Autoinforme de seguimiento curso 2020/21
(Convocatoria febrero 2022)

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Elaborado:	Aprobado:
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de centro
Fecha: 31/01/2022	**Fecha: 31/01/2022**

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Universidad	Universidad de Cádiz	
ID Ministerio	2501754	
Denominación del título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	
Curso académico de implantación	2010/2011	
Web de la titulación	https://ccsociales.uca.es/grados/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas/	
Oferta de título doble	**SÍ**	X
	NO	
En su caso, especificar la/las titulación/es y el/los centro/s	Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados	
Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial-híbrida, virtual, a distancia)	Presencial	
Fecha de verificación	29-07-2010	
En su caso, fecha de la última modificación aprobada	27-07-2018	
En su caso, fecha de la última renovación de la acreditación	18-05-2017	
Sistema de Garantía de Calidad	Centro	X
	Título	

APLICACIONES PARA LA GESTIÓN DOCUMENTAL Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN.
Relación de aplicaciones y herramientas:

APLICACIÓN O HERRAMIENTA	URL	USUARIO	CLAVE
Espacio COLABORA (evidencias)	https://colabora.uca.es	evgrapublici	c201918
Sistema de Información	https://sistemadeinformacion.uca.es	acredita	acredita592

1) INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE (IPD): WEB

Análisis y Valoración:

INDICADOR (TÍTULO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,35	3,48	3,4	-	3,46
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	4,39	4,19	4,4	-	4,08

ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,38	3,47	3,63	-	3,78

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,35	3,48	3,34	-	3,55
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	4,48	4,37	4,41	-	4,24
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,38	3,47	3,63	-	3,78

Para garantizar que la información del título y el centro, se encuentra accesible y actualizada, anualmente se revisa en el seno de la Comisión de Garantía de Calidad, conforme al procedimiento P01 - Difusión de la Información (https://bit.ly/3FCWV19), teniendo en cuenta las necesidades detectadas, en su caso, en los informes de la DEVA y el informe resultante de la auditoría interna realizada por la Inspección General de Servicio sobre la IPD.

La información pública del grado se elabora de acuerdo con el protocolo específico de evaluación de la información pública disponible detallado en el Anexo II de la Guía para el Seguimiento de los Títulos Universitarios Oficiales de Grado y Máster (versión 05, de junio de 2021). Esta información se estructura siguiendo las recomendaciones de la Agencia Andaluza del Conocimiento, tratando de satisfacer las demandas de información de los diferentes grupos de interés, pero, a la vez, intentando que sea comprensible y de fácil acceso para el alumno. En toda la información publicada aparece la fecha de actualización de la misma.

La información que se pública del título cumple con lo exigido por DEVA, como lo demuestran las auditorías que se han ido realizando de manera selectiva cada año en los títulos (P13-02 Informe de AI del SGC: Sección IP: http://deva.aac.es/?id=informestitulos), así como la satisfacción de profesorado y estudiante y PAS que puede ser consultada con más detalle en https://bit.ly/3b5huDK.

Si tenemos en cuenta los cambios provocados por la crisis de la Covid19, tanto el profesorado (4,08), como el alumnado (3,46) consideran que la información recibida a través de los distintos canales de difusión ha sido adecuada y se encuentran satisfechos con la información pública disponible, alineándose con los resultados del Centro.

Apartado Covid19

Por otro lado, Desde la Declaración del Estado de Alarma el 14 de marzo de 2020, la Universidad ha informado puntualmente de todas aquellas normativas, acuerdos, procedimientos, protocolos o instrucciones adoptadas con motivo de la pandemia y la consecuente transformación de la docencia presencial a virtual. Para ello se habilitó un enlace específico para la transmisión y difusión de esta información: https://www.uca.es/coronavirus/.

Además de esta información de carácter general para toda la comunidad universitaria de la UCA, en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se ha venido informando al conjunto de la comunidad universitaria a través de: https://ccsociales.uca.es/informacion-covid/.

Asimismo, se ha enviado información a través de diversos canales de información formales e informales:

- Correo electrónico institucional (sistema conocido como Tavira) a todos los grupos de interés (estudiantado, PDI y PAS);
- Campus Virtual de la Coordinación del Grado (creado *ad hoc* para mantener una comunicación directa con el alumnado);
- Correo electrónico para comunicaciones desde la coordinación de Grado y Decanato con el PDI.
- Perfiles corporativos del Grado en Instagram y Facebook;
- Grupo de WhatsApp de la coordinadora de Grado con los estudiantes representantes del estudiantado.

Puntos Fuertes:
La satisfacción de estudiantes y PDI se mantiene estable y en niveles positivos.

2) APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD

Análisis y Valoración:

La Universidad de Cádiz (UCA), diseñó en 2008 un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) para todos sus centros y títulos, siendo certificado este diseño en el año 2010 por su alineación con los criterios del Programa AUDIT.

Esta primera versión se ha revisado y actualizado a lo largo de los años de acuerdo con las experiencias acumuladas para dar respuesta a las diferentes normativas o protocolos de evaluación. La última de estas revisiones, V3.0, se aprobó en Consejo de Gobierno el 28 de junio de 2021 entrando el SGC en vigor el 1 de octubre del mismo año. Todas las versiones de este Sistema se encuentran publicadas en el siguiente enlace: https://ucalidad.uca.es/versiones-anteriores-del-sgc/

Desde diciembre de 2008 y hasta septiembre de 2021, la Universidad de Cádiz ha contado con un Gestor Documental que ha venido recogiendo los procedimientos propios del SGC hasta su versión 2.0, así como el registro de los distintos documentos que han emanado del mismo. Sin embargo, esta herramienta se muestra insuficiente como soporte único para la gestión de los documentos y evidencias de la versión 3.0 del SGC, con un enfoque hacia la Acreditación Institucional de todos sus centros. Por ello, para la gestión de registros y evidencias la Universidad de Cádiz cuenta actualmente con un sistema que combina el Gestor Documental antes indicado, el Sistema de Información de la UCA y el espacio COLABORA, a fin de poder dar respuesta tanto al proceso de Certificación de los SGC de los centros como a los de Seguimiento y Renovación de la Acreditación de los títulos.

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación hace un seguimiento continuo de los títulos a través de los procesos y procedimientos establecidos en el SCG que le permite detectar las fortalezas y debilidades de los mismos. A partir de ahí establece las oportunas acciones que son recogidas en el correspondiente Plan de Mejora y junto con las recomendaciones de seguimiento de DEVA, son objeto de observancia continua por parte de la CGC con el fin de mejorar la calidad de sus titulaciones.

Además el Centro tiene establecidos unos objetivos de Calidad para el mismo del que se hace un seguimiento a través del cuadro de mando creado con este fin. Estos objetivos junto con otra información de interés son analizados en el Informe Anual de Gestión y Plan de Mejora del Centro del que se hace un seguimiento continuo permitiendo obtener una visión global de los títulos del Centro y es la base para la acreditación del SGC de la Facultad.

Toda la información relativa al SGC del Centro y a su seguimiento está publicada en la web de la Facultad en https://ccsociales.uca.es/politica-de-calidad-del-centro/

Fruto de las acciones anteriormente señaladas podemos destacar:

- El plan de promoción de las titulaciones del Centro: En el que se ha dado difusión a los títulos través de una campaña de publicidad y relaciones públicas en redes sociales.
- Modificación de los planes de estudios para adaptarlos a las demandas de estudiantes y PDI, incorporando, en el caso de Publicidad y Relaciones Públicas, cuatro asignaturas optativas.
- Elaboración de un plan de Orientación profesional de Centro: Para abordar la orientación profesional de manera global y establecer la política a seguir por el Centro en este sentido.
- Participación del Centro en el programa SEA- EU para incrementar la internacionalización de los títulos.

Apartado Covid19

Como consecuencia de la pandemia producida por la Covid19, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz (UCA) aprobó una Adenda a los SGC de los títulos oficiales que imparte (https://bit.ly/3iwhouc), que establecía el modo en que la UCA y sus centros debían adaptar los procedimientos del SGC de los títulos al nuevo escenario. Su principal objetivo fue garantizar el adecuado desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje, así como la adquisición por parte de los estudiantes de los conocimientos y competencias propias de las enseñanzas impartidas en el título durante este periodo.

Al amparo de esta adenda, pudieron adoptarse múltiples decisiones en relación con el seguimiento y evaluación de los títulos, tanto en el ámbito de la UCA en su conjunto como en el propio centro. Una de estas decisiones fue que las encuestas de satisfacción con el título dirigidas a los distintos grupos de interés se aplazaran o fueran sustituidas a fin de obtener información que permitiese realizar un mejor análisis, tanto de las actuaciones llevadas a cabo durante la situación de pandemia como del grado de satisfacción de los distintos grupos de interés. Dichas encuestas fueron elaboradas en el seno de la Asociación de Universidades Públicas Andaluzas con la colaboración de la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA-AAC). Como consecuencia de ello, no se dispone de algunos indicadores contemplados por el SGC, para el curso 2019/2020 de los títulos para el seguimiento y evaluación de estos. Los resultados de esta encuesta se encuentran publicados en el S.I. de la Universidad.

Desde la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación, la Comisión de Garantía de Calidad ha tomado las siguientes decisiones para gestionar el impacto de la Covid19 en el curso 2020/2021:

- Reunirse cuantas veces ha sido necesario para abordar y dar solución a los distintos problemas planteados ante la situación de alerta sanitaria.

- Creación en la web del Centro de un apartado propio relativo a información Covid19 relacionada con la docencia de los títulos (https://ccsociales.uca.es/informacion-covid/).
- Los coordinadores han intensificado su contacto con los estudiantes, que en todo momento les han mantenido informados de la evolución de la docencia, resolviendo todos los problemas que han ido surgiendo.
- Definición en cada momento según el escenario existente de las modalidades de exámenes y sistemas de docencias alternativos al presencial, intentando garantizar en todo momento la calidad de la docencia y la evaluación.
- Definición del sistema para el seguimiento y defensa de los TFG en las modalidades presencial y no presencial.
- Establecimiento de las directrices para la elaboración de las adendas de las asignaturas para poder adaptarlas a los requerimientos que la situación sanitaria impusiese en cada momento.
- Seguimiento de las prácticas en empresas para garantizar a los estudiantes la realización de las mismas y el logro de los créditos correspondientes.
- Seguimiento de la movilidad, que aún en estas circunstancias se ha llevado a cabo.
- Facilitar al profesorado y estudiantes los recursos e infraestructuras necesarios ante esta situación (entre otros, la instalación de cámaras en las aulas para la importación de clases en la modalidad semipresencial). En este sentido la CGC aprobó las normas propias del Centro para el desarrollo de la docencia en consonancia con lo establecido tanto en las de la Universidad como las del Campus de Jerez donde se encuentra el Centro (https://ccsociales.uca.es/informacion-covid/guias-rapidas-de-actuacion/).

