

# INFORME DE EVALUACIÓN PARA LA RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD SAN JORGE

CENTROS:

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES UNIVERSITARIOS DE GALICIA (CESUGA)

FECHA DE VERIFICACIÓN: 28 DE MAYO DE 2008

FECHA DE SOLICITUD DE RENOVACIÓN: 31 DE MARZO DE 2015

CÓDIGO RUCT: 2500064

La ACPUA, conforme a lo establecido en el artículo 27.bis del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, ha procedido a realizar la evaluación para la renovación de la acreditación del Título oficial arriba citado.

La evaluación del título ha incluido una visita de un panel de expertos a la universidad, el cual emitió un informe que junto con el resto de la información incluida en el dossier de acreditación fue analizada por la Subcomisión de Evaluación de Titulaciones de la ACPUA.

La Subcomisión de Evaluación de Titulaciones de la ACPUA valoró el título de acuerdo con los criterios recogidos en el modelo de evaluación para la renovación de la acreditación publicado en la página web de la ACPUA y emitió la correspondiente propuesta de informe al objeto de que la universidad pudiera presentar las alegaciones que considerara oportunas y, en su caso, establecer un Plan de Mejora.

Así pues, a la vista de la documentación presentada por la Universidad en el plazo de alegaciones y del nivel de cumplimiento de los criterios de evaluación que se refieren a continuación, la Subcomisión de Evaluación de Titulaciones de la ACPUA emite el siguiente **Informe de Evaluación para la Renovación de la Acreditación:**

<b>FAVORABLE</b>
------------------

así como, cuando proceda, las siguientes recomendaciones, buenas prácticas, puntos fuertes y débiles:

## RECOMENDACIONES:

- Reforzar tanto la visibilidad de CESUGA en la web de la Universidad San Jorge como la futura coordinación de sus equipos docentes.
- Incrementar la actividad y producción investigadora del profesorado.

## BUENAS PRÁCTICAS:

- Programa de evaluaciones externas.

La Evaluación Externa es un proceso de evaluación al que la Universidad San Jorge se presta de forma voluntaria y complementaria a la evaluación de acreditación de las titulaciones integrada dentro del protocolo de las Agencias de Calidad. Se trata de una evaluación presencial, a la que además del análisis de la documentación se le suman varias reuniones con los grupos de interés.

El evaluador externo lleva a cabo una revisión independiente del título de Grado y elabora un Informe de Evaluación destacando los puntos fuertes de la titulación y estableciendo propuestas de mejora.

A través de la Evaluación Externa del título la Universidad San Jorge persigue la consecución de los siguientes objetivos:

- Proporcionar una valoración independiente de la evolución del título desde su implantación.
- Ofrecer una visión global de la situación actual del título.
- Realizar un análisis comparativo entre el título de la Universidad San Jorge y títulos semejantes impartidos por otras universidades nacionales e internacionales.

- Sello de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016.

La Universidad San Jorge ha recibido el sello de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 que reconoce su compromiso con la empleabilidad de sus alumnos. Este sello forma parte de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 que el Ministerio de Empleo y Seguridad Social ha elaborado para mejorar la empleabilidad de los jóvenes, aumentar la calidad y la estabilidad del empleo, promover la igualdad de oportunidades en el acceso al mercado laboral y fomentar el espíritu emprendedor.

Las iniciativas por las que han dado este reconocimiento a la USJ son: la orientación y acompañamiento de estudiantes y titulados destinada a asesorar a los jóvenes para acceder al mercado de trabajo, mejorar sus condiciones laborales o emprender; la formación profesional para el empleo; las estrategias de cooperación entre la empresa y la universidad a través del evento USJ Connecta y la firma de cátedras; el fomento del espíritu emprendedor y la innovación con la iniciativa USJ Grow; los programas de

prácticas en empresas y su interés en que los alumnos tengan cuanto antes una primera experiencia profesional.

### PUNTOS FUERTES:

- Plan de Acción Tutorial.
- Tamaño reducido de los grupos, principalmente en las asignaturas específicas de la titulación, lo que permite un modelo de enseñanza centrado en el aprendizaje de los estudiantes.
- Integración del inglés en el plan de estudios, a través de la oferta de asignaturas impartidas en inglés.
- Carácter profesionalizante del Trabajo de Fin de Grado y de fomento de la emprenduría.
- Instalaciones y equipamientos adecuados a la realidad profesional. Conocimiento por parte de los alumnos del funcionamiento de programas y equipos habituales en el sector profesional.
- Certificaciones AUDIT, ISO 9001 y 14001 de los Sistemas de Garantía de Calidad de la Universidad San Jorge.

