

Denominación del Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Centro	Facultad de Comunicación
Universidad solicitante	Universidad de Navarra
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas 1

ANECA, conforme a lo establecido en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en su nueva redacción tras su modificación por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha procedido a realizar el informe de seguimiento sobre la implantación del Título Oficial arriba indicado.

Este informe ha sido realizado por una Comisión de Evaluación formada por expertos del ámbito académico y estudiantes. Los miembros de la comisión han sido seleccionados y nombrados entre los vocales académicos y estudiantes de las actuales comisiones del programa Verifica. Asimismo se muestran, en el anexo, los gráficos de los indicadores utilizando los datos suministrados por el Sistema Integrado de Información Universitaria del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

1. Gestión del título

Organización y Desarrollo

Información pública del título: *El perfil de ingreso y criterios de admisión, las competencias del título, la normativa académica del título (permanencia y reconocimiento y transferencia de créditos) y la documentación oficial del título (informes evaluación, modificación y seguimiento, verificación, publicación en BOE,...).*

La información pública del título es de fácil acceso. Los datos como perfil de ingreso, criterios de admisión, idiomas, competencias del título, normativa académica, y la documentación oficial del título (Registro de Universidades, Centros y Títulos del Plan de Estudios; resolución de verificación según el consejo de universidades; publicación en el BOE; memoria vigente del título; informe final de evaluación para la verificación) está adecuadamente estructurado para el inmediato acceso a dicha información.

Despliegue del Plan de Estudios: *Las guías docentes.*

El perfil de ingreso y los requisitos de admisión están claramente expuestos en la web del grado.

Las competencias de la memoria verificada son las mismas del plan de estudios, y se presentan en cada módulo. Aunque las competencias se presenten distribuidas por los módulos del plan de estudios, se sugiere que se agrupen en un solo fichero.

La información referida a permanencia, reconocimiento y transferencia de créditos está fácilmente accesible en la web del grado.

La memoria se verificó por materias. En la web no se hace mención a las materias sino solo a las asignaturas. Es por tanto necesario ofrecer en la web la información correspondiente a las materias para poder realizar el seguimiento mediante la comparación de las informaciones contenidas en la web con las de la memoria verificada.

En cuanto a la Guía Docente, toda la información sobre las asignaturas se estructura bajo diversos criterios que no siempre son coincidentes entre las distintas asignaturas. La estructuración de las fichas de la memoria verificada en Presentación, Competencias, Contenidos, Actividades Formativas, Sistemas de Evaluación, Bibliografía y Horarios de Atención, no se corresponde con lo que aparece en las guías docentes. No obstante, se detectan algunas carencias como puede ser la falta de información en algunas asignaturas como "Comunicación Global" de 1º curso (ni evaluación, ni programa, ni bibliografía, ni tutorías); "Ética", 2º y 3º curso, no sale el link; "Redacción Creativa" de 2º, sin programa; y "Empresa: Dirección Estratégica" de 4º, vacía. No contemplan el horario de tutorías asignaturas como "Investigación de Mercados" de 2º; "Empresa: Gestión Económica y Financiera" y "Gestión de Marketing" de 3º; "Comunicación Integrada y de Marcas", "Derecho de la Comunicación" y "Deontología Publicitaria" de 4º. Figuran con bibliografía nula o escasa las asignaturas "Historia de la Comunicación", "Comunicación Multimedia" y "Economía" de 1º; "Sistemas Políticos Contemporáneos", "Fundamentos de Comunicación Estratégica", "Investigación de Mercados" y "Generación de Ideas" de 2º; "Historia Intelectual y de las Ideologías", "Comportamiento del Consumidor", "Teoría de las RRPP II" y "Empresa: Gestión Económica y Financiera" de 3º; o "Gestión de Proyectos de Comunicación" y "Producción de Mensajes" de 4º.

Al final de la Guía Docente facilita un listado exhaustivo de las asignaturas optativas que se ofertan para el curso 2014-2015.

Los materiales didácticos son afines al logro deseable.

