actualización de la guía docente como para su correcto seguimiento a través de los contenidos más adecuados para ello. Esta medida de mejora supone un avance en términos de innovación docente, y es beneficiosa tanto para el profesor que la crea como para sus alumnos. Así, mientras que al profesor le permite una mayor inmediatez en el control de los cambios y la actualización permanente de los contenidos que imparte, el alumno puede acceder de un modo más fácil a la documentación publicada y comprobar como todos los beneficios citados redundan en una mayor fidelidad y correspondencia entre lo que el profesor enseña en el aula y lo inicialmente previsto en la guía docente.

Memoria aprobada por la Junta de Centro el día 27 de marzo de 2014