### PUNTOS DÉBILES:

- Reducida matrícula de nuevo ingreso en relación con la oferta autorizada.
- Excesivo número de revisiones del plan de estudios en un corto periodo de tiempo.
- Reducida salida de estudiantes en programas de movilidad internacional (outgoing).
- Las diferencias en el nivel de partida en inglés provocan dificultades para componer grupos homogéneos en las asignaturas específicas del idioma. En cursos posteriores existe una doble oferta de algunas asignaturas en inglés y castellano, con lo que la elección de los estudiantes puede suponer una mayor diferenciación del nivel de los estudiantes.

## MOTIVACIÓN:

### ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS DE LA EVALUACIÓN

#### DIMENSIÓN 1. LA GESTIÓN DEL TÍTULO

##### Criterio 1. Organización y desarrollo

El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones.

El grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad San Jorge se imparte en su Facultad de Comunicación, contando también con autorización para impartirse igualmente en el Centro de Estudios Universitarios Superiores de Galicia (CESUGA), centro adscrito a la Universidad San Jorge radicado en A Coruña (si bien en el curso académico 2014/2015 no había iniciado todavía su docencia).

El plan de estudios se ha implantado según lo previsto en la memoria, si bien ha sufrido tres modificaciones en un breve plazo de tiempo (2008, 2013 y 2014). La última de las modificaciones ha ido dirigida al aumento de la troncalidad en las asignaturas de la Facultad de Comunicación (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual y Traducción e Interpretación Intercultural), de tal manera que existe un núcleo básico de asignaturas comunes, fundamentalmente en primero y segundo.

La organización docente se ha realizado a través de un grupo de teoría en primer curso, si bien hay asignaturas comunes a distintos grados en las que se integran estudiantes procedentes de toda la Facultad. No obstante, el tamaño de los grupos en las asignaturas específicas del grado puede considerarse como reducido y muy adecuado para el aprendizaje de los estudiantes.

La oferta de plazas autorizada asciende a 100 plazas. Durante el periodo de implantación la matrícula de nuevo ingreso siempre se ha situado por debajo de dicha oferta, disminuyendo desde los 47 estudiantes en el curso 2008/2009 a los 22 en el curso 2014/2015.

En el plan de estudios tiene una fuerte presencia el idioma inglés, con numerosas asignaturas impartidas en este idioma, si bien existe la opción de cursarlas en castellano. A pesar de que existe una clara apuesta de la Universidad San Jorge hacia la adquisición de competencias comunicativas en inglés, parece que todavía no se ha conseguido alcanzar los resultados previstos en esta área.

En el plan se ofertan dos itinerarios optativos: Estrategias Publicitarias (30 ECTS) y Comunicación Corporativa (30 ECTS).

El título cuenta con los mecanismos de coordinación docente necesarios, de carácter formal e informal, para cumplir con los objetivos planteados sobre nivelación de la carga de trabajo del estudiante, planificación temporal y adquisición de resultados de aprendizaje. La carga de trabajo de los estudiantes resulta proporcionada al tiempo de impartición de las asignaturas.

Se han implantado un amplio abanico de mecanismos de coordinación tanto de carácter vertical como horizontal que garantizan la adquisición de los resultados de aprendizaje. Además, desde el vicedecanato de publicidad y relaciones públicas se realiza una supervisión de los programas para evitar inconsistencias.

Se valora de manera muy positiva la existencia de un Plan de Acción Tutorial (PAT), destinado al acompañamiento académico y profesional al estudiante.

## **Criterio 2. Información y transparencia**

La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

Este criterio se encuentra convalidado debido a que el centro cuenta con una certificación de la implantación de su sistema de garantía de calidad a través del modelo AUDIT.