Información y Transparencia

Información al estudiante. *Acceso de los estudiantes a la información, en el momento oportuno, del plan de estudios y de los recursos de aprendizaje previstos.*

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.

El estudiante tiene acceso a la siguiente información en español e inglés:

- Perfil de ingreso recomendado, en el cual se establece una prueba de admisión que consta de dos partes, pero falta información referente a la entrevista personal que se menciona (la información no se corresponde con la de la memoria verificada, en ésta no se menciona ninguna entrevista, etc.).
- Perfil de egreso del egresado, posibles ámbitos de desempeño profesional, pero no facilita información referente a vías académicas a las que de acceso el título.
- Sistemas de apoyo y orientación a alumnos con necesidades especiales.
- Información económica.
- Sistema de Garantía Interna de Calidad. Se aportan indicadores de tasa de rendimiento, tasa de éxito y tasa de evaluación.
- Documentación oficial del título, contiene: Registro de Universidades, Centros y Títulos del Plan de Estudios; resolución de verificación según el consejo de universidades; publicación en el BOE; memoria vigente del título; informe final de evaluación para la verificación, y más información oficial (en este último enlace hay un error y la información no se puede visualizar).
- La información referente al plan de estudios se encuentra dividida en módulos con un pdf adjunto que contiene las correspondientes competencias (en el módulo VII este pdf da acceso a información referente a reconocimiento de créditos). También se muestra la descripción de asignaturas, horarios, aulas, calendario de exámenes y prácticas.
- En cuanto a la normativa, la información es completa.

En definitiva, falta información referente a, la entrevista personal de la prueba de acceso, vías académicas a las que de acceso el título, y debe subsanar el error en el enlace "más información oficial".

Sistema de Garantía Interno de Calidad

Sistema Interno de Garantía de Calidad: *Los objetivos de calidad están definidos y se revisan, los grupos de interés (entre otros, estudiantes, PDI, PAS, egresados...) participan en la valoración, el análisis y la mejora del título, la recogida y análisis de las sugerencias, quejas y reclamaciones.*

El enlace aportado en la documentación del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas remite al Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC) de la Facultad de Comunicación, centro donde se imparte dicho título. Si se accede desde internet a la página principal del Grado, se visualiza en la pestaña Calidad una breve descripción y un enlace que reenvía a la información sobre el SGIC de la Facultad. También hay un enlace que remite a los cuestionarios, documentación y buzón de sugerencias.

Para mejorar la visibilidad de la información sobre calidad de este Grado, se recomienda que incorpore también al informe el enlace web de la página principal del Grado, que aporta una síntesis sobre el criterio Calidad.

No se detecta cambio/ modificación de la documentación de dicho sistema de calidad. La información que se aporta sobre la definición y revisión de los objetivos de calidad es bastante completa y adecuada, con evidencias que quedan reflejadas en las actas de la Comisión de Calidad desde el curso 2009 hasta el curso 2013-14 y en las Memorias de análisis de resultados de los cursos 2011 a 2013, donde se recogen datos relevantes de los distintos procesos así como las acciones de mejora implementadas y el plan trienal propuesto.

La información aportada sobre la sistemática y análisis de los resultados de satisfacción de los grupos de interés para la mejora del título se considera adecuada y satisfactoria.

La sistemática de recogida y tramitación de las sugerencias, quejas o reclamaciones se gestionan según lo descrito en el proceso del SGIC. Existe un buzón de sugerencias en la Secretaría de la Facultad, si bien la mayor parte de las sugerencias de los estudiantes se reciben a través de las reuniones periódicas con los diferentes consejos de curso. La información que aparece en las actas de consejo de curso es informal y escasa. No se evidencia un documento que registre las sugerencias, quejas o reclamaciones y su gestión y posibles soluciones y/o mejoras. No obstante, en las actas de los cursos 2011 a 2013, se recogen el proceso de análisis de resultados y de mejora continua.