Todo ello nos lleva a hacer una valoración positiva de las actuaciones y decisiones de la CGC ante la situación de emergencia sanitaria debido al Covid19 con el objetivo de definir el modo en que la Universidad de Cádiz y sus Centros adaptan los procedimientos del SGC de los títulos a este nuevo escenario para garantizar el desarrollo e implantación de los procesos de enseñanza-aprendizaje, así como la adquisición por parte de los estudiantes de los conocimientos y competencias propias de las enseñanzas impartidas durante este periodo de todos los títulos de la UCA. La UCA toma las decisiones oportunas y necesarias en cada momento a lo largo del periodo de duración de la pandemia de Covid19, así como informa a los centros y a todos sus grupos de interés.

Igualmente, el profesorado responsable de las asignaturas del Grado elaboró un plan de contingencia con los sistemas alternativos de docencia y evaluación a implementar en función de la situación sanitaria provocada por la pandemia y que, una vez aprobadas en CGC, y publicadas como adjunto a la ficha de las asignaturas. Las adendas del Grado en Publicidad y RRPP pueden consultarse en https://asignaturas.uca.es/asig/?titulo=1309&curso=2020-21.

Los procedimientos e indicadores contemplados en el SGC de los Títulos de la UCA, así como las herramientas y formatos utilizados para la obtención de los datos necesarios para el cálculo de los mismos, permiten realizar un adecuado seguimiento del desarrollo e implantación de los títulos en una situación de normalidad.

En situaciones de excepcionalidad en la que el normal desarrollo e implantación de los títulos se vea alterada, esta Adenda a los SGC de los Títulos de la UCA permite actuar sobre los mismos, posibilitando la toma de decisiones sobre los procedimientos y el Manual de Calidad.

Puntos Fuertes:
El centro dispone de un Sistema de Garantía de Calidad consolidado que da cobertura a las necesidades del título.

Fecha del informe DEVA (Especificar qué tipo de informe DEVA) (*)	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Informe de seguimiento 13/07/2021	*Recomendación nº 8:* Mejorar los indicadores generados y difundidos desde el SGC procedentes de datos de encuesta proporcionando información sobre el tamaño y representatividad de la muestra, así como sondear la opinión del PAS y los empleadores en relación con los aspectos de la titulación en los que están implicados. En particular, es importante recoger la valoración de los empleadores sobre las competencias efectivamente adquiridas por los estudiantes.	- Acción de mejora 1: Aunque el tamaño y representatividad de la muestra no se aporta, puesto que la UCA no emplea una muestra sino que realiza su estudio sociológico a toda la población, sí se proporciona el número total de respuestas, el número de personas encuestadas y el porcentaje de participación (en los resultados de las encuestas en el S.I.: https://sistemadeinformacion.uca.es/pentaho/api/repos/%3APublico%3ACalidad%3AEncTitulo%3Aencue_RSGC_P08_01_D.prpt/viewer) - Acción de mejora 2: Respecto a sondear la opinión del PAS, la UCA ya realiza una encuesta de satisfacción al colectivo PAS en relación con los aspectos de la titulación en los que está implicado (https://sistemadeinformacion.uca.es/pentaho/api/repos/%3APublico%3ACalidad%3AEncTitulo%3Aencue_RSGC_P08_01_D.prpt/viewer). - Acción de Mejora 3: En cuanto a recoger la opinión de los empleadores, se ha elaborado un nuevo Sistema de Garantía de Calidad de los Centros 3.0 (en vigor desde el 01/10/2021), que sustituye al anterior SGC 2.0, en cuyo Procedimiento P07 (https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2021/11/P07-Resultados-noviembre-2021.pdf?u) se incluyen medidas para cumplir con el objetivo señalado: "Para recabar información sobre necesidades o expectativas, así como sobre la satisfacción de los empleadores con las competencias adquiridas por los egresados durante sus estudios, el Centro facilitará la participación de este grupo de interés en las Comisiones que estime conveniente, siendo aconsejable que se produzca ese encuentro una vez al año, dejando constancia del mismo. La información obtenida se utilizará para realizar los correspondientes análisis y valoraciones necesarios para el seguimiento de los títulos y de las estrategias de mejora del Centro. La propuesta del Centro es crear una encuesta para empleadores que profundice en cómo valora el colectivo de empleadores las competencias adquiridas por los estudiantes durante su formación y envío de las mismas a las empresas que participan en el programa de prácticas curriculares

(*) Informe de verificación, modificación, seguimiento o renovación de la acreditación.

3) DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA

Análisis y Valoración:

En total, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas tuvo durante el curso 2020-21 a 376 estudiantes matriculados, a los que debe añadirse los 107 matriculados en el Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados y los 133 en Turismo y Publicidad y RRPP.

Las tasas de rendimiento (92,5%), éxito (96,9%) y evaluación (95,4%) del Grado en Publicidad y RRPP se mantienen en niveles muy elevados y por encima de los valores medios del centro, siendo aún más positivos en el caso de los estudiantes del Doble Grado en PUB + MIM y ligeramente inferiores en el Doble Grado con Turismo. La tasa de graduación mantiene una dinámica al alza con respecto al curso 2019-20, alcanzando el 31,8% y por encima del valor mínimo fijado en la memoria del Título (15%). Sin embargo, un indicador que crece y merece ser vigilado de cerca en el Grado en Publicidad y RRPP es la tasa de abandono que alcanza este curso el 20%, lo que supone un incremento del 10% con respecto al curso 2019-20, si bien está muy por debajo de la tasa del centro (35,6%) y está dentro del valor contemplado en la Memoria (20%), está por encima de la media (9,1%)[1] de las universidades públicas andaluzas que imparten el Grado. En cuanto a los dobles grados, la tasa de abandono no supone un problema para el Doble Grado con Marketing e Investigación de Mercados (5%), mientras que en la doble con Turismo esta tasa asciende al 14,3%. En cuanto a la duración media de los estudios, esta se sitúa en 5,2 años, por debajo de la media del centro (5,4) y la tasa de eficiencia (91,1%) ofrece valores muy superiores a los fijados en la Memoria (60%).

INDICADOR (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas)		2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento		89,06%	86%	85,43%	92,2%	92,5%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito		93,71%	93%	92,16%	97,36%	96,9%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)		95,04%	93%	92,7%	94,7%	95,4%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono		20%	9,21%	7,79%	9,33%	20%
ISGC-P04-05: Tasa de graduación		26,25%	42,11%	49,35%	29,33%	31,8%
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia		93,9%	94,74%	94,67%	95,44%	91,1%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios		5,24	4,96	5	5,18	5,2
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas			-	-	-	-
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	3,3%	6,06%	3,41%	3,53%	4,79%
	Movilidad entrante nacional	1,5%	1,1%	0,54%	1,03%	0,53%
	Movilidad saliente internacional	4%	1,65%	5,16%	3,39%	1,86%
	Movilidad saliente nacional	1,2%	-	0,54%	2,09%	0,53%
ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente		2,68	2,75	2,69	-	3,24
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM		2,95	3,27	2,97	-	3,27

[1] Se compara con la media de la tasa de abandono de estas universidades del curso 2017-18, del último que se tienen datos de este indicador.

ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes	4,07	-	4,31	4,1	3,85
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas	4,43	4,45	4,44	4,56	4,79
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas	3,99	3,99	3,89	4,59	3,43
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes	2,9	2,94	3,18	-	3,49

INDICADOR (Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados)		2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento		93,6%	92%	90,51%	96,23%	95,7%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito		97,99%	96%	94,92%	99,05%	98,7%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)		95,52%	96%	95,35%	97,15%	97%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono		-	-	-	-	5%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios	-	-	-	-	-	5,2
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	**Movilidad entrante internacional**	-	-	-	-	-
	Movilidad entrante nacional	-	-	-	-	-
	Movilidad saliente internacional	4,5%	5,83%	9,71%	14,02%	6,54%
	Movilidad saliente nacional	-	-	2,78%	-	2,8%
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes		3,4	-	-	-	-

INDICADOR (Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo)		2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento		92,16%	87%	86,86%	88,86%	86,2%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito		95,82%	94%	94,33%	97,45%	92,7%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)		96,18%	92%	92,08%	91,18%	93%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono		-	-	-	-	14,3%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios	-	-	-	-	-	5,2
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	-	-	-	-	-
	Movilidad entrante nacional	-	-	-	-	-
	Movilidad saliente internacional	6,3%	11,01%	12,04%	9,32%	5,26%
	Movilidad saliente nacional	-	-	1,85%	-	-
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes		3,4	-	-	-	-

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento	78,28%	76%	76,19%	85,6%	81,1%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito	86,52%	86%	85,72%	93,05%	88,1%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)	90,48%	89%	88,88%	91,99%	92%

ISGC-P04-04: Tasa de abandono		24,47%	31,61%	34,63%	35,2%	35,6%
ISGC-P04-05: Tasa de graduación		23,69%	34,33%	33,13%	15,92%	12,7%
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia		91,1%	90,33%	88,34%	88,06%	87,5%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios		4,85	4,98	5,25	5,52	5,4
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas			-	-	-	-
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	2%	4,37%	1,71%	1,18%	1,68%
	Movilidad entrante nacional	0,2%	0,49%	0,25%	0,56%	0,31%
	Movilidad saliente internacional	0,4%	-	1,23%	2,06%	4,92%
	Movilidad saliente nacional	2,9%	3,93%	4,72%	5%	0,68%
ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente		2,59	2,65	2,69	-	3,15
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM		2,8	2,98	3	-	3,3
ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes		-	4,51	4,31	4,4	4,38
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas		-	4,6	4,54	4,68	4,79
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas		-	4,26	4,26	4,67	3,55
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes		2,9	2,94	3,19	-	3,6

Movilidad del estudiantado

En cuanto a los porcentajes de movilidad del estudiantado, la tasa de movilidad internacional entrante crece con respecto al curso previo (4,79%) y supera a la del centro (1,68%), pese a los problemas y restricciones derivados de la gestión de la situación sanitaria, lo que muestra que la tendencia es positiva, que la formación que se ofrece desde el Grado resulta atractiva y que los esfuerzos desarrollados por parte del centro para atraer estudiantes extranjeros están dando sus frutos pese a lo adverso de la situación sanitaria.

Como en los cursos precedentes, desde el vicedecanato de movilidad se han venido desarrollando sesiones informativas para las distintas convocatorias de movilidad, contado con una alta asistencia de estudiantes, así como las numerosas consultas por correo electrónico y en tutorías virtuales. Sin embargo, las restricciones a la movilidad impuestas por la pandemia han tenido un impacto notable en la realización de las estancias.