El proyecto de titulación se encuentra disponible en <http://www.usj.es>, e incluye apartados como: denominación, rama de conocimiento; centro, campus, equipo directivo, créditos ECTS, duración, modalidad, número de plazas de nuevo ingreso, calendario académico, horario, principales campos de estudio de la titulación, itinerarios optativos, prácticas externas, fecha informe favorable ANECA, fecha resolución Consejo de Universidades, fecha de autorización Gobierno de Aragón, fecha de publicación del plan de estudios en el BOE, puesta en marcha y resultados e indicadores.

El plan de estudios contiene la información de las guías docentes, que incluyen sus datos básicos, presentación, competencias, requisitos previos, programación de la materia, metodologías y actividades de enseñanza aprendizaje, sistemas de evaluación y bibliografía.

La información sobre CESUGA se encuentra disponible en <http://cesuga.com>, si bien llama la atención que en el apartado centros de la web de la USJ no hay ninguna referencia a CESUGA, por lo que se recomienda su inclusión.

### **Criterio 3. Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC)**

La institución dispone de un sistema de garantía interna de la calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la mejora continua del título.

Este criterio se encuentra convalidado debido a que el centro cuenta con una certificación de la implantación de su sistema de garantía de calidad a través del modelo AUDIT.

En diciembre de 2011 la Universidad San Jorge obtuvo, por parte de la entidad certificadora AENOR, las certificaciones ISO-9001:2008 (Número de Registro ER-1191/2011) e ISO-14001:2004 (Número de Registro GA-2011/0619) por su Sistema de Gestión Integrado de Calidad y Medio Ambiente.

En noviembre de 2013 la Universidad San Jorge recibió, por parte de la Comisión de Certificación constituida por ANECA, dos informes favorables sin condiciones sobre la implantación de su Sistema de Garantía Interna de Calidad conforme a los requisitos del programa AUDIT en los Centros presentados a evaluación: Facultad de Ciencias de la Salud y Facultad de Comunicación.

La implementación del SGIC de la Universidad San Jorge es común para todos sus títulos alcanzando niveles de excelencia. Por otra parte, la cultura de la calidad y de la mejora continua se encuentra asentada en todos los colectivos de la Universidad.

Por otra parte, la Universidad San Jorge cuenta con un programa de evaluación propia de los títulos a través de evaluadores externos. Estos evaluadores, de perfil académico, realizan visitas presenciales a las titulaciones proponiendo acciones de mejora a los títulos. Esta acción, de carácter voluntario, se valora muy positivamente.

## **DIMENSIÓN 2. RECURSOS**

### **Criterio 4. Personal académico**

El personal académico que imparte docencia es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes.

El grado ha mantenido una estructura de su claustro docente similar durante los últimos años, tanto a nivel de profesores contratados a tiempo completo, como de asociados. En cuanto al perfil del profesorado, la previsión de la memoria de verificación para la completa implantación del grado incluía un 63% de horas impartidas por doctores. En el curso académico 2013/2014 dicha proporción ascendió a un 57% (casi un 60% de las mismas impartidas por doctores acreditados, proporción superior al 37% del curso anterior).

Como dato positivo, puede destacarse el progresivo afianzamiento en la progresión académica de los docentes, si bien todavía se encuentra ligeramente por debajo de lo establecido en la memoria de verificación y se considera que debe aumentar su actividad investigadora.

La satisfacción de los estudiantes con el desempeño docente del profesorado es elevada, manteniéndose por encima de los 8 puntos sobre 10 en el periodo analizado.

### **Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios**

El personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.

El grado en Publicidad y Relaciones Públicas se imparte en la Facultad de Comunicación, en un edificio de reciente construcción y cuyos aularios presentan excelentes condiciones para la docencia. Si bien todavía no ha iniciado su implantación, las infraestructuras docentes ubicadas en CESUGA son igualmente de elevada calidad.

El programa se imparte únicamente en modalidad presencial, si bien cabe exceptuar de la presencialidad obligatoria en determinadas horas docentes en el caso de justificación adecuada (causas laborales u otras). Se recomienda explicitar de manera adecuada dicha posibilidad en las guías docentes, si bien la modalidad formativa autorizada es, en todo caso, presencial.

El plan de estudios cuenta con una asignatura de prácticas en empresas, de 6 créditos ECTS a cursar en 4º curso de la titulación. Dichas prácticas son gestionadas por la Unidad de Orientación Profesional y Empleo en coordinación con el docente responsable. Tanto los estudiantes como los tutores académicos muestran una elevada satisfacción con las prácticas (por encima de los 9 puntos), si bien no existen datos de satisfacción por parte de las entidades, por lo que se recomienda su recogida.

