

<b>Denominación del Título</b>	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas
<b>Centro</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez
<b>Universidad solicitante</b>	Universidad Pontificia Comillas
<b>Rama de Conocimiento</b>	CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

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, ha procedido a realizar el informe de seguimiento sobre la implantación del Título Oficial arriba indicado.

### **CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO**

El número de estudiantes matriculados en los dos cursos en los que se ha impartido el Título está dentro de los valores previstos en la memoria del Título: la oferta de plazas prevista fue de 60 estudiantes; y se han matriculado 13 y 14, en el primer y segundo año respectivamente.

Los criterios y pruebas de admisión se corresponden con los establecidos en la memoria del Título. No obstante, en la información que aparece en la página web no se indica el nivel al que corresponden las pruebas de idiomas, que suponen un 50% de la valoración total. Teniendo en cuenta el peso de la prueba de idiomas sobre el baremo se debe dar una información más completa en la página web.

Los criterios y pruebas de admisión son adecuados.

Hay una discrepancia entre la normativa de reconocimiento de créditos que se está aplicando y la incluida en la memoria. En su normativa (art. 59.1,d) se admite el reconocimiento de créditos cursados en ciclos formativos de grado superior, de hecho, se incluye expresamente la posibilidad de que se reconozcan créditos cursados en el Grado Superior de Formación Profesional de Marketing y Publicidad. Sin embargo, en la memoria del Título no se prevé esta posibilidad. Sin embargo en la normativa académica del Título se contempla el reconocimiento de una serie de créditos desde el Grado Superior de Formación Profesional de Marketing y Publicidad y se establece la posibilidad de convalidar los créditos de hasta cuatro asignaturas: "Fundamentos de la Publicidad y las Relaciones Públicas" (Básica de 6 créditos); "Marketing" (Obligatoria de 6 créditos); "Empresa de Publicidad" (Obligatoria de 6 créditos); "Protocolo y Organización de Eventos" (optativa de 3 créditos).

Un total de 20 estudiantes de este Grado han solicitado reconocimiento de créditos, la mayoría (17) solicitaron reconocimiento de créditos de otros estudios universitarios. Una estudiante obtuvo un reconocimiento de 12 créditos por experiencia profesional (dentro de lo que establece la memoria del Título).

La implantación del plan de estudios es correcta, en la memoria del Título se había establecido que los cuatro cursos del Grado se iniciarían en el curso 2014-2015, pero finalmente se ha implantado de forma gradual. En lo que se refiere a la

aplicación de las asignaturas del plan de estudios se sigue la estructura aprobada en la memoria del Título.

Se observa un incumplimiento en el desarrollo de asignaturas que tendrían objetivos, competencias y títulos diferenciados en tres títulos del área de las ciencias de la comunicación: "Fotografía e Iluminación" en el Grado de Comunicación Audiovisual; "Fotografía Publicitaria" del Grado de Publicidad; y "Fotoperiodismo" del Grado de Periodismo. Tras analizar las guías docentes de todas ellas se comprueba que el programa es idéntico para los tres grados como si fuese una asignatura única y por tanto no existe correspondencia con la especificidad que en la memoria del Título se comprometía para estas asignaturas ni tampoco existe una correspondencia real con las competencias generales, transversales y específicas vinculadas a cada una de ellas. Exactamente lo mismo sucede con las asignaturas "Narración audiovisual Informativa" del Grado en Periodismo, "Narración cinematográfica y televisiva" del Grado en Comunicación Audiovisual; y "Narrativa Publicitaria" del Grado en Publicidad. Los contenidos de las tres son idénticos según las guías docentes aportadas a pesar de que las competencias son diferentes entre ellas. Una de las observaciones que se plantearon a estos títulos en el proceso de verificación era la necesidad de que existiese un determinado contenido diferenciado entre los tres títulos, estas asignaturas mencionadas aparecían en la citada memoria incluidas en la parte de la planificación de los estudios que diferenciaba a los tres títulos. Se deben revisar los contenidos de todas ellas y adecuarlas a las competencias vinculadas dotándolas del grado de especificidad propio de la descripción de cada una de ellas. Las guías docentes deben diferenciarse para dotar de consistencia a cada uno de los grados.

Las actividades formativas son adecuadas para la adquisición de las competencias previstas.

Los sistemas de evaluación son adecuados y respetan lo aprobado en la memoria del Título. A este respecto, conviene mencionar que en la memoria del Título se establecieron horquillas que iban de 0 a 50% para todos los sistemas de evaluación. En alguna asignatura se superan los límites de la ponderación del sistema de evaluación aprobado en la memoria del Título. Es el caso de la asignatura Creatividad Publicitaria I que aplica el sistema de evaluación denominado "Trabajos y Proyectos" con una ponderación máxima del 60%. Cuando en los sistemas de evaluación vinculados a la materia "Tecnología y Procesos Creativos"- a la que pertenece la asignatura- se contemplaba un máximo del 50%. Se trata de un caso aislado ya que el resto de guías docentes analizadas sí respetan los sistemas de evaluación especificados en la memoria del Título.