La movilidad saliente internacional, por el contrario, ha experimentado un retroceso (1,86% frente al 3,39% del curso 2019-20) que debe contextualizarse en el marco de las restricciones a la movilidad y en la pandemia y al escaso atractivo que encontraron los estudiantes en seguir su formación en una universidad extranjera en una modalidad íntegramente online. En este sentido, cabe señalar que los estudiantes que iban a participar en una movilidad fuera de Europa con la beca Santander Grado o la UCA Internacional, tanto entrantes como salientes, se vieron obligados a renunciar debido a las restricciones de movilidad con países del entorno iberoamericano (México, Argentina, Colombia), Estados Unidos, Taiwán, Australia, etc. Asimismo, de los 90 estudiantes salientes seleccionados para la Erasmus KA103 (países de la Unión Europea) en el centro, 42 presentaron la baja, bien porque la

universidad de destino no los aceptaba como medida sanitaria, bien porque no querían disfrutar de una estancia erasmus con clases online o desde España. Así, muchos estudiantes decidieron posponer sus movilidades a este curso, por lo que esperamos que esta tasa refleje una recuperación en autoinforme 2021-22. Cabe destacar, no obstante, que la movilidad internacional de los estudiantes del Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados, aunque se redujo a más de la mitad en relación con el curso 2019-20, presentó un porcentaje del 6,54. Esperamos que estos datos suban en el presente curso.

En relación con la movilidad nacional, esta ha experimentado una reducción tanto en estudiantes entrantes como salientes que, como ya se ha comentado, debe contextualizarse en relación con las restricciones de la pandemia y el escaso atractivo de realizar una estancia de movilidad en una situación en la que la docencia es no presencial o semipresencial en el mejor de los escenarios.

Por otra parte, el grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes, ha subido hasta los 3,49 puntos este curso, ligeramente por debajo de la media del centro (3,6 puntos), pero por encima del valor precedente (3,18), por lo que se observa una evolución positiva.

Satisfacción del alumnado con la coordinación docente

En cuanto al grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente, el indicador muestra una mejoría con respecto al curso 2019-20, el último del que se tienen datos, pasando de 2,69 puntos a 3,24, un valor que sitúa ligeramente por encima de la media del centro (3,15). La coordinación docente se desarrolla de modo horizontal y vertical, se celebran reuniones periódicas de todo tipo. Tienen particular peso las que se celebran entre los miembros del equipo de dirección del Centro, de la Coordinadora de Grado con el profesorado del Grado, y de la Coordinadora de Grado con el alumnado del Centro o de cursos específicos. Este es un tema en el que se viene trabajando para recabar información desde la coordinación del Grado a través de entrevistas con alumnado (https://bit.ly/2GX5g1e, https://bit.ly/2VWCO77) y PDI (https://bit.ly/2HkPh18, https://bit.ly/2T1DPcg, https://bit.ly/2O5Nz4y).

Con los nuevos datos recogidos entre los cursos 2017/18 y 2018/2019, junto a la información recabada entre los grupos de interés consultados mediante actuación avalada (PDI y alumnado) en el curso 2015/16, se crearon equipos docentes para que trabajasen de manera conjunta en la resolución de los solapamientos detectados —el principal motivo de queja expresado por el alumnado en relación con la coordinación docente—. En concreto, y de acuerdo con la problemática de solapamientos y posibles lagunas de contenido, se confeccionaron cuatro equipos de acuerdo con subáreas de conocimiento (Relaciones Públicas, Informática y Diseño, Comunicación Online, y Comunicación Social). De este modo, el enfoque y las labores de coordinación no han recaído únicamente en la figura de la Coordinadora del Grado, ofreciendo así mayores garantías. El listado de equipo docentes, la documentación sobre la actuación avalada de 2015/2016 que se le pasó a cada equipo y las propuestas de mejora que han formulado lo equipos (proyecto de innovación, actuación avalada, eliminación de solapamientos de contenidos, etc.) pueden consultarse en: https://bit.ly/2Uxv3UN. Asimismo, el trabajo de uno de los equipos docentes (Relaciones Públicas) culminó en el desarrollo de una actuación avalada cuyos resultados están disponibles en: https://bit.ly/2HC4vyp.

En esta línea de trabajo, en el curso 2019/2020 se planificó la realización de una actuación avalada que solicitada en julio de 2019 a la Unidad de Innovación Docente denominada "Revisión de los contenidos impartidos en las nuevas asignaturas optativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: control de solapamientos y análisis de las percepciones sobre la coordinación docente", documento disponible en https://bit.ly/3BbiFjH. Dicho proyecto tenía como objetivo general conocer el funcionamiento de las nuevas asignaturas optativas (https://bit.ly/2THO0Hd) que fueron incorporadas a través de una modificación a la Memoria del Grado solicitada en el curso 17/18 y finalmente implantadas en el curso 18/19 (https://bit.ly/2XRb4Tk). Estas asignaturas respondían a carencias que el PDI del título expresó en la actuación avalada realizada en el curso 15/16 y señaló como prioritarias para mejorar el plan de estudios (https://bit.ly/3BbiFjH).

Tras la implantación de las cuatro asignaturas y considerando que los solapamientos habían sido uno de los problemas centrales de la coordinación docente, se planteó la realización de un estudio *ad hoc* que vigilase que no apareciesen nuevos solapamientos de contenidos. Para ello, se realizó un cuestionario destinado a alumnos del Grado que hubieran cursado o cursaran las nuevas optativas, dos grupos focales y el análisis de los resultados de ambas actividades de consulta en relación con el plan de estudios y los contenidos y competencias recogidos en las distintas asignaturas.

La encuesta y un primer grupo focal se realizaron en junio 2020 y un segundo grupo focal con estudiantes se hizo ya en 2021, la memoria final de la actuación avalada está disponible en https://bit.ly/3ABq7V2. Los resultados de esta investigación fueron compartidos con el profesorado del Grado en Publicidad y RRPP a través de una reunión de coordinación docente (https://bit.ly/3tSjmge), en la que se les entregó una presentación con los datos recabados y las conclusiones del trabajo (https://bit.ly/3nUPgVj). En concreto, y en relación con los datos obtenidos a través de la encuesta a estudiantes, expresaron una conformidad de 4,38/5 en relación con la afirmación "Creo que las nuevas optativas que se han incorporado eran necesarias para el Grado" y del 3,66/5 hacia la frase "Estoy satisfecho/a con el contenido y desarrollo de la docencia en esta/s nuevas/s optativa/s".

La encuesta contaba además con preguntas abiertas en las que se consultaba al estudiantado sobre la posible existencia de solapamientos de contenidos entre asignaturas (el problema principal detectado en el pasado en relación con la coordinación docente), así como sobre sus percepciones en torno a qué es la coordinación docente, sobre qué se les está preguntando cuando encuentran este ítem en las encuestas de calidad. Las informaciones recabadas en estas preguntas abiertas de la encuesta fueron la base para la guía de preguntas de los dos grupos focales, de modo que se pudo profundizar tanto en conocer la índole y dimensión de los (escasos) solapamientos detectados, como en lo que identifican como problemas relativos a la coordinación docente.

Los solapamientos identificados por los estudiantes fueron reflejados en un informe cualitativo que fue trasladado por la Coordinadora de Grado a los docentes que coordinan las asignaturas implicadas para que no se volvieran a producir en el curso 2021-2022. Por otra parte, se comprobó que ninguno de los solapamientos encontrados derivaba de un problema de diseño del Plan de Estudios, ya que los programas docentes de las asignaturas afectadas fueron revisados por la Coordinadora de Grado. Los resultados y conclusiones del estudio pueden consultarse en la memoria (https://bit.ly/3ABq7V2) y el informe cualitativo (https://bit.ly/3ApWPZ9).
Finalmente, y con el objetivo de mejorar la coordinación en la distribución de la carga de trabajo para el alumnado durante el semestre, en el curso 16/17 se puso en marcha la creación y difusión de un

calendario interno para que todos los docentes del Grado conozcan en cada semestre la programación de la carga de trabajo de cada asignatura (entregas de trabajos, exposiciones, parciales, etc.), así como cualquier actividad fuera del aula (actividades de campo, conferencias, etc.). Este calendario se ha mantenido ya como una actividad habitual realizada por la coordinadora de Grado con la colaboración del PDI y se comparte no sólo como calendario interno del profesorado, sino también con el estudiantado a través del campus virtual de la Coordinación de Grado (https://bit.ly/3Bia1A2). Desde este curso 2021-22 se ha comenzado a crear también calendario de los dobles grados (Publicidad y RRPP y Turismo y Publicidad y Marketing e Investigación de Mercados) (https://bit.ly/3Bia1A2) ya que, algo que apareció en los grupos focales de la actuación avalada ya referida era que a veces les coincidían las entregas de trabajos que hacían los docentes de los dos Grados.

Elección y realización del Trabajo de Fin de Grado

En lo que respecta a la satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG, el indicador muestra una evolución positiva (3,27 puntos) en línea con la media del centro. Este es un procedimiento en el que se viene trabajando desde el centro desde hace varios cursos para facilitar la elección de tema y tutor, simplificar el procedimiento de asignación e inscripción, ayudar al estudiantado a afrontar la tarea del Trabajo de Fin de Grado, etc. Estas son algunas de las acciones desarrolladas:

- Adelanto de la información sobre asignación de temas y tutores al curso previo para mejorar el porcentaje de asignación directa, es decir: que el estudiante pueda elegir un tema que sea de su interés y pueda trabajar con el tutor más adecuado gracias al acuerdo mutuo (https://bit.ly/2GX5g1e).
- Realización de una actuación avalada por parte de la Dirección del Centro con la colaboración de todos los coordinadores para rediseñar la Guía de TFG de la Facultad en el curso 2017/2018 (https://bit.ly/2Cjk7mW).
- Virtualización de todo el procedimiento de TFG por parte de la Facultad: asignación, depósito y evaluación, gracias al desarrollo y adaptación de la plataforma Evalcomix en el curso 2017/2018 (https://bit.ly/2J9X8At) y creación de la figura del coordinador de TFG que gestiona de manera unificada todas dudas y problemas asociados al procedimiento de asignación y defensa de los trabajos.
- Realización un proyecto de Innovación y mejora docente para la creación de una guía audiovisual para el desarrollo del TFG: “Cápsulas audiovisuales para la mejora de las habilidades investigadoras por parte del alumnado de cuarto curso de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación” en el curso 2018/2019 (https://bit.ly/2TzgalA).
- Realización de una actuación avalada desde el centro que consistió en el desarrollo de unas jornadas informativas para el alumnado de tercero y cuarto para la realización del TFG (“Jornadas para la promoción de la calidad de los TFG”) en el curso 18-19 (https://bit.ly/3crBa6r) y 19-20 (https://bit.ly/2XXr0Vu).
- Durante el Estado de Alarma se informó desde la web del Centro, la Coordinación de Grado y la Coordinación de TFG de las adaptaciones del procedimiento de entrega y defensa del TFG de modo no presencial. Esta modificación fue definida y aprobada por la Comisión de Garantía de Calidad del Centro.