Llama la atención el escaso interés que demuestran los estudiantes por las acciones de movilidad. Este hecho contrasta con la labor realizada por la Facultad para internacionalizar el grado y con las altas valoraciones otorgadas por los estudiantes participantes en dichas acciones de movilidad.

Con carácter anual se organiza en la Universidad San Jorge una jornada denominada "USJ Conecta" en la que las empresas explican su actividad y establecen contacto con los alumnos interesados.

La satisfacción con los recursos materiales por parte de los estudiantes y de los profesores se sitúa en torno a los 7 puntos sobre 10.

## DIMENSIÓN 3. RESULTADOS

### Criterio 6. Resultados de aprendizaje

Los resultados de aprendizaje alcanzados por los titulados son coherentes con el perfil de egreso y se corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) de la titulación.

La satisfacción de los estudiantes con las metodologías docentes y sistemas de evaluación es superior al 8 sobre 10, descendiendo para el caso de los egresados a valores en torno al 6. Tras la revisión de una muestra de asignaturas y de TFG, se considera que el nivel de los resultados de aprendizaje alcanzados satisfacen los objetivos del programa formativo y se adecúan a su nivel del MECES.

Se valora positivamente el seguimiento que se realiza de las actividades formativas, la secuenciación de las asignaturas en el plan de estudios y la adaptación del mismo a los requerimientos de un sector especialmente mutante.

Los mecanismos de coordinación vertical y horizontal parecen ser efectivos y garantizan la adecuación del sistema de evaluación con las competencias, objetivos, temarios, etc. Esta labor, junto naturalmente con la desarrollada por los docentes, se traduce en unos índices de valoración muy elevados por parte de los estudiantes.

Se valora favorablemente el carácter profesionalizador y de fomento de la emprendeduría del TFG, el objetivo principal de la asignatura consiste en que los alumnos sean capaces de plantear y desarrollar un proyecto empresarial viable en el sector de la Publicidad y las Relaciones Públicas. No obstante algunos egresados han comentado que habrían valorado positivamente la posibilidad de elección entre un abanico de opciones más amplio con distintos perfiles.

### Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento

Los resultados de los indicadores del programa formativo son congruentes con el diseño, la gestión y los recursos puestos a disposición del título y satisfacen las demandas sociales de su entorno.

Los indicadores del título son en general adecuados. La tasa de graduación se sitúa en el curso 2013-2014 en un 82%, la de abandono en un 20% (alejada de la estimación del 5% contenida en la memoria de verificación del grado) y la de eficiencia en un 100%. Es preciso continuar realizar un seguimiento de dicha tasa de abandono, puesto que en el momento actual han finalizado sus estudios pocas promociones y es necesario contar con un mayor volumen de datos para realizar un análisis de la misma. El aspecto más negativo es el reducido número de estudiantes, muy inferior a la oferta autorizada para el grado.

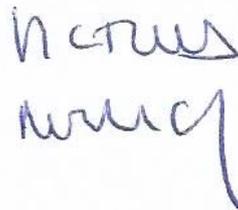
Los indicadores de satisfacción facilitados en la memoria de autoevaluación son adecuados y ofrecen una percepción positiva de la titulación, el profesorado o las instalaciones. Además, en la mayoría de los indicadores se observa una clara tendencia

a la mejora. Entre los indicadores, sobresalen especialmente los referidos a las prácticas externas (8.3) y movilidad (8,1). También son relevantes los resultados sobre la actividad docente.

No alcanza el notable la percepción que tienen los estudiantes de las instalaciones, recursos y servicios, si bien se observa una tendencia a la mejora. De los indicadores proporcionados destaca el 6 que asignan los egresados al programa. Una cualificación inferior a la que manifiestan los estudiantes en relación a aspectos académicos e, incluso, el propio profesorado.

Zaragoza, 5 de agosto de 2015.

LA PRESIDENTA DE LA SUBCOMISIÓN DE EVALUACIÓN DE TITULACIONES DE LA  
AGENCIA DE CALIDAD Y PROSPECTIVA UNIVERSITARIA DE ARAGÓN



M<sup>a</sup> VICTORIA NOGUÉS BARÁ