2. RECURSOS

El personal Académico *con categoría y ámbito de conocimiento.*

Mediante un enlace al "Claustro Académico" se puede acceder a toda la información sobre el profesorado, aunque no expresamente a los docentes que imparten clase en el grado sino a todo el profesorado de la Facultad o de los departamentos. Hay que buscar a cada profesor en función del listado de las asignaturas que figuran en la Guía Docente. La información debería ser más fácil de encontrar. En el link que se aporta no aparece información sobre los asociados.

Los recursos materiales *son adecuados para conseguir las competencias.*

En cuanto a los recursos, se dan datos muy genéricos y no siempre coincidentes con lo que aparece en la memoria verificada: p.e. en dicha memoria se comprometían 6 salas de edición con 6 puestos cada una y en el pdf aportado se indican 7 puestos de edición de video.

Las prácticas *son adecuadas para conseguir las competencias.*

No existe un enlace directo desde el grado a una información detallada sobre prácticas curriculares. Sólo a través de la dirección <http://www.unav.edu/web/facultad-de-comunicacion/nuestros-medios>, se

accede a algunos datos poco relevantes y que no indican la idoneidad de la organización de las prácticas ni de los convenios suscritos.

Por otro lado, se accede a la información general desde la ruta Estudios, Empleo y Prácticas, Fundación Empresa Universidad de Navarra FEUN (<http://www.feun.es/feun/programa-de-prácticas-académicas-externas>).

No se indica el listado de empresas con las que se puede realizar prácticas externas curriculares.

3. RESULTADOS

Criterio 7 - Indicadores

Indicadores: *Plazas de nuevo ingreso, egreso, tasa de rendimiento y éxito.*

La tasa de abandono, graduación y eficiencia son adecuadas y se corresponde con la estimada en la memoria de verificación.