Prácticas externas

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

Con respecto a la satisfacción de los grupos de interés con el desarrollo de las prácticas del título cabe señalar que los resultados de los indicadores alcanzan valores positivos aunque en algunos casos por debajo de la media del centro. En particular, merecen ser analizados los datos de satisfacción de los tutores académicos y de los estudiantes, que han registrado una bajada con respecto al curso previo. La adecuación de la oferta de prácticas es satisfactoria y, de hecho, no se han producido problemas a la hora de adjudicarlas y realizarlas. La satisfacción respecto a esta cuestión es notable. Estos resultados se deben a múltiples factores, entre los que destacan la existencia de un Coordinador de Prácticas externas, dedicado casi en exclusiva a la gestión de las prácticas curriculares de los grados del Centro, junto a la acción del Coordinador del título y el profesorado de las prácticas curriculares. El indicador más positivo es el de los tutores profesionales que expresan una satisfacción con el desempeño del alumnado de 4,79 puntos, mientras que la satisfacción de los tutores académicos es de 3,85 y la del alumnado es de 3,55 puntos, esta valoración se considera positiva, especialmente si se analiza en el contexto de la pandemia. No obstante, para conocer los motivos de estas dos últimas valoraciones se plantea el desarrollo de un estudio cualitativo con estos dos grupos de interés.

Apartado Covid19

En junio de 2020, los Rectores de las Universidades Andaluzas aprobaron los criterios comunes para la adaptación de la enseñanza universitaria a las exigencias sanitarias derivadas de la epidemia de la COVID19 durante el curso académico 2020/2021.

Debido a la emergencia sanitaria, la docencia no pudo desarrollarse de manera presencial y se realizó siguiendo los dos escenarios previstos en el plan de contingencia que se elaboró junto con las fichas de las asignaturas para el curso 20-21, siendo todos los documentos aprobados por la Comisión de Garantía de Calidad del centro. Estos planes de contingencia contenían información sobre los porcentajes en las actividades formativas y el sistema de evaluación en modo presencial, semipresencial y no presencial. Debido a la pandemia no puedo ofrecerse la opción de presencialidad en todo el curso. Sí se impartió docencia en modalidad semipresencial tanto en el primer como en el segundo cuatrimestre. Para ello se dividieron los grupos de estudiantes en dos subgrupos. Cada semana asistía de manera presencial a clase uno de los grupos y el otro permanecía en casa y atendía las clases a través de videoconferencia (todas las aulas contaban con cámaras que se habían instalado expresamente para poder desarrollar la docencia bajo este sistema). Durante los periodos en los que no era posible acceder presencialmente al campus se mantuvo el sistema de teledocencia síncrona y se impartieron las clases a través de la herramienta Google Meet desde el Campus Virtual de cada asignatura. Podemos afirmar que, pese a las dificultades y aunque los docentes tuvieron que adaptarse al sistema de docencia que marcaba la pandemia, no se han detectado incidencias en cuanto a las competencias, resultados de aprendizaje, contenidos, etc. Por otro lado, todos estos cambios que se fueron produciendo en los sistemas de impartición de la docencia fueron aprobados en Comisión de Garantía de la Calidad y los alumnos fueron debidamente informados. Por tanto, y pese a la situación de pandemia, el grado de cumplimiento con la planificación de la enseñanza definida tanto en la memoria como en los planes de contingencia elaborados expresamente para paliar las dificultades derivadas de la Covid19 ha sido muy positivo. Igualmente, no se han detectado incidencias en el plan de estudios en cuanto a la aplicación de contenidos, sistemas de evaluación, metodologías, acciones formativas.

En cuanto a las prácticas académicas, hay que señalar que no se produjeron incidencias tanto para la realización como para finalización de las prácticas. En este sentido hay que destacar que la comunicación con el alumnado fue fluida, resolviendo los problemas que fueron surgiendo.

Finalmente, cada señalar, como ya se ha explicado previamente, que el aspecto en el que encontramos una mayor afección de la situación sanitaria provocada por la covid19 es en la movilidad saliente de nuestros estudiantes, bien porque los países a los que debían trasladarse restringieron el acceso o pasaron toda su docencia a la opción no presencial, bien porque la pandemia y su posible evolución llevó a muchos estudiantes a optar por retrasar la movilidad al siguiente curso.

Puntos Fuertes:
- Las tasas de rendimiento (92,5%), éxito (96,9%) y evaluación (95,4%) del Grado en Publicidad y RRPP se mantienen en niveles muy elevados y por encima de los valores medios del centro, siendo aún más positivos en el caso de los estudiantes del Doble Grado en PUB + MIM. - La satisfacción del alumnado con la coordinación docente continúa mejorando (3,24 frente a 2,69 en el curso 2018-19). - La movilidad internacional entrante vuelve a crecer, situándose por encima de la media del centro (4,79%). - El grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas es muy alto (4,79).

Puntos débiles	Acciones de mejora
Punto débil nº 1: La tasa de abandono ha subido hasta el 20% en el Grado en Publicidad y RRPP.	Acción de mejora nº 1: Realizar un estudio *ad hoc* para conocer las causas del incremento de esta tasa y, a partir de este diagnóstico, proponer acciones correctoras en su caso.

Fecha del informe DEVA (Especificar tipo de informe DEVA) (*)	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Informe de seguimiento 13/07/2021	***Recomendación nº 9:*** Recomendación 9: Tomar medidas para mejorar distintos indicadores de satisfacción. En particular, la satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de las prácticas externas, la satisfacción de los estudiantes en los programas de movilidad y la satisfacción del profesorado con la estructura del plan de estudios	**Acción de mejora 1 [satisfacción del profesorado con la estructura del plan de estudios]:** En el marco de la actuación avalada "Revisión de los contenidos impartidos en las nuevas asignaturas optativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: control de solapamientos y análisis de las percepciones sobre la coordinación docente", se consultó al PDI del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad sobre su satisfacción con la modificación del plan de estudios del título para incorporar 4 nuevas asignaturas. Se obtuvieron 8 respuestas de un universo de 11 personas. Se plantearon dos ítems: 1. Expresa tu conformidad con la siguiente afirmación: "creo que las nuevas optativas que se han incorporado eran necesarias para el Grado". Media de las respuestas: 4,875/5. 2. "Creo que la implantación de las nuevas optativas ha sido correcta". Media de las respuestas: 4,375/5. Evidencias: https://bit.ly/3ABq7V2 , https://bit.ly/3ApWPZ9 Asimismo, la coordinadora de Grado compartió los resultados de la actuación avalada de esta consulta al PDI, así como las opiniones expresadas por el alumnado, en una reunión de coordinación docente (16/06/2021). Evidencias: https://bit.ly/3nTWau8 https://bit.ly/3tSjmge Este curso no se dispone de información sobre el ítem satisfacción del profesorado con la estructura del plan de estudios por parte de la encuesta institucional de Calidad, por lo que no disponemos de datos cuantitativos más allá de nuestro propio estudio. **Acción de mejora 2 [satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de las prácticas externas]:** Se propone el desarrollo de un estudio cualitativo con estudiantes y PDI que tutoriza prácticas externas para conocer las causas del descenso en los niveles de satisfacción. No obstante, los datos obtenidos en el mismo permiten comprobar que las medidas adoptadas han surtido sus efectos y los datos han mejorado. **Acción de mejora 3 [satisfacción de los estudiantes en los programas de movilidad]:** Canalizar la información sobre los programas de movilidad a través de la Vicedecana de Movilidad de la Facultad (vicedecanato

		creado en 2018), responsable directa de charlas informativas. Estas charlas son comunicadas a todos los estudiantes a través del sistema de correo electrónico de la Universidad de Cádiz (Tavira), así como de las redes sociales corporativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en Instagram (https://www.instagram.com/publirrppuca/) y Facebook (https://www.facebook.com/PubliUCA/). Dado que la situación sanitaria provocada por la Covid19 ha tenido un alto impacto en la movilidad saliente del Grado, se plantea continuar con este enfoque a la espera de poder evaluar sus resultados en el próximo autoinforme, en el que se espera que los indicadores mejoren.

(*) Informe de verificación, modificación, seguimiento o renovación de la acreditación.

4) PROFESORADO

Análisis y Valoración:

INDICADOR (TÍTULO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	51,61%	54,55%	45,45%	52,78%	52,38%
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	30%	33,33%	42,42%	61,11%	28,57%
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	3,9	4,1	4,1	4,1	4,3
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	20%	24,4%	24,24%	22,22%	38,1%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	83,33%	75%	100%	87,5%	100%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	16,67%	25%	0%	12,5%	-

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	56,59%	59,73%	56,46%	51,27%	53,09%
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	41,41%	44,3%	48,33%	51,27%	32,1%
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	3,9	4	4,1	4,1	4,2
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	21,09%	22,1%	19,14%	22,78%	19,75%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	66,67%	60,6%	75%	66,67%	75%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	33,33%	39,4%	25%	36,11%	25%

INDICADOR (UNIVERSIDAD)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	48,5%	39,63%	49,78%	46,11%	46,45%

ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	30,9%	33,95%	34,13%	37,7%	33,81%
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	4,1	4,2	4,2	4,2	4,3
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	17,65%	17%	13,36%	17,09%	17,9%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	62,54%	63,2%	69,59%	73,11%	78,95%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	37,46%	36,8%	30,41%	27,21%	21,05%

	Total Profesorado					
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	0	0	0	-	-	1
Catedrático de Escuela Universitaria	3	3	3	3	2	2
Profesor Titular de Universidad	4	3	3	4	4	3
Profesor Titular de Escuela Universitaria	2	3	2	1	1	2
Profesor Contratado Doctor	3	4	4	3	3	5
Profesor Colaborador	3	3	3	3	2	2
Profesor Ayudante Doctor	2	1	6	4	4	7
Profesor Ayudante	0	0	0	-	-	-
Profesor Asociado	3	4	2	2	3	3
Profesor Visitante	0	0	0	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	9	9	10	13	17	17
TOTAL	29	30	33	33	36	42

	Categoría / Totalx100					
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	0%	0%	0%	-	-	2,38%
Catedrático de Escuela Universitaria	10,34%	10%	9,09%	9,09%	5,56%	4,76%
Profesor Titular de Universidad	13,79%	10%	9,09%	12,12%	11,11%	7,14%
Profesor Titular de Escuela Universitaria	6,9%	10%	6,06%	3,03%	2,78%	4,76%
Profesor Contratado Doctor	10,34%	13,33%	12,12%	9,09%	8,33%	11,9%
Profesor Colaborador	10,34%	10%	9,09%	9,09%	5,56%	4,76%
Profesor Ayudante Doctor	6,9%	3,33%	18,18%	12,12%	11,11%	16,67%
Profesor Ayudante	0%	0%	0%	-	-	-
Profesor Asociado	10,34%	13,33%	6,06%	6,06%	8,33%	7,14%
Profesor Visitante	0%	0%	0%	-	-	-

Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	31,03%	30%	30,3%	39,39%	47,22%	40,48%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

	Porcentaje Doctores					
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	-	-	-	-	-	100%
Catedrático de Escuela Universitaria	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Profesor Titular de Universidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Profesor Titular de Escuela Universitaria	50%	33,33%	50%	0%	0%	50%
Profesor Contratado Doctor	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Profesor Colaborador	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	50%	0%
Profesor Ayudante Doctor	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Profesor Ayudante	-	-	-	-	-	-
Profesor Asociado	100%	75%	50%	50%	33,33%	33,33%
Profesor Visitante	-	-	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	11,11%	44,44%	60%	61,54%	47,06%	52,94%
TOTAL	62,1%	66,67%	75,76%	72,73%	63,89%	69,05%