Dada la matrícula del Título, el tamaño del grupo de las asignaturas generalmente oscila entre los 12 y 15 estudiantes lo que facilita el proceso enseñanza-aprendizaje.

Los contenidos y competencias de las diferentes asignaturas resultan adecuados excepto para el caso de las asignaturas ya mencionadas que repiten contenidos en los tres títulos a pesar de que denominaciones y competencias de estas asignaturas están diferenciadas en la planificación de cada título. En el caso de las guías docentes (por ejemplo, "Fundamentos de la Publicidad y las RRPP"; "Creatividad Publicitaria I"; o "Identidad Visual" y "Diseño Gráfico", entre otras) la información que se ofrece sobre el desarrollo de contenidos de la asignatura es muy escasa y apenas se limita a la enumeración de los temas. Se

debería completar esta información sobre el desarrollo de contenidos del programa para que los estudiantes puedan tener un conocimiento más preciso de la materia que afrontarán en la asignatura.

Otro aspecto muy mejorable de las guías docentes es la bibliografía, en la mayor parte de las asignaturas está muy desactualizada (en algún caso con última referencia del año 2001 por ejemplo "Protocolo y organización de eventos"). Se deberían revisar las bibliografías básicas y complementarias de las guías docentes para que los estudiantes puedan tener acceso a referencias y fuentes de información actualizadas.

La secuenciación de las asignaturas del plan es adecuada y permite la adquisición de competencias.

En general las actividades formativas de gran parte de las asignaturas equilibran de forma correcta los contenidos de carácter teórico con las actividades prácticas. Existe una correcta coordinación en este sentido.

La carga de trabajo del estudiante en las diferentes asignaturas resulta adecuada en términos generales. Se debería analizar si las tasas de rendimiento -bastante inferiores al conjunto del Título- que presentan las asignaturas "Comunicación e imagen corporativa" (tasa de éxito de 61,5% y de rendimiento del 53,3%), e "Introducción al Derecho" (tasa de éxito del 66,6% y rendimiento del 66,6%) pueden deberse a un exceso de trabajo de los estudiantes o algún problema con los sistemas de evaluación aplicados.

## **CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA**

La denominación del Título se corresponde con la establecida en la memoria del Título.

La página web del Título se inserta en el CESAG (Centro Enseñanza Superior Alberta Giménez adscrito a la Universidad Pontificia de Comillas). En la página principal hay un menú en el que aparece un enlace a "Sistema de Garantía de Calidad" que lleva a otra página. Esta presenta un enlace, "Verificación de Titulaciones", a través del que se llega al listado de grados de la rama de ciencias sociales y jurídicas, en cada uno de ellos se puede descargar el informe de verificación y de modificación (en su caso), las resoluciones del Consejo de Universidades, las memorias de verificación y el enlace al RUCT. La información sobre la documentación del Título no se encuentra fácilmente, hay que navegar por varias páginas hasta llegar a dicha documentación.

Las normativas académicas aplicables (permanencia y reconocimiento y transferencia de créditos) están accesibles y se corresponden con las de la Universidad Pontificia de Comillas.

El perfil de ingreso y los requisitos de acceso y admisión también son accesibles con la salvedad indicada en el Criterio 1 de este informe.

Las competencias del Título son públicas y fácilmente accesibles en el enlace "competencias", se corresponden además con las establecidas en la memoria verificada y su última modificación. Se publica asimismo la estructura del plan de estudios y las guías docentes de las asignaturas.

Se puede acceder también a información sobre el Sistema de Garantía de Calidad (SGIC) que se corresponde con el de la Universidad Pontificia de Comillas. El enlace al SGIC de la página principal del Título lleva al Área de Calidad e Innovación Docente del CESAG, en donde aparece el nombre y la dirección de contacto del coordinador del área. Esta página se accede a otro enlace que lleva a información sobre el SGIC, como su manual, procedimientos, policía de calidad, comisiones de garantía de calidad, etc.

Finalmente, respecto a los servicios de apoyo y asesoramiento a estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de su discapacidad, la página web dispone de un enlace al "Servicio de Apoyo" en el que se puede encontrar el procedimiento, la persona responsable del servicio con un e-mail para contactar y el horario de atención.

### **CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)**

La Universidad cuenta con un SGIC implantado según el modelo AUDIT pero no se ha podido acceder a las evidencias concretas que muestran el desarrollo efectivo de los procedimientos.

### **CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO**

No se han completado los cuatro cursos del Grado, por lo que los datos no son completos. Con la información disponible hasta ahora se puede afirmar que se ha cumplido con lo previsto en la memoria del Título en lo que se refiere a categoría y experiencia docente/investigadora.

