

Acciones de mejora e indicadores. Grado Publicidad y Relaciones Públicas

Elemento de referencia	Indicador	Responsable	Descripción de la acción de mejora	Objetivo/Estado de la mejora	Identificar la acción de mejora con los procesos de calidad	Vinculación con los objetivos de calidad de la FCC 2016/2017	Vinculación con los temas tratados en las Comisiones de Garantía de Calidad de la Facultad (CGC)	Consecución de las acciones de mejora durante el curso 2016/2017
Programa académico	Revisión del plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Coordinadora de Calidad / Coordinador en Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Se propondrá una revisión del programa del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con el fin de detectar la aplicación de posibles mejoras.	Revisión de los programas académicos de grado y postgrado	MAAR 2015-2016	Mejorar los procesos de calidad, realizando una reunión de seguimiento individual para cada título tras la Comisión de Garantía de Calidad.	En cada Comisión de Garantía de Calidad se trata como orden del día este indicador: CGC I: pto. 2 y 3. CGCII: pto. 1, 2 CGIII: pto. 3	Se acuerda la revisión del plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

<p>Actividades extraacadémicas</p>	<p>Actividades extraacadémicas</p>	<p>Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p>	<p>Se plantea el ciclo de conferencias de profesionales de primer nivel: Nebrija Brand Lovers.</p>	<p>Incremento de las actividades extraacadémicas</p>	<p>MAAR 2015-2016</p>	<p>Mantener y exigir el rigor y la excelencia académica en el claustro de profesorado.</p>	<p>CGIII: pto. 2</p>	<p>- Ciclo Nebrija Brand Lovers, ciclos de conferencias de profesionales de publicidad y marketing. Ciclo de conferencias celebrado en el curso 16/17</p>
<p>Coordinación académica</p>	<p>Guías docentes Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p>	<p>Coordinador Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</p>	<p>Se plantea la revisión de las guías docente y la orientación por parte de la coordinación del título.</p>	<p>Proceso de actualización de las guías docentes</p>	<p>MAAR 2015-2016</p>	<p>Mejorar los procesos de calidad, realizando una reunión de seguimiento individual para cada título tras la Comisión de Garantía de Calidad. Mantener y exigir el rigor y la excelencia académica en el claustro de profesorado.</p>	<p>CGC III: pto. 4.</p>	<p>Elaboración de una tabla de competencias generales y específicas por asignaturas en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, para asegurar la correcta cumplimentación de las guías docentes.</p>

<p>Profesorado</p>	<p>Aumento del número de profesores Doctores Acreditados</p>	<p>Coordinadores de Grado y Postgrado</p>	<p>La mejora consiste en localizar a un mayor número de Doctores Acreditados que además tengan el perfil exigido y deseable. Internamente se propondrá también a los profesores permanentes que se acrediten.</p>	<p>El objetivo es subir el ratio de profesores Doctores Acreditados entre los permanentes y los profesores asociados de todas las titulaciones de la FCC, incluyendo el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.</p>	<p>MAAR 2015-2016</p>	<p>Mantener y exigir el rigor y la excelencia académica en el claustro de profesorado</p>	<p>CGC III: pto.2</p>	<p>Celebración de sesiones formativas al respecto para los profesores del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.</p>
<p>Servicios de la universidad</p>	<p>Satisfacción servicios</p>	<p>Dirección de la FCC</p>	<p>Tras el cambio de instalaciones al Campus de Princesa, se realizará un seguimiento, a través de los delegados (en la CGC) para determinar el grado de satisfacción.</p>	<p>Seguimiento de la satisfacción con los servicios.</p>	<p>MAAR 2015-2016</p>	<p>Mejorar los procesos de calidad, realizando una reunión de seguimiento individual para cada título tras la Comisión de Garantía de Calidad.</p>	<p>En cada Comisión de Garantía de Calidad se trata como orden del día este indicador: CGC I: pto. 1 CGC II: pto. 4 CGC III: pto. 2</p>	<p>Se celebran Comisiones de Garantía de Calidad con los delegados de las titulaciones que trasladan sus opiniones y nivel de satisfacción con los servicios del nuevo Campus.</p>

<p>Calidad</p>	<p>Comisión de Garantía de Calidad</p>	<p>Dirección de la FCC</p>	<p>Se propone la ampliación de la CGC de la FCC para incluir a los delegados de cada titulación. De esta manera, se recogerán las peticiones formales del alumnado y se trasladarán directamente los acuerdos comprometidos en cada CGC.</p>	<p>Avance en la implantación de los sistemas de Garantía de Calidad</p>	<p>MAAR 2015-2016</p>	<p>Mejorar los procesos de calidad, realizando una reunión de seguimiento individual para cada título tras la Comisión de Garantía de Calidad.</p>	<p>Comisiones de Garantía de Calidad con los estudiantes.</p>	<p>Medida de mejora de los procesos de calidad desde el curso 2016/2017. Creación de Comisiones de Garantía de Calidad con los delegados de todas las titulaciones de toda la Facultad, incluyendo el Delegado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.</p>
-----------------------	--	----------------------------	--	---	---------------------------	--	---	---

Indicadores para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES					
Título	Indicador	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Tasa de rendimiento		92,75%	75,68%	80,36%
	Tasa de éxito		94,19%	90,57%	94,26%
	Tasa de evaluación		98%	83,56%	85,25%
	Satisfacción con la docencia		8,35	8,12	7,82
	Satisfacción con los servicios		7,64	7,97	6,71