	Experiencia docente (total Quinquenios)					
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	-	-	-	-	-	6
Catedrático de Escuela Universitaria	15	15	16	16	10	12
Profesor Titular de Universidad	16	13	11	11	11	11
Profesor Titular de Escuela Universitaria	8	13	9	5	5	9
Profesor Contratado Doctor	0	0	0	6	6	5

Profesor Colaborador	0	0	0	2	2	10
Profesor Ayudante Doctor	0	0	0	0	0	0
Profesor Ayudante	-	-	-	-	-	-
Profesor Asociado	0	0	0	0	0	0
Profesor Visitante	-	-	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	0	0	0	0	0	0
TOTAL	39	41	36	40	34	53

	Experiencia investigadora (Total Sexenios)					
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	-	-	-	-	-	4
Catedrático de Escuela Universitaria	0	0	0	0	0	0
Profesor Titular de Universidad	4	1	6	4	6	6
Profesor Titular de Escuela Universitaria	0	0	0	0	0	0
Profesor Contratado Doctor	2	3	2	2	3	2
Profesor Colaborador	0	0	0	0	0	0
Profesor Ayudante Doctor	0	0	0	0	0	0
Profesor Ayudante	-	-	-	-	-	-
Profesor Asociado	0	0	0	0	0	0
Profesor Visitante	-	-	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	0	0	0	0	0	0
TOTAL	6	4	8	6	9	12

Los datos sobre la evolución del personal académico del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas desde su implantación reflejan que los profesores que imparten docencia en la titulación tienen una experiencia contrastada, siendo un profesorado cualificado, con experiencia investigadora y docente y con un perfil adecuado para las materias que imparten. La adecuación de la plantilla queda garantizada por el proceso de selección de personal, que se ajusta a la normativa general aplicable a los empleados públicos y que respeta y mantiene lo previsto en el apartado 6 de la memoria de verificación del título

en lo relativo a la adecuación del profesorado para la impartición del título (P09_01-02). Además, la Universidad se preocupa de su formación con cursos de adecuación y actualización. El título cuenta con 9 departamentos que imparten docencia en el mismo, si bien un porcentaje elevado de docencia está asignada al Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad, integrada por profesores especialistas en Publicidad y Relaciones Públicas.

El número total de profesores ha aumentado muy notablemente desde los 29 del curso 2015/16 hasta los 42 del 20-21, como es lógico en un proceso de implantación de un título y, durante los dos últimos cursos, en conexión con la incorporación de cuatro asignaturas optativas del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en respuesta a una de las recomendaciones de mejora recibidas en el informe de renovación de la Acreditación del título y que estaba dirigida a «aumentar la satisfacción del profesorado con la estructura del plan de estudios».

En cuanto a la trayectoria del profesorado, aúna 53 quinquenios y 12 sexenios en el 20/21, cifras estas que deben continuar mejorando en un título joven, pero que presentan una tendencia muy positiva. Se echa en falta una mayor estabilización de la plantilla de profesorado, dado que el Grado (y el Área de Comunicación Audiovisual, que imparte un porcentaje muy elevado de su docencia) es relativamente reciente y se vio afectado por la situación económica imperante durante su implantación. De acuerdo con las peticiones de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y el Departamento de Marketing y Comunicación (se planteó una acción de mejora al respecto en el Autoinforme del curso 2013/14), así como con los planes de la Universidad de Cádiz en políticas de contratación, este problema ya se encuentra en vías de solución, como lo demuestra el incremento de PAD, PCD y PTU en la plantilla en estos años.

En relación con la capacitación del profesorado, debe destacarse la alta participación del PDI en acciones de formación (52,38%), la participación en proyectos de innovación docente del profesorado desciende este curso (28,57% frente al 61,1%) alineándose con las medias del centro (32,1%) y de la universidad (33,81%). Este descenso debe contextualizarse en el marco de la situación de pandemia y los cambios que los docentes tuvieron que adoptar de sus proyectos. En este sentido, la Universidad de Cádiz decidió prorrogar los proyectos de innovación del curso 2019-20 hasta el 2020-21, sin volver a contabilizar los prorrogados en este último curso.

Con el objetivo de fomentar la mejora de estos datos se viene trabajando en la difusión de las convocatorias de innovación acompañadas de una campaña informativa y la celebración de unas jornadas de difusión (https://bit.ly/2CjfKIg) de los resultados de los proyectos de innovación del Centro. En cuanto a la satisfacción del alumnado con la docencia, el indicador ofrece un valor alto (4,3) y en línea con la media del centro (4,2) y la UCA (4,3). Finalmente, cabe destacar el incremento de docentes que han solicitado la evaluación de la calidad de su docencia (38,1%) por encima de los valores del centro (19,75%) y la universidad (17,9%), así como que el 100% de las evaluaciones fue reconociendo la excelencia de su labor docente.

Apartado Covid19

A continuación, se detalla el procedimiento que se siguió para la adaptación de las guías docentes y los procesos de evaluación.

En primer lugar, los Vicerrectorados o Direcciones Generales con competencia elaboraron un borrador de las diversas resoluciones e instrucciones que articularían los procedimientos de adaptación a la docencia no presencial. Para el diseño final de los mismos, se dio participación a los grupos de interés, a través de los decanos y directores de los Centros, los directores de Departamento y el Consejo de Estudiantes.

Por otro lado, se mantuvo el personal académico contratado, con docencia en los títulos, en aplicación tanto de las políticas establecidas por el Ministerio de Universidad, reflejadas en el Real decreto-ley, de 31 de marzo en su disposición adicional duodécima, prorrogando contratos que finalizasen durante el periodo de alarma, como de la propia Universidad, a pesar de la suspensión de los procedimientos selectivos y concurso públicos, conforme a la disposición adicional tercera del Real Decreto por el que se declara el estado de alarma. Para ello, de acuerdo con el apartado cuarto de dicha disposición se acordó de forma motivada la continuación de estos procedimientos por ser indispensables para el funcionamiento básico de los servicios, en este caso, la continuidad de la prestación del servicio docente con las mismas garantías de calidad a pesar del cambio en la modalidad de impartición.

En lo que respecta a la formación del personal académico, se reforzó la formación en competencias digitales, mediante el programa de cursos en abierto y convocatorias específicas de acciones formativas, como el aprendizaje en la creación de modelos de exámenes en el campus virtual de la UCA.

Puntos Fuertes:
- Incremento del número de docentes que han solicitado la evaluación de la calidad de su docencia (38,1%). - El 100% de las evaluaciones de la actividad docente se reconocieron como “excelentes”. - Continúa creciendo el porcentaje de docentes con una relación contractual estable con la universidad y los datos del curso 2020/2021 habrán de reflejar mejoras que ya se han producido. - Crece el número de sexenios de investigación del profesorado. - Aumenta el número de quinquenios reconocidos. - La satisfacción del estudiantado con la docencia es alta (4,3).

Fecha del informe DEVA (Especificar tipo de informe DEVA) (*)	**Recomendaciones recibidas**	**Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones**
Informe de seguimiento 13/07/2021	Recomendación 10: Tomar medidas para mejorar el grado de satisfacción de los estudiantes y PDI con la coordinación entre los profesores del título.	**Acción de mejora 1:** Creación y difusión de un calendario de actividades y entregas de trabajos del Grado para su difusión desde el campus virtual de la coordinación de Grado. Evidencia: https://bit.ly/3Bia1A2 **Acción de mejora 2:** La actuación avalada: “Revisión de los contenidos impartidos en las nuevas asignaturas optativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: control de solapamientos y análisis de las percepciones sobre la coordinación docente” nos ha permitido conocer qué aspectos consideran los estudiantes a la hora de evaluar

		la coordinación docente y se han detectado tres fuentes de problemas (expuestos en este autoinforme y en el informe cualitativo: https://bit.ly/3nOYNxc). Este análisis ha sido compartido por escrito con el PDI del Grado, el director del Departamento de marketing y Comunicación y el Decano de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación, así como a través de una reunión de coordinación docente. Evidencia: https://bit.ly/3tSjmge. Los estudiantes han valorado la coordinación docente con un 3,24, frente al 2,69 del curso 2018-19 (el pasado curso no se hizo esta pregunta). No tenemos datos de este año sobre la satisfacción del PDI sobre esta coordinación porque no se ha incluido en la encuesta institucional. Acción de mejora 3: Creación y difusión de un calendario de actividades y entregas de trabajos de los Dobles Grados en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados y Publicidad y RRPP y Turismo para su difusión desde el campus virtual de la coordinación de grado. Esta acción ya se ha iniciado en el curso 2021-22. Evidencia: https://bit.ly/3Bia1A2

5) INFRAESTRUCTURAS, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

Análisis y Valoración:

INDICADOR (Grado en Publicidad y RRPP)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título	45%	48,84%	51,72%	64,77%	53,16%
ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título	100%	107,5%	108,75%	110%	105,33%
ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título	152,5%	132,5%	120%	201,25%	170,67%
ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título	23,77%	23%	23,1%	23,2%	20,74%
ISGC-P06-07: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	2,86	3,18	3,01	-	3,28
ISGC-P06-08: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	2,82	2,67	3	-	3,16
ISGC-P06-09: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	3,41	3,61	3,51	-	3,47
ISGC-P06-10: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	3,95	3,97	3,91	-	3,92

INDICADOR (Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título	95,24%	100%	100%	90,48%	100%
ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título	105%	110%	105%	105%	105%
ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título	390%	490%	440%	345%	630%
ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título	23,6%	21,6%	20,59%	19,63%	17,76%

INDICADOR (Doble Grado en Publicidad y RRPP y Turismo)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título	76,19%	81,82%	86,36%	45,45%	63,64%
ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título	105%	110%	110%	110%	110%
ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título	225%	205%	180%	230%	150%
ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título	22,11%	19,8%	19,63%	18,64%	24,81%

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título	55,56%	55,32%	63,32%	63,66%	53,55%
ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título	97,66%	91,91%	80,64%	77,87%	83,83%
ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título	132,77%	110,85%	102,13%	106,6%	109,79%
ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título	26,06%	24,5%	22,64%	22,85%	23,91%
ISGC-P06-07: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	2,72	2,74	2,86	-	3,26
ISGC-P06-08: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	2,57	2,51	2,82	-	3,08
ISGC-P06-09: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	3,45	3,6	3,53	-	3,56
ISGC-P06-10: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	4,08	4,14	4,14	-	4,22

La tasa de adecuación de la titulación desciende (53,55%) con respecto al curso precedente (63,66%). Este descenso se encuentra en línea con los valores del Centro (53,55%). Pese a su descenso, se puede afirmar que la tendencia en el medio plazo es positiva si se revisa la serie histórica. En cuanto a la tasa de ocupación, esta desciende ligeramente pero sigue superando el número de plazas ofertadas (105,33%) mientras que la tasa de preferencia presenta un valor que sigue siendo positivo (170,67%) aunque menor que el del curso previo que fue muy alto (201,25%), por encima de los valores del centro (109,79% y de la universidad (145,56%), lo que indica que se trata de un Grado que mantiene su demanda entre los estudiantes. Esta tasa de preferencia tiene su correlato en el incremento en la nota media de admisión, que se situó en un 8,51 frente al 7,15 del curso 2019-20, por encima de los valores del centro y la universidad. El incremento en la nota de corte pese al descenso en la tasa de preferencia se explica por la reducción del número de plazas en el Grado en Publicidad para aumentar el número de plazas en los dos dobles grados de los que participa: Publicidad y RRPP + Turismo y Publicidad y RRPP + Marketing e Investigación de Mercados.