Las evidencias que se adjuntan no aportan datos precisos sobre la dedicación del profesorado a este Título. El 74% del profesorado es doctor (cumpliendo lo comprometido en la memoria del Título, que era el 73%), y un 34,7% del profesorado está acreditado. La experiencia docente e investigadora del profesorado es adecuada a las asignaturas que imparten. Un total de 23 profesores imparten docencia en este Título en el curso 2015-2016 (cifra que se corresponde con la que se comprometía en la memoria que eran 22). Sin embargo, no se ha cumplido lo relativo a su dedicación al Título. El compromiso eran 7 profesores a tiempo completo con un 100% de dedicación al Título, además de 14 con dedicación del 50% al Título (de los que 9 son a tiempo completo y 5 a tiempo parcial). En la práctica no hay un solo profesor con dedicación al 100%, ni siquiera con dedicación del 50% a este Título. Hay algo más de una veintena de profesores que compatibilizan la enseñanza en 3 diferentes títulos: Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo y Comunicación Audiovisual. La práctica totalidad de dicho profesorado está en los 3 títulos, por lo que en ningún caso su dedicación alcanza ni siquiera el 50%. Por otro lado, según los datos ofrecidos por la Universidad, la carga docente de dichos profesores es excesivamente grande. Valgan como ejemplo los casos de 2 profesores. El primero imparte un total de 102 créditos, a razón de 30 en cada uno de los grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual, y 42 en el de Periodismo. Otro profesor imparte un total de 81 créditos, a razón de 27 en cada una de ellas.

La ratio estudiante/profesor es de 1,76 -1,79 por tanto es un número de estudiantes que facilita el desarrollo de actividades formativas.

La distribución del personal académico entre las materias y asignaturas es adecuada atendiendo a su perfil académico y experiencias docente e investigadora.

### **CRITERIO 5. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS**

No se ha implantado en su totalidad el Practicum pero por el momento hay 8 estudiantes realizando prácticas en 5 empresas. Estas son adecuadas para el desarrollo de las competencias previstas pero no son coincidentes con los señalados en la memoria del Título. La normativa de prácticas externas es completa, detallada y adecuada para alcanzar las competencias previstas.

El profesor que tutoriza las prácticas tiene amplia experiencia profesional. De la guía docente se desprende que la coordinación con el tutor de la entidad colaboradora es adecuada. No obstante, conviene mencionar que es el mismo profesor el que tutoriza las prácticas de este Título, además de los de Periodismo y Comunicación Audiovisual, lo que puede suponer una carga de trabajo excesiva.

### **CRITERIO 6. INDICADORES DE RENDIMIENTO**

No existen por el momento datos de tasas de graduación, abandono y eficiencia. Se dispone de la tasa de rendimiento del curso 2014-2015, que fue del 85,04%, y se puede valorar como adecuada. Las tasas de éxito de las diferentes asignaturas impartidas son correctas, tan solo dos asignaturas: "Comunicación e Imagen Corporativa" e "Introducción al Derecho" tienen tasas de rendimiento inferiores al 70%.

### **CRITERIO 7. RECOMENDACIONES, OBSERVACIONES Y COMPROMISOS ADQUIRIDOS.**

En la memoria del Título la Universidad se comprometió a la construcción de una nueva sala de creación de contenido media dedicado al diseño web y gráfico (con 8 estaciones de trabajo Apple/Mac). En las evidencias que se adjuntan para este seguimiento no se aporta información sobre estos recursos materiales, en el proceso de acreditación se deberá confirmar si existen estos recursos -así como todos los que aparecían en la memoria del Título-.

En el informe de verificación había recomendaciones que se referían al plan de estudios y al profesorado. En el primer caso, se decía que había que cuidar que en algunas optativas no hubiera solapamientos con asignaturas obligatorias. A este respecto, la Universidad informa que ha llevado a cabo reuniones con el profesorado implicado para evitar este problema. En cuanto a la cuestión del profesorado, como ya se ha mencionado previamente, hay un problema de falta de dedicación a cada uno de los títulos. En este sentido en el informe de verificación existía un compromiso de garantizar un mínimo de siete profesores con dedicación exclusiva a esta titulación, que no se ha realizado según las evidencias aportadas. Una excesiva carga de trabajo del profesorado puede afectar a la atención personalizada al estudiante y comprometer la calidad del Título y la garantía de una adecuada adquisición de competencias.

En las observaciones también se recordaba la importancia de que el Grado en Publicidad tuviese un contenido suficientemente diferenciado de los títulos de Grado en Comunicación Audiovisual y en Periodismo. En la memoria del Título se justificaba la identidad propia y diferencial de gran parte de las materias y asignaturas. Sin embargo, se ha comprobado que algunas asignaturas, a pesar de tener denominaciones y competencias diferenciadas en las tres titulaciones, presentan contenidos idénticos y, por tanto, se está incumpliendo el compromiso de la memoria del Título.

Madrid, a 2 de octubre de 2017

EL DIRECTOR DE ANECA



José Arnáez Vadillo