Madrid, a 01 de marzo de 2015

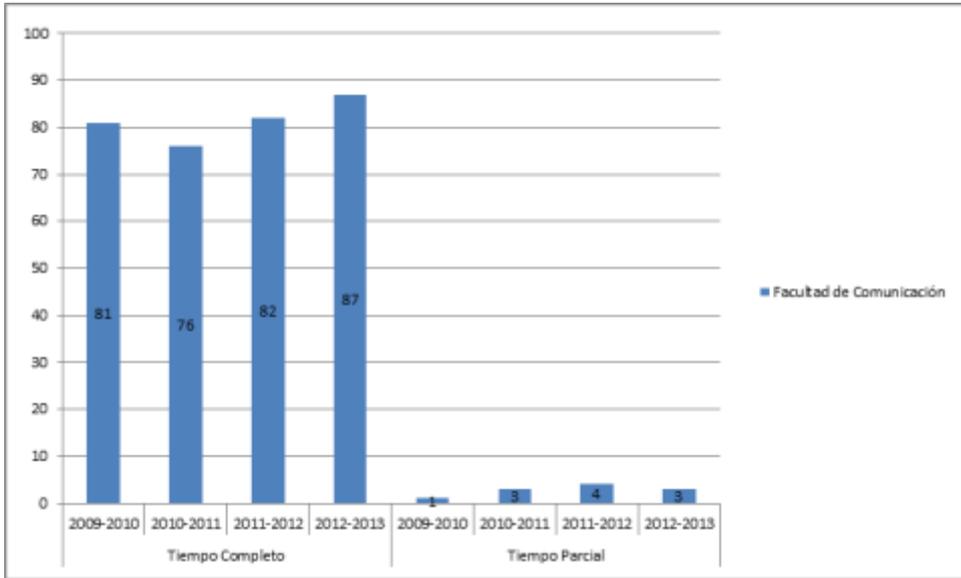
EL DIRECTOR DE ANECA



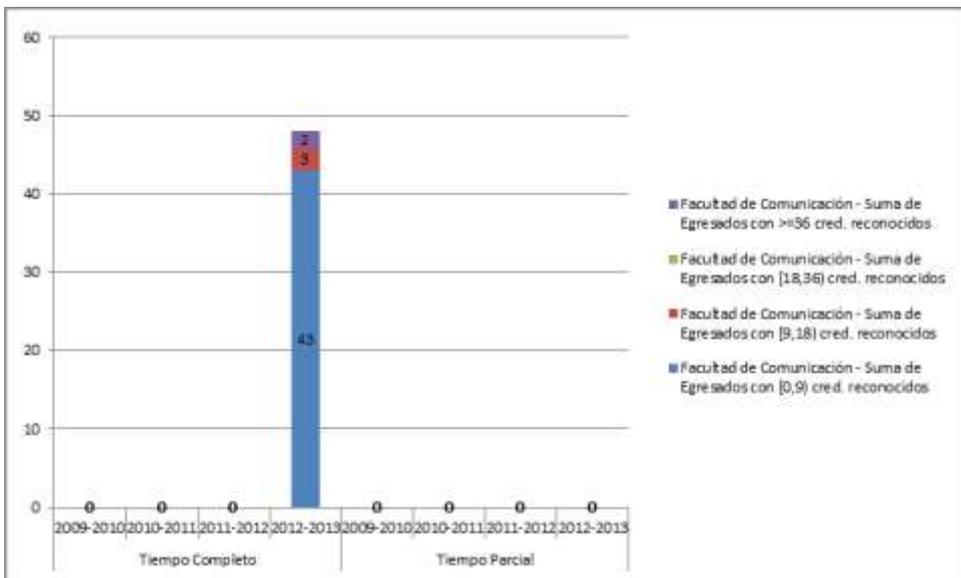
Rafael van Grieken

ANEXO ESTADÍSTICAS – Sistema Integrado de Información Universitaria

Datos de Ingreso



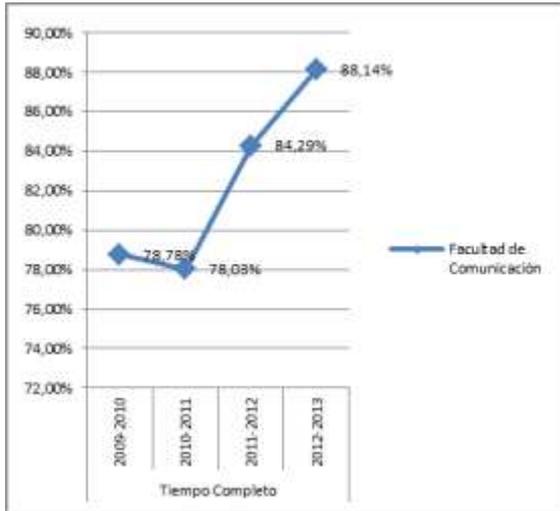
Datos de Egresados



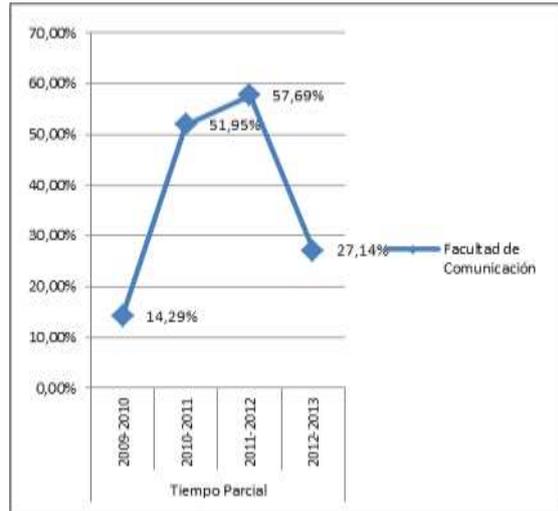
TASAS MEDIAS DE RENDIMIENTO DE TÍTULOS DE GRADOS DE CIENCIAS SOCIALES

Del título:

TASA DE RENDIMIENTO TC



TASA DE RENDIMIENTO TP

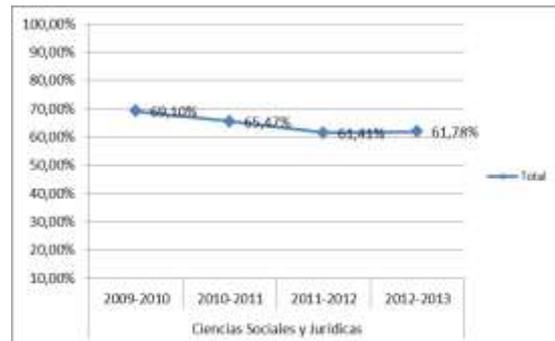


Del conjunto de títulos de ciencias sociales y jurídicas:

TASA DE RENDIMIENTO TC



TASA DE RENDIMIENTO TP

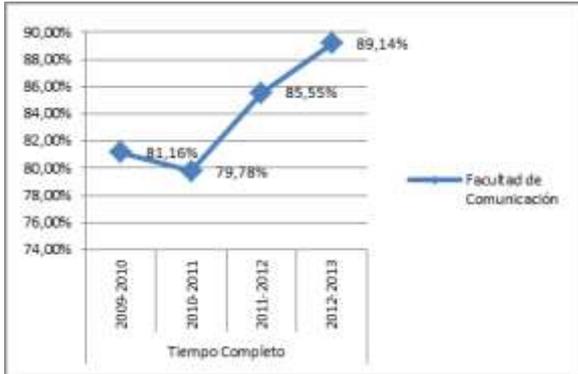


Tasa de Rendimiento = Para un curso académico X, relación porcentual entre el número de créditos ordinarios superados en el título T en la Universidad U y el número total de créditos ordinarios matriculados en el título T en la Universidad U.

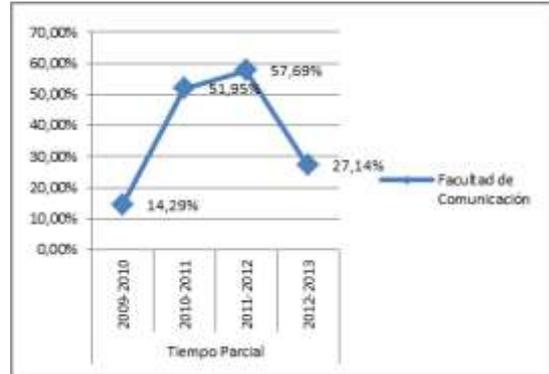
TASAS MEDIAS DE ÉXITO DE TÍTULOS DE GRADOS DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Del título:

TASA DE ÉXITO TC

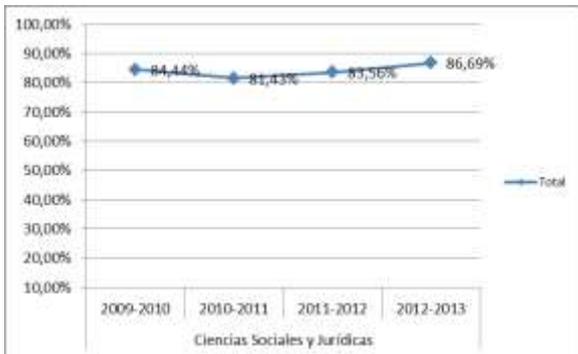


TASA DE ÉXITO TP

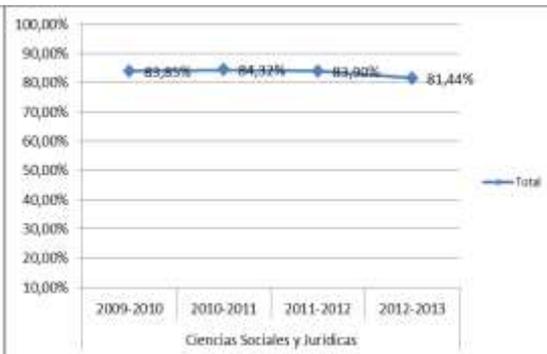


Del conjunto de títulos de ciencias sociales y jurídicas:

TASA DE ÉXITO TC



TASA DE ÉXITO TP



Tasa de Éxito = Para un curso académico X, relación porcentual entre el número de créditos ordinarios superados en el título T en la Universidad U y el número total de créditos ordinarios presentados en el título T en la Universidad U.

TASA DE ABANDONO