En el caso del Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados, la tasa de adecuación es del 100%, dada la elevadísima tasa de preferencia del este título (630%), el quinto título más solicitado en la Universidad de Cádiz en el curso 20-21.

La tasa de adecuación del Doble Grado en Turismo y Publicidad y Relaciones Públicas es del (63,64%), superior al del Grado y el Centro. Todas las tasas arrojan valores positivos salvo la tasa de renovación (24,81%), que supera en cuatro puntos a la del Grado y se alinea con la media del centro.

Aunque los indicadores del 20-21 se consideran adecuados y positivos —especialmente si se observan los datos del doble grado—, con el objetivo de atraer alumnado con una mayor adecuación el centro desarrolló en mayo de 2021 una campaña de comunicación online en redes para promocionar sus grados y dobles grados, para mejorar el conocimiento que los futuros estudiantes tienen sobre el mismo (https://bit.ly/3BaxOSp). Con esta medida se pretende contribuir a la mejora de las tasas de adecuación, ocupación y preferencia, se espera que los resultados de esta iniciativa se vean reflejados en el próximo autoinforme.

En cuanto al grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica, la satisfacción (3,28) crece en relación con los datos del curso 18-19 (3,01) y se alinea con la media del centro (3,26). En este sentido, debe destacarse la existencia de un plan de acción tutorial desarrollado por la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación que se denomina "Proyecto Compañero" https://bit.ly/3Arnhlc). Este servicio busca ofrecer orientación académica o tutorías personalizadas y se dirige especialmente al alumnado de primer curso. La filosofía del plan es favorecer las tutorías entre iguales, de ahí que cuente con estudiantes de 2º, 3º Y 4º curso de grado quienes, como alumnos Mentores, hacen de guía a los estudiantes universitarios de nuevo ingreso en la titulación. El objetivo principal es fomentar en el alumnado novel mayor independencia y autonomía con respecto a la vida universitaria así como en sus estudios y aprendizaje. Durante el curso 20-21 se recuperó la presencialidad de las actividades del programa aunque adaptada a las limitaciones de aforo de la modalidad semipresencial para garantizar el respeto de la distancia de seguridad.

En cuanto al indicador sobre la satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional, éste muestra un valor positivo (3,16), alineado con el obtenido en el 18-19 (3) y con el del centro (3,08). En este sentido, cabe señalar que el Grado dispone, en colaboración con el Vicerrectorado de Docencia y Formación, la Dirección General de Universidad y Empresa, y la Unidad de Prácticas en Empresa y Empleo de la UCA, de un "Plan Integral de Formación para el Empleo" (PIFE) consiste en un conjunto de actuaciones con el objetivo de facilitar a los alumnos la asimilación de sus objetivos profesionales. Este pone a disposición de los alumnos los servicios que ofrece la Unidad de Prácticas en Empresa y Empleo de la Dirección General de Universidad y Empresa de la Universidad de Cádiz, de forma coordinada, con el fin último de mejorar y desarrollar la empleabilidad de los estudiantes (https://bit.ly/3GCQFGB).

El Centro en 2020 diseño y aprobó su plan de orientación profesional para establecer las directrices y objetivos del de la Facultad en cuanto a esta materia https://ccsociales.uca.es/plan-de-orientacion-profesional/. Dentro del Grado en Publicidad, se han llevado a cabo numerosas conferencias dirigidas a la orientación profesional del alumnado. Merece la pena destacar las llevadas a cabo en colaboración con la escuela de publicidad The Atomic Garden (Tag), en las que el publicitario Rafa Fortis, director de la escuela y director de la agencia Kitchen, ambas en Madrid, ha hablado con nuestros alumnos en seis ocasiones acerca de la profesión publicitaria con especial atención a las competencias necesarias, a la elaboración de un porfolio profesional, y al proceso de búsqueda de empleo (https://bit.ly/3rI4yzm). En la misma línea, desde el profesorado de Grado se han desarrollado iniciativas encaminadas acercar al alumnado a la realidad profesional, cuyo principal exponente es el Festival Universitario Publicitario Mad (https://www.instagram.com/mad_festival/, http://www.madfestival.es) organizado íntegramente por estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y que en el curso de este autoinforme celebró su cuarta edición en un formato íntegramente virtual, con el apoyo de la

Coordinación de Grado y que esta edición fue dedicada a dar visibilidad y a conocer la problemática profesional que afrontan las mujeres (https://bit.ly/3nSFaEF). Asimismo, el decanato de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación colaboró de nuevo como patrocinador en el IV *Branding Day* organizado por SER Empresarios (Cadena SER), un evento sobre comunicación, marketing y emprendimiento (https://bit.ly/343MGWf , https://bit.ly/3nR0WZo).

Finalmente, en relación con la satisfacción de los grupos de interés con los recursos materiales e infraestructuras del título, la satisfacción de los estudiantes es positiva (3,47) y se mantiene en la media del centro (3,56), del mismo modo que la satisfacción del profesorado arroja un valor muy positivo (3,92), aunque ligeramente por debajo de la media de la facultad (4,22). En este sentido, cabe señalar que en este curso académico se instalaron cámaras en todas las aulas de docencia para impartir la docencia semipresencial. Asimismo, desde la Universidad de Cádiz se han impartido diversos talleres a los docentes para mostrar el funcionamiento de dichas cámaras. En líneas generales, tanto profesores como alumnos se han adaptado a la modalidad docente que ha sido necesaria en cada momento del curso pasado.

El Vicerrectorado de Digitalización e Infraestructuras es el encargado de proveer de los recursos telemáticos y digitales para el proceso de enseñanza-aprendizaje de manera que se garantice un buen desarrollo de la docencia no presencial tanto por parte del PDI como de los estudiantes, así como del trabajo no presencial por parte del PAS. Entre otras actuaciones, se crearon espacios virtuales para la docencia y para la defensa de TFG/TFM, se ampliaron las dotaciones de licencias de software específico para ello, y dimensionó adecuadamente el hardware que da soporte al sistema. Dentro del punto de vista técnico, se informa de algunas medidas tomadas para potenciar la plataforma de Campus Virtual, de cara al incremento de actividad como pueden ser el reparto del almacenamiento entre las tres cabinas más potentes de nuestro Centro de Procesamiento de Datos, duplicación del espacio destinado al almacenamiento que estaba previsto para el curso normal, o dotación de 2 máquinas frontales más por plataforma, llegando a 6 nuevas máquinas, doblando la capacidad de las mismas.

Para dotar de conectividad y equipos informáticos a los estudiantes universitarios que, por diversas circunstancias, no disponían de los medios adecuados para atender a los nuevos procedimientos lectivos no presenciales motivados por la situación de alarma, se realizaron convocatorias para la solicitud tanto de paquetes de conexión, consistentes en tarjetas SIMs de datos y routers, como de portátiles en préstamo. Estas convocatorias fueron publicitadas por los canales oficiales de la UCA, incluidas redes sociales y en coordinación con el CEUCA.

Desde el Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones del Vicerrectorado de Cultura se articularon medidas para favorecer la continuidad de todos los servicios, especialmente el de biblioteca con suscripción de colecciones editoriales para ampliar el catálogo on line, como la de Tirant lo Blanch con más de 5.400 monografías en abierto, la adquisición preferente de libros electrónicos, el refuerzo del sistema de atención del personal de biblioteca a la comunidad universitaria a través de medios telemáticos y en colaboración con el Servicio de prevención, el diseño de un sistema de préstamo de ordenadores portátiles a domicilio, y cuando las condiciones de desplazamiento lo permitan, el sistema de préstamos de libros.

El servicio de Prevención es el responsable de la limpieza y desinfección de los espacios de trabajo y de la puesta en marcha de las medidas de seguridad específicas y necesarias en cada fase del confinamiento y la provisión de equipamiento especifico de prevención y seguridad.

Igualmente, hay que destacar que, en los últimos años, se han producido mejoras en los recursos e instalaciones, destacando la creación de un aula Mac y la construcción del edificio del Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social y Sostenible (INDESS) que pone a disposición de los estudiantes una serie de infraestructuras y medios para la docencia e investigación. Además, se ha adquirido software específico que está a disposición tanto del alumnado como del profesorado, potenciando así los recursos disponibles para la impartición de la docencia.

Además, al encontrarse la facultad integrada en un campus con otras titulaciones aparecen sinergias entre ellas y las actividades que cada una lleva a cabo. Igualmente, hay que destacar la existencia de un proyecto para la construcción en el Campus de un nuevo edificio de aulario.

Finalmente, debe señalarse que cada curso se revisan las necesidades existentes en esta materia para poder emprender las inversiones necesarias.

