

## Acciones de mejora e indicadores.

# GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Elemento de referencia	Indicador	Responsable	Descripción de la acción de mejora	Objetivo/Estado de la mejora	Vinculación con los objetivos de calidad del Centro	Consecución de las acciones de mejora durante el curso
<b>Actividades extraacadémicas</b>	Actividades extraacadémicas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Coordinador Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Se plantea el ciclo de conferencias con profesionales de primer nivel: Nebrija Brand Lovers. Además hay un taller específico de Marketing y Publicidad en el Club Nebrija Medialab, en el que se trabaja con clientes reales.	Incremento de las actividades extraacadémicas	Mantener la exigencia académica en todo el claustro y en los programas académicos.	Ciclo Nebrija Brand Lovers, con la participación de dos a cinco profesionales por curso, que vienen a exponer casos de éxito en el área de la Publicidad y la comunicación de marca de grandes empresas.
<b>Coordinación académica</b>	Guías docentes Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Coordinador Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Revisión de las guías docentes	Utilizar las guías como elemento de coordinación del plan de estudios.	Mejorar los procesos de calidad	Planificación de envío, recepción y revisión de guías entre los meses de julio y septiembre.
<b>Profesorado</b>	Aumento del número de profesores Doctores Acreditados	Coordinadores de Grado y Postgrado	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	El objetivo es subir el ratio de profesores Doctores Acreditados entre los permanentes y los profesores asociados de todas las titulaciones de la FCA, incluyendo el Grado en	Mantener y exigir el rigor y la excelencia académica en el claustro de profesorado	Puesta en marcha del plan de acción para la contratación de PDI acreditado y diseño de la planificación para la acreditación del personal permanente.

			permanentes que se acrediten.	Publicidad y Relaciones Públicas.		
<b>Servicios de la universidad</b>	Satisfacción servicios	Dirección de la FCC	Seguimiento, a través de los delegados (en la CGC) para determinar el grado de satisfacción.	Seguimiento de la satisfacción con los servicios.	Mejorar los procesos de calidad, realizando una reunión de seguimiento individual para cada título tras la Comisión de Garantía de Calidad.	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.

**Indicadores para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:**

Título	Indicador	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020*
<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas 2502790</b>	Tasa de rendimiento	80,36%	80,96%	81,49%	85,73%
	Tasa de éxito	94,26%	91,43%	92,59%	94,94%
	Tasa de evaluación	85,25%	88,55%	88,02%	90,30%
	Satisfacción con la docencia	7,82	7,78	7,85	8,06
	Satisfacción con los servicios	6,71	6,4	3,9	5,61

\* Datos a fecha septiembre 2020