Apartado Covid19

Con motivo de la Declaración del Estado de Alarma en marzo de 2020, y el consecuente cambio de la docencia presencial a no presencial, desde el Vicerrectorado de Digitalización e Infraestructuras, se acometieron una serie de actuaciones dirigidas a dar soporte a todo lo que aquel cambio conllevó. A continuación se indican las más relevantes:

- Ampliación del número de instancias del sistema de videoconferencias BigBlueButton.
- Ampliación de la capacidad de acceso a través de VPN.
- Teletrabajo. Instrucciones y soporte para:
    - Instalación y activación del VPN y conexión en remoto al equipo de trabajo en UCA.
    - Servicio de préstamos de portátiles para teletrabajo.
    - Desviar el teléfono fijo de la UCA al móvil y para la instalación del software 3CX.
    - Uso de videoconferencias para realizar reuniones.
    - Uso de portafirmas
- Puesta en marcha de la web https://www.uca.es/coronavirus/
- Generar videos para la web de cursos en abierto sobre el uso de la herramienta OBS Studio y la operativa para subirlo a Google Drive.
- Se adoptó la solución de apartar las tres máquinas virtuales de BBB en un host físico distinto, de forma que el resto del Campus Virtual quedara aparte.
- Abrir los brokers de VDI de las aulas incrementando el número de puestos virtuales hasta lo posible.
- Abrir los puertos de los equipos de conexión (tráfico cifrado) e instalar tuneladores para permitir que se conecten sin VPN tanto el alumnado como el PDI.
- Desarrollo de un sistema de regeneración de claves automática, de forma que el usuario no tenga que presentarse en las instalaciones físicamente para identificarse https://control.uca.es/regeneracionclave.html
- BIGBLUEBUTTON :
    - De 1 servidor a 5. → 500%
    - De 4 CPU a 76. → 1900%
    - De 8 GB RAM a 490 GB. → 6125%
- CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO DE FICHEROS EN LAS PLATAFORMA MOODLE
    - De 1.7 TB a 5 TB. → 294%
-
- CAPACIDAD DE CONEXIONES AL PORTAL DE CV Y A LAS PLATAFORMAS MOODLE

- Prácticamente se ha duplicado la capacidad

- CAPACIDAD DE CONEXIONES SIMULTÁNEAS A LAS BBDD DEL PORTAL CV Y PLATAFORMAS MOODLE
  - En el Portal CV: de 100 conexiones simultáneas a 300 → 300 %
  - En Moodle: de 850 conexiones simultáneas a 3000 → 353 %
  - Se realiza una reorganización del CV, pasando de 3 ramas a 4.
  - Se sustituye BBB por Google Meet.
  - Se desarrolla un plugin para integrar Google Meet con Moodle.
- Audiovisuales:
  - Se procede a equipar a las aulas de cámaras para posibilitar una docencia mixta presencial/online.
  - Durante el mes de julio se realizan las pruebas y durante el mes de septiembre se procede a la instalación.
  - Se cumple el plazo de instalación y a fecha 30 de septiembre están equipadas 200 aulas en los 4 campus**.**

Puntos Fuertes:
- La tasa de renovación baja tanto en el Grado en Publicidad y RRPP (20,74%) como en el Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados (17,76%), la media del centro se sitúa en un 23,91%. - La tasa de preferencia se mantiene alta en Publicidad y RRPP (170,67%) y muy alta en el Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados (630%).

6) RESULTADOS E INDICADORES

Análisis y Valoración:

INDICADOR (TITULO)	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	30,12%	8,26%	20,38%	14,58%	52,39%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	71,43%	57,14%	58,82%	70,27%	57,78%
ISGC-P07-01_03: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	33,33%	17,39%	9,68%	13,56%	7,69%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,43	3,39	3,61	3,7	3,76
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	4	4,13	4,2	3,68	3,92
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,63	3,59	3,76	3,64	3,83
ISGC-P07-05: Índice de inserción profesional en cualquier sector profesional (año realización encuesta)	12,5	50	66,67	75	33,33
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (año realización encuesta)	100	50	100	66,67	100
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo (año realización encuesta)	0	0	0	0	0
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (año realización encuesta)	100	100	100	83,33	50
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados (año realización encuesta)	3,33	3	3	2,75	3

ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en los estudios realizados (año realización encuesta)	-	-	-	-	3
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,57%	0,25%	0,75%	3,58%	0,48%
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	0,85%	-	-	2,86%	4,31%
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	-	-
ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	0,24%	-

La tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción entre el alumnado presenta una sustancial mejora con respecto al curso precedente (52,39% frente a 14,58%), puede conectarse con que desde la coordinación de Grado se solicitó, no sólo a los estudiantes que participasen en la consulta, sino también a los profesores que tenían docencia el día en el que se haría la encuesta online que dejasen expresamente unos minutos de clase para que los estudiantes pudieran hacerla, así como que les insistieran en la importancia de participar en este tipo de consultas (https://bit.ly/3r5OfMt). Entre el PDI, sin embargo, este porcentaje disminuyó el presente curso (57,78%), si bien sigue muy por encima de la media del centro (41,15%) y la UCA (33,67%). La tasa de respuesta de los egresados, sin embargo, descendió (7,69%) y se encuentra por debajo del valor del centro (10,13%) y la universidad (12,94%).

El grado de satisfacción global del alumnado con el título arroja un valor positivo (3,76) y alineado con la media del centro (3,7) y la universidad (3,58). Asimismo, el grado de satisfacción global del PDI con el título es también positivo y mejora ligeramente con respecto al 19-20 (3,92 frente a 3,68), aunque por debajo del valor del centro (4,22) y la UCA (4,05). En cuanto al grado de satisfacción global del PAS con el título, éste mejora pasando de 3,64 a 3,83.

INDICADOR (CENTRO)	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	10,99%	3,37%	5,72%	13,55%	34,42%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	77,18%	57,42%	44,71%	40,44%	41,15%
ISGC-P07-01_03: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	45,63%	25,93%	4,32%	15,04%	10,13%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,34	3,43	3,43	3,76	3,62
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	4,16	3,85	4,36	3,86	4,12
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,63	3,59	3,76	3,64	3,83
ISGC-P07-05: Índice de inserción profesional en cualquier sector profesional (año realización encuesta)	36,17	53,57	85,71	51,35	46,88
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (año realización encuesta)	100	80	83,33	68,42	80
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo (año realización encuesta)	0	0	16,67	0	6,67
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (año realización encuesta)	29,41	60	50	57,89	53,33
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados (año realización encuesta)	3,27	2,82	2,93	2,73	2,55
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en los estudios realizados (año realización encuesta)	-	-	-	-	2,53
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,28%	0,59%	0,34%	1,32%	0,23%
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	0,67%	1,6%	0,11%	1,09%	2,04%
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	-	0,05%	-	0,06%	0,11%

ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,17%	0,05%	-	0,63%	0,23%

INDICADOR (Universidad)	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	17,43%	8,89%	12,27%	15,58%	33,82%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	39,71%	27,07%	23,13%	17,46%	33,67%
ISGC-P07-01_03: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	41,51%	24,51%	6,7%	16,7%	12,94%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,28	3,21	3,31	3,52	3,58
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	3,82	4,15	3,89	3,94	4,05
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	-	3,62	3,74	3,97	3,85
ISGC-P07-05: Índice de inserción profesional en cualquier sector profesional (año realización encuesta)	30,78	53,85	75	66,76	57,01
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (año realización encuesta)	80,75	86,7	88,89	78,09	84,29
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo (año realización encuesta)	1,24	5,42	3,33	3,98	4,19
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (año realización encuesta)	26,71	46,8	41,11	46,22	51,31
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados (año realización encuesta)	3,36	3,03	2,89	3,2	3,14
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en los estudios realizados (año realización encuesta)	-	-	-	-	3,12
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	2,86%	1,08%	0,72%	0,73%	1,21%
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	1,06%	1,3%	1,23%	2,3%	1,14%
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	0,09%	0,17%	0,13%	0,09%	0,11%
ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,4%	0,33%	0,26%	0,84%	0,31%

Análisis de la inserción laboral y satisfacción con la formación recibida

El índice de inserción profesional en cualquier sector profesional desciende en el curso 20-21 en relación con el 19-20, pasando del 75% al 33,33%, un valor por debajo de las medias del centro (46,88%) y la UCA (57,01%). Por el contrario, el título ofrece mejores datos que centro y universidad cuando se analiza la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados, alcanzando el 100% en el 20-21 frente al 66,67 del 19-20. Por ello consideramos que este dato supone una mejoría y puede conectarse con los esfuerzos que se vienen realizando para mejorar la orientación profesional del alumnado. En cuanto a la tasa de autoempleo, esta ofrece un valor muy inferior (0) a la que registran el centro y la universidad (6,67% y 4,19%, respectivamente), por lo que cabría plantear alguna acción encaminada a la formación para el autoempleo entre el alumnado del título.

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

En cuanto al grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados, la tasa crece en el título en relación con el curso previo, pasando de 2,75 a 3 puntos, alineándose así con la media de la universidad (3,14) y superando la del centro (2,55). Este curso se añade un nuevo parámetro: el grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título, que los egresados valoran con un 3, por encima del valor medio del centro (2,53) y ligeramente por debajo del de la universidad (3,12).

Durante los últimos cursos se viene trabajando con intensidad en la organización de charlas, eventos publicitarios como el MAd Festival (Festival Universitario Publicitario, organizado por el alumnado del Grado), talleres y salidas de campo que permitan al alumnado tener un conocimiento más directo de la práctica profesional y las diferentes opciones profesionales a las que da acceso su formación específica. En este sentido, cabe destacar que desde 2015, 60 estudiantes del Grado acuden al Festival CdeC en San Sebastián, participando la mitad de ellos como colaboradores en la organización del evento bajo la fórmula de prácticas extracurriculares. Durante los cursos 19-20 y 20-21 la asistencia se hizo online, pero en el curso 21-22 se asistirá presencialmente si las condiciones sanitarias lo permiten. Asimismo, desde la coordinación se promueve la participación de los estudiantes en las actividades promovidas por la universidad como el Plan PIFE, cursos de emprendimiento y su participación en concursos creados para estudiantes como el *Versus* del Club de Creativos (la asociación más importante de creativos publicitarios nacional).

Finalmente, en relación con la gestión de incidencias docentes, quejas y sugerencias, crece el indicador de incidencias docentes en relación con dos asignaturas impartidas por el mismo docente. En síntesis, las quejas planteaban que el profesor responsable de la parte teórica de las asignaturas referidas no había impartido parte de sus clases online y semipresenciales y que el material que habían recibido no se correspondía con la ficha oficial de la asignatura. Se les respondió con un resumen de las actuaciones desarrolladas por parte de Decanato tras la recepción de estos BAU y se les trasladó la propuesta aprobada por asentimiento por parte de la Comisión de Garantía de Calidad del centro para resolver el problema.

Puntos Fuertes:
- La tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción entre el alumnado presenta una sustancial mejora con respecto al curso precedente (52,39% frente a 14,58%). - La tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción entre el PDI desciende, pero se mantiene en un porcentaje muy superior a los del centro y la universidad. - Los niveles de satisfacción global con el título de alumnado (3,76), PDI (3,95) y PAS (3,85) se mantienen en valores muy positivos. - La tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados es del 100%, por encima de los valores del centro (80%) y la UCA (84,29).

Puntos débiles	***Acciones de mejora***
Punto débil nº 2: la tasa de autoempleo, esta ofrece un valor muy inferior (0) a la que registran el centro y la universidad (6,67% y 4,19%, respectivamente).	Acción de mejora nº 1: Estudio que permita analizar las causas de la inexistencia de iniciativas de autoempleo entre los egresados del título.

Fecha del informe DEVA (Especificar tipo de informe DEVA) (*)	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Informe de seguimiento 13/07/2021	Recomendación 11: Se recomienda mejorar la inserción laboral tomando las medidas oportunas de mejora (formación, orientación, etc.)	**Acción de mejora 1:** Organización de diversas actividades con profesionales del ámbito de la comunicación con el objetivo de acercar a los estudiantes a la realidad profesional. Entre ellas: - Organización del festival Publicitario MAd, desarrollado por los propios estudiantes del Grado. Este año se realizó la IV edición en una versión de un solo día íntegramente online que se enfocó desde una perspectiva feminista por decisión del alumnado (https://madfestival.es/ , https://www.instagram.com/mad_festival/). - Visita anual al Festival del Club de Creativos en San Sebastián. Cada año 20 estudiantes del Grado asisten al festival acompañados de un docente y con la subvención del transporte por parte de Decanato. En el 20-21 la edición se realizó virtualmente debido a las restricciones impuestas por la pandemia. - Participación en diversos concursos nacionales de publicidad y comunicación. - Charlas online con profesionales de la Comunicación. - Difusión del Plan de Orientación y Formación para el Empleo de la Universidad de Cádiz y sus encuentros empresariales. Evidencias: https://bit.ly/3oeIsz6
Informe de seguimiento 13/07/2021	Recomendación 4: Acercar al alumnado a un conocimiento profundo y actualizado del sector de actividad y facilitar que puedan ir desarrollando un portfolio profesional de cara al acceso a un primer empleo.	**Acción de Mejora 1:** Desarrollo de un repositorio online a modo de portfolio de los mejores trabajos realizados por los estudiantes del título para promover su difusión entre empresas, agencias o creativos que busquen profesionales con los que trabajar. De este modo, se fomenta la digitalización de los recursos de la UCA así como el intercambio entre estudiantes ya que la plataforma sería de acceso público y universal. Para ello, se ha iniciado un proyecto de innovación y mejora docente. Aunque se continúe trabajando en este aspecto, cabe señalar que el título ofrece mejores datos que centro y universidad cuando se analiza la tasa efectiva de inserción profesional en un sector

		profesional relacionado con los estudios realizados, alcanzando el 100% en el 20-21 frente al 66,67 del 19-20 **Evidencia:** https://bit.ly/3qSEgK3

(*) Informe de verificación, modificación, seguimiento o renovación de la acreditación.

PLAN DE MEJORAS

Recomendación DEVA o punto débil	Acciones de mejora a desarrollar	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Indicador de seguimiento (en su caso)
Recomendación nº 8: Mejorar los indicadores generados y difundidos desde el SGC procedentes de datos de encuesta proporcionando información sobre el tamaño y representatividad de la muestra, así como sondear la opinión del PAS y los empleadores en relación con los aspectos de la titulación en los que están implicados. En particular, es importante recoger la valoración de los empleadores sobre las competencias efectivamente adquiridas por los	**Acción de Mejora 1**: Aunque el tamaño y representatividad de la muestra no se aporta, puesto que la UCA no emplea una muestra sino que realiza su estudio sociológico a toda la población, sí se proporciona el número total de respuestas, el número de personas encuestadas y el porcentaje de participación (en los resultados de las encuestas en el S.I.: https://sistemadeinformacion.uca.es/pentaho/api/repos/%3APublico%3ACalidad%3AEncTitulo%3Aencue_RSGC_P08_01_D.prpt/viewer) Responsable: Servicio de Gestión de la Calidad de la UCA Fecha inicio: 01/01/2021 Fecha finalización: 31/12/2021	Unidad de Calidad de la Universidad de Cádiz			
	Acción de Mejora 2: Respecto a sondear la opinión del PAS, la UCA ya realiza una encuesta de satisfacción al colectivo PAS en relación con los aspectos de la titulación en los que está implicado (https://sistemadeinformacion.uca.es/pentaho/api/repos/%3APublico%3ACalidad%3AEncTitulo%3Aencue_RSGC_P08_01_D.prpt/viewer)	Unidad de Calidad de la Universidad de Cádiz			

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

las prácticas externas, la satisfacción de los estudiantes en los programas de movilidad y la satisfacción del profesorado con la estructura del plan de estudios	1. Expresa tu conformidad con la siguiente afirmación: "creo que las nuevas optativas que se han incorporado eran necesarias para el Grado". Media de las respuestas: 4,875/5. 2. "Creo que la implantación de las nuevas optativas ha sido correcta". Media de las respuestas: 4,375/5. Evidencias: Memoria de la actuación avalada: https://colabora.uca.es/share/s/5BHh--QOR1KWuWmg8VZTxQ Informe cualitativo: https://bit.ly/3nOYNxc Asimismo, la coordinadora de Grado compartió los resultados de la actuación avalada de esta consulta al PDI, así como las opiniones expresadas por el alumnado, en una reunión de coordinación docente (16/06/2021). Evidencias: Documento resumen resultados: https://colabora.uca.es/share/s/vuFdDvRCR_6_QBoFxUju6g Este curso no se dispone de información sobre el ítem satisfacción del profesorado con la estructura del plan de por parte de la encuesta institucional de Calidad, por lo que no disponemos de datos cuantitativos más allá de nuestro propio estudio.				4,875, según encuesta propia.
	Acción de mejora 2 [satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de las prácticas externas]: Se propone el desarrollo de un estudio cualitativo con estudiantes y PDI que tutoriza prácticas externas para conocer las causas del descenso en los niveles de satisfacción.	Coordinadora de Grado	Febrero 2022	Diciembre 2022	ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas.
	Acción de mejora 3 [satisfacción de los estudiantes en los programas de movilidad]: Canalizar la información sobre los programas de movilidad a través de la Vicedecana de Movilidad de la Facultad (vicedecanato creado en 2018), responsable directa de charlas informativas. Estas charlas son comunicadas a todos los estudiantes a través del sistema de correo electrónico de la Universidad de Cádiz (Tavira), así como de las redes sociales corporativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en Instagram	Coordinadora de Grado y Responsable de Movilidad	Febrero 2022	Enero 2023	ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto

	(https://www.instagram.com/publirrppuca/) y Facebook (https://www.facebook.com/PubliUCA/). Dado que la situación sanitaria provocada por la Covid19 ha tenido un alto impacto en la movilidad saliente del Grado, se plantea continuar con este enfoque a la espera de poder evaluar sus resultados en el próximo autoinforme, en el que se espera que los indicadores mejoren.				entrantes como salientes.
Recomendación 10: Tomar medidas para mejorar el grado de satisfacción de los estudiantes y PDI con la coordinación entre los profesores del título.	**Acción de mejora 1:** Creación y difusión de un calendario de actividades y entregas de trabajos del Grado para su difusión desde el campus virtual de la coordinación de Grado. Esta iniciativa ya se ha realizado en el primer semestre del curso 2021-22. Evidencia: https://bit.ly/3Bia1A2	Coordinadora de Grado	Cada semestre desde octubre 2021	Cada semestre	ISGC-P04-10: Grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente.
	Acción de mejora 2: La actuación avalada: "Revisión de los contenidos impartidos en las nuevas asignaturas optativas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: control de solapamientos y análisis de las percepciones sobre la coordinación docente" nos ha permitido conocer qué aspectos consideran los estudiantes a la hora de evaluar la coordinación docente y se han detectado tres fuentes de problemas (expuestos en este autoinforme y en el informe cualitativo https://bit.ly/3ApWPZ9). Este análisis ha sido compartido por escrito con el PDI del Grado, el director del Departamento de marketing y Comunicación y el Decano de la Facultad de CC Sociales y de la Comunicación, así como a través de una reunión de coordinación docente (https://bit.ly/3tSjmge). Asimismo, se realizó una encuesta para conocer el grado de satisfacción del PDI con la modificación del plan de estudios e implantación de las asignaturas que se realizó en el curso 208-19 [ver datos acción de mejora 1, recomendación 9]. Los estudiantes han valorado la coordinación docente con un 3,24, frente al 2,69 del curso 2018-19 (en el 19-20 no se hizo esta pregunta). No tenemos datos de este año sobre la satisfacción del PDI sobre esta coordinación porque no se ha incluido en la encuesta institucional.	Coordinadora de Grado	Junio de 2020	Junio de 2021	ISGC-P04-10: Grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente.

	Acción de mejora 3: Creación y difusión de un calendario de actividades y entregas de trabajos de los Dobles Grados en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados y Publicidad y RRPP y Turismo para su difusión desde el campus virtual de la Coordinación de Grado. Esta iniciativa ya se está desarrollando en el curso 2021-21. Evidencias: https://bit.ly/3Bia1A2	Coordinadora de Grado	Cada semestre desde octubre 2021	Cada semestre	ISGC-P04-10: Grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente (dobles grados).
Recomendación 11: Se recomienda mejorar la inserción laboral tomando las medidas oportunas de mejora (formación, orientación, etc.)	**Acción de mejora 1:** Organización de diversas actividades con profesionales del ámbito de la comunicación con el objetivo de acercar a los estudiantes a la realidad profesional. Entre ellas: - Organización del festival Publicitario MAd, desarrollado por los propios estudiantes del Grado. Este año se realizó la IV edición en una versión de un solo día íntegramente online que se enfocó desde una perspectiva feminista por decisión del alumnado (https://madfestival.es/ , https://www.instagram.com/mad_festival/). - Visita anual al Festival del Club de Creativos en San Sebastián. Cada año 20 estudiantes del Grado asisten al festival acompañados de un docente y con la subvención del transporte por parte de Decanato. En el 20-21 la edición se realizó virtualmente debido a las restricciones impuestas por la pandemia. - Participación en diversos concursos nacionales de publicidad y comunicación. - Charlas online con profesionales de la Comunicación. - Difusión del Plan de Orientación y Formación para el Empleo de la Universidad de Cádiz y sus encuentros empresariales. Evidencias: https://bit.ly/3oeIsz6	Coordinadora de Grado	Enero 2022	Enero 2023	ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados.

Recomendación 4: Acercar al alumnado a un conocimiento profundo y actualizado del sector de actividad y facilitar que puedan ir desarrollando un portfolio profesional de cara al acceso a un primer empleo.	**Acción de Mejora 1:** Desarrollo de un repositorio online a modo de portfolio de los mejores trabajos realizados por los estudiantes del título para promover su difusión entre empresas, agencias o creativos que busquen profesionales con los que trabajar. De este modo, se fomenta la digitalización de los recursos de la UCA así como el intercambio entre estudiantes ya que la plataforma sería de acceso público y universal. Aunque se continúe trabajando en este aspecto, cabe señalar que el título ofrece mejores datos que centro y universidad cuando se analiza la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados, alcanzando el 100% en el 20-21 frente al 66,67 del 19-20 Evidencias: Proyecto de innovación y mejora docente que se está desarrollando en el curso 2021-22 https://bit.ly/3qSEgK3	Coordinadora de Grado	Enero 2022	Enero 2023	ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados.
Punto débil nº 1: La tasa de abandono ha subido hasta el 20% en el Grado en Publicidad y RRPP.	**Acción de Mejora 1:** Realizar un estudio ad hoc para conocer las causas del incremento de esta tasa y, a partir de este diagnóstico, proponer acciones correctoras en su caso.	Coordinadora de Grado	Febrero de 2022	Diciembre de 2022	ISGC-P04-04: Tasa de abandono
Punto débil nº 2: la tasa de autoempleo, esta ofrece un valor muy inferior (0) a la que registran el centro y la universidad (6,67% y 4,19%, respectivamente).	**Acción de mejora nº 1:** Estudio que permita analizar las causas de la inexistencia de iniciativas de autoempleo entre los egresados del título.	Coordinadora de Grado	Febrero de 2022	Diciembre de 2022	ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo