



VICERRECTORADO DE CALIDAD

RUCT	MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO
2500830	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Universidad/es participantes	Centro
UCM	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Créditos	Doble grado/máster	Curso de implantación	Prácticas externas	Programas de movilidad
240	No	2010-11	No	No

ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA			
Verifica	Modificación Verifica	Seguimiento externo	Acreditación
01/10/2010			05/06/2024

ÍNDICE

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO	3
ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER	4
1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO	4
1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.	5
1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.	6
1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.	7
2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO	9
3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO	16
4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS	18
5. INDICADORES DE RESULTADO	21
5.1 Indicadores académicos y análisis de estos	21
5.2 Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal técnico, de gestión y de administración y servicios y agentes externos) ..	25
5.3 Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida. .	27
5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.	28
5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.	29
6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.	30
6.1 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación o modificación del Título, realizado por la Agencia externa.	30
6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las “Recomendaciones” o “Recomendaciones de Especial Seguimiento” establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título realizado por la Agencia externa.	30
6.3 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del Título.	30
6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteada en la última Memoria de Seguimiento a lo largo del curso a evaluar.	32
6.5 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de la Renovación de la Acreditación del título, realizado por la Agencia externa para la mejora del Título.	32
7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	34
7.1 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación sustancial. .	34
7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación no sustancial.	34
8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO	34
9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA	38
9.1 Relación de los puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, elementos del sistema de información del SGIC que ha permitido su identificación y análisis de las causas.	38
9.2 Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar	38

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

URL: <https://www.ucm.es/gradopublicidad/>

Esta Memoria tiene su origen en lo señalado 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, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio; RD 99/2011, de 28 de enero.

En la elaboración del presente documento se han tenido en cuenta las indicaciones de la Red Española de Agencias de Calidad Universitaria (REACU) y la Agencia externa (Fundación para el Conocimiento Madri+d). Igualmente, han sido consideradas las directrices derivadas de la Guía Metodológica para la elaboración del Sistema de Garantía de la Calidad de los Títulos de la UCM, y los “Criterios y Directrices para el aseguramiento de la calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior” (Ereván, 2015).

Entre los Criterios y Directrices Europeos se destaca que las instituciones de educación superior deben disponer de mecanismos formales para el control y revisión de sus programas y Títulos que aseguren su relevancia y actualidad permanentes, permitiéndoles mantener la confianza de los estudiantes y de otros agentes implicados en la Educación Superior.

De igual modo, se señala que las instituciones de educación superior deben garantizar que recopilan, analizan y utilizan información pertinente para la gestión eficaz de sus programas de estudio y de otras actividades, y que publican información actualizada, imparcial y objetiva, tanto cualitativa como cuantitativa, sobre los programas y Títulos que ofrecen.

La página Web del Centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje). Este Centro garantiza la validez de la información pública disponible.

El enlace de la página Web que contiene esta información es el siguiente: <https://www.ucm.es/gradopublicidad/>

La página del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) está bien estructurada y orientada a proporcionar información completa y accesible para los futuros estudiantes. Entre las fortalezas de la web, destacan los siguientes puntos:

- **Claridad y organización:** La página presenta secciones claras que facilitan la navegación, como Matrícula, Plan de Estudios, Sistema de Calidad, y Sugerencias, Quejas y Reclamaciones. Esto permite a los usuarios encontrar rápidamente la información relevante sin confusión.
- **Información completa:** La página proporciona acceso a datos esenciales sobre el Grado, como horarios, reglamentos, plazos de solicitud, y noticias actualizadas. Además, ofrece información adicional sobre los servicios de la Facultad, como las salas de estudio, laboratorios y la biblioteca.
- **Soporte a la planificación académica:** Exámenes, calendario académico y la apertura de la Facultad están disponibles de manera clara.
- **Recursos multimedia:** La web incluye accesos a medios propios de la Facultad, como InfoRadio, Infoactualidad y la Agencia CCINF, lo cual enriquece la experiencia formativa con recursos prácticos y de comunicación.
- **Facilidad de contacto:** La página proporciona información sobre la localización y contacto de la Facultad, así como servicios de soporte y un sistema de quejas y sugerencias para resolver inquietudes o mejorar la experiencia del alumnado.
- **Actualización continua:** El sitio se mantiene al día con avisos y noticias actuales, como la celebración de eventos académicos y deportivos, y rankings de másteres, lo que refuerza la vinculación de los estudiantes con la vida universitaria.

La página cumple con eficacia su rol como medio informativo, ya que ofrece una amplia gama de recursos para orientar a los estudiantes en todos los aspectos administrativos, académicos y de planificación. La claridad en la presentación de los contenidos, la estructura organizada y la oferta de múltiples canales de comunicación refuerzan su efectividad como portal de información clave para quienes deseen estudiar Publicidad y Relaciones Públicas en la UCM.

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER

1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

Se han puesto en marcha los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en la memoria presentada a verificación y concretamente respecto a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad del Título. La fecha de aprobación y/o modificación del Funcionamiento de la Comisión de Calidad se realizó el 24 de octubre de 2014.

El Sistema de Garantía de Calidad en el grado Publicidad y Relaciones Públicas tiene la siguiente estructura:

1. **Comisión de Calidad.** Órgano de mayor nivel decisorio y ejecutivo del sistema. Única para todas las titulaciones de Grado, Master y Doctorado de la Facultad.
2. **Comisión de Estudios.** También única para todos los Títulos que se ofertan en la Facultad de Ciencias de la Información.

Cada una de estas comisiones tiene atribuciones específicas, pero al mismo tiempo existe una coordinación entre ambas a través de los miembros del Decanato, representados en ambas Comisiones (Decano, Vicedecanato responsable del grado, secretaria de la Facultad), y de los Coordinadores de Grado, presentes igualmente en ambas Comisiones.

La estructura y elementos del Sistema de Calidad se vertebran del modo siguiente:

- La **Comisión de Calidad** de la Facultad analiza los datos disponibles y toma las decisiones ejecutivas. Los datos que analiza son: índices de calidad (emitidos por la Oficina de Calidad, incluye las encuestas del PAS, PDI y alumnos), reclamaciones y sugerencias, memorias de calidad emitidas anteriormente, informes de seguimiento (ANECA, Fundación para el Conocimiento Madrid y UCM).
- La **Comisión de Estudios** estudia, a su vez, el desarrollo y supervisión de los estudios de Grado: cómo se ha efectuado la matrícula de los alumnos, incidencias en la misma, preparación de la planificación anual de las asignaturas de los Grados (con especial atención al Trabajo Fin de Grado), mejoras de futuro, reclamaciones y sugerencias que le sean trasladadas por la Comisión de Calidad. La labor que llevan a cabo, conjuntamente, Decanato y Coordinadores de Grado es fundamental para resolver los problemas del día a día de los Grados, cuyos aspectos más reseñables son informados, luego, en la Comisión de Estudios.
- Las acciones de mejora decididas a partir del análisis de los datos se incorporan a las memorias de Calidad posteriores. Se definen objetivos, fechas y evidencias para ser incluidas en dicha Memoria.
- La evaluación de los resultados de las acciones se realiza mediante alguno de los mecanismos siguientes (dependiendo del tipo de acción): índices de calidad de la Oficina UCM, informes de los responsables de la coordinación de la acción, encuestas de Satisfacción establecidas por la Oficina de Calidad.
- Las reclamaciones son enviadas por el Decanato al Coordinador del grado o este/a las recibe directamente por formulario web. Las envía al responsable correspondiente (jefe de servicio, director de departamento, director de sección departamental, etc.). Las comisiones de

reclamaciones de los departamentos o la propia de la Comisión de Estudios de la titulación correspondiente (si es un tema de TFG o se ven involucrados varios departamentos) o la estructura similar que corresponda, en su caso, resuelven la reclamación. La reclamación debe ser utilizada, si es pertinente, como información relevante para definir una acción de mejora.

- La evaluación anual de la calidad, que se realiza en la Memoria anual de seguimiento, junto con los informes de ANECA, Fundación para el Conocimiento Madri+d y el Informe de Seguimiento del Vicerrectorado de Evaluación de la Calidad (UCM) constituyen la información fundamental para impulsar las nuevas acciones correctoras y de mejora, que se deciden en la Comisión de Calidad del Centro. De este modo se establece un mecanismo de control y mejora continua de la Calidad.

Como máximo órgano responsable de este procedimiento de Calidad, la **Comisión de Calidad** está representada y reglamentada como se indica en el siguiente sub-epígrafe.

1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.

Como máxima responsable de la calidad de la titulación del grado de Publicidad y Relaciones Públicas, se creó una **Comisión de Calidad** del Centro, aprobada por la Junta de Facultad, específicamente dedicada a garantizar la calidad de las titulaciones que se imparten en la Facultad de Ciencias de la Información, de acuerdo con el Sistema de Garantía Interna de Calidad del grado y mejoras implantadas. Esta Comisión funciona con un reglamento específico aprobado por dicha Junta. En ella están representados todos los colectivos de la Comunidad Universitaria: profesorado, estudiantes, personal de administración y servicios y responsables académicos.

Los miembros que forman esta Comisión son:

- El/la Decano/a del Centro, que presidirá la Comisión, y será el responsable unipersonal de garantizar la calidad interna de las titulaciones impartidas en el mismo.
- Los/las Vicedecanos/as responsables de las áreas de Grado, Máster, Doctorado y Calidad.
- El/la Coordinador/a de cada una de las titulaciones de Grado, Máster Oficial y Doctorado de la Facultad de Ciencias de la Información.
- Un Agente Externo.
- El/la representante del PAS.
- Dos representantes de estudiantes en Junta de Facultad, a ser posible uno de Grado y otro de Posgrado.
- El/la secretario/a de la Facultad.

Para el curso académico 2023-2024, se especifica la siguiente relación nominal de los responsables de la **Comisión de Calidad** y el colectivo al que representaron:

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Jorge	CLEMENTE MEDIAVILLA	Decano
Pilar	COUSIDO GONZÁLEZ	Secretaria Académica
Ricardo	JIMENO ARANDA (desde junio de 2024)	
Ángel Luis	RUBIO MORAGA	Vicedecano de Calidad e Innovación Docente
Dimitrina J.	SEMOVA	Vicedecana de Política Científica y Doctorado
Teresa	RODRÍGUEZ RAMALLE	Vicedecana de Estudios y Planificación Docente
Gema	FERNÁNDEZ HOYA	Coord. Grado en Comunicación Audiovisual
María Luisa	GARCIA GUARDIA	Coord. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Graciela	PADILLA CASTILLO	Coord. Grado en Periodismo
María del Mar	MARCOS MOLANO	Coord. Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP
Manuel	FERNÁNDEZ SANDE	Coord. Doctorado en Periodismo
Héctor	FOUCE RODRÍGUEZ	Coord. Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Francisco José	GARCÍA RAMOS	Coord. Máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital
María Teresa	GARCÍA NIETO	Coord. Máster en Comunicación de las Organizaciones
Pilar	VEGA RODRÍGUEZ	Coord. Máster en Escritura Creativa
María Isabel	SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ	Coord. Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política
José Luis	DADER GARCÍA	Coord. Máster en Investigación en Periodismo: Discurso y Comunicación
Ricardo	JIMENO ARANDA	Coord. Máster en Patrimonio Audiovisual. Historia, Recuperación y Gestión
María	CADILLA BAZ	Coord. Máster en Comunicación Social
Jesús	FLORES VIVAR	Coord. Máster en Periodismo Multimedia Profesional
Marina Juan José	SANZ SÁNCHEZ REDONDO NISTAL (Desde abril de 2024)	Gerente y Representante del Personal de Administración y Servicios
Jonattan Hilario	RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ MARTÍNEZ BLANCO (Desde junio de 2024)	Representante de Alumnos de Postgrado
Yasira Eduardo	DÍAZ RUBIO PELÁEZ GARCÍA (Desde junio de 2024)	Representante de Alumnos de Grado
María Luisa	HUMANES HUMANES	Agente Externo (Universidad Rey Juan Carlos)

1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.

La **Comisión de Calidad** tiene como funciones, en relación con el grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

- Realizar el seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias de la Información.
- Gestionar y coordinar todos los aspectos relativos a dicho sistema.
- Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias de la Información.
- Realizar propuestas de revisión y de mejora de la titulación, y hacer un seguimiento de estas.
- Proponer y modificar los objetivos de calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias de la Información.
- Recoger información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de la titulación (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje y otros).
- Gestionar el Sistema de Información de las titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias de la Información.
- Establecer y fijar la política de calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias de la Información de acuerdo con la política de calidad de este Centro y con la política de calidad de la Universidad Complutense de Madrid.

En particular, la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información realiza las siguientes **funciones**:

- Elaboración anual de una Memoria de las actuaciones desarrolladas por la Comisión.
- Elaboración anual de un informe sobre la marcha de las enseñanzas de la Titulación, así como un plan de mejoras de esta que remitirá para su aprobación a la Junta de Centro.
- Elaboración de informes de seguimiento de la aplicación de las mejoras propuestas y aprobadas por la Junta de Centro.
- Adopción de las decisiones y en su caso, resoluciones en relación de las reclamaciones y sugerencias presentadas.
- Adopción de la propuesta de modificación del Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Calidad.

- Todas las restantes funciones recogidas en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de la Titulación, así como las que se atribuyan a la Comisión por cuantas disposiciones sean dictadas en desarrollo del citado Sistema y que de forma expresa se atribuyan a la Comisión.

La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información es el órgano competente y responsable de la calidad del conjunto de grados y másteres oficiales impartidos en dicho centro y el órgano que garantiza el cumplimiento de los objetivos de calidad de todas y cada una de las titulaciones en el que participa, entre ellas el grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Su funcionamiento y sistema de toma de decisiones se describen su reglamento disponible en [https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-3854/Reglamento%20Comisi%C3%B3n%20de%20calidad%20\(30.10.2014\)%20ULTIMO.pdf](https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-3854/Reglamento%20Comisi%C3%B3n%20de%20calidad%20(30.10.2014)%20ULTIMO.pdf)

Respecto al sistema de **adopción de decisiones**:

- Los acuerdos se adoptan por asentimiento o por votación pública a mano alzada, a propuesta de su presidente. En este último caso la toma de decisiones requiere la mayoría simple de sus miembros. En caso de empate el presidente goza de voto de calidad.
- Excepcionalmente, los acuerdos podrán adoptarse por votación secreta a petición de alguno de sus miembros. Siempre será secreta la votación referida a personas. Realizada una propuesta por el presidente, se considerará aprobada la misma por asentimiento si ningún miembro solicita la votación ni presenta objeción u oposición a la misma.
- Una vez anunciado el comienzo de una votación por el presidente, ningún miembro puede interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando la votación.
- No se puede votar ningún asunto que no figure expresamente en el orden del día, salvo que el presidente lo proponga al inicio de la sesión, y sea declarada la urgencia del asunto por el voto favorable de la mayoría.

Efectos de los acuerdos

- Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad tienen los efectos que le son propios en función de su contenido y de lo establecido en la normativa vigente.
- Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad se elevan a la Junta de Facultad para su conocimiento y, en su caso, para su ratificación. Asimismo, se comunican a los interesados para realizar los cambios y mejoras oportunas.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

La Comisión de Calidad se reunió, a lo largo del curso académico 2023-2024, en cuatro ocasiones, superando con creces el margen que queda reflejado en el Reglamento, el cual también especifica el procedimiento de toma de las decisiones, así como los efectos y consecuencias que se deben tomar en estas. Lo cual muestra una de sus grandes fortalezas y disponibilidad.

Las decisiones de la Comisión de Calidad se adoptaron por mayoría simple. En caso de empate, el presidente disponía de voto de calidad. Las medidas adoptadas se comunicaron a los implicados en las mismas, así como a la Junta de Facultad de Ciencias de la Información para su ratificación, cuando esta era necesaria.

En la siguiente tabla, se señalan: la fecha de la reunión, los temas tratados y un breve resumen de los principales temas analizados y acuerdos adoptados:

Resumen de las Comisiones de Calidad del Curso 2023-2024

Fecha	Asuntos por tratar	Acuerdos adoptados
	Lectura y aprobación del Acta de la Comisión de Calidad de 10 de julio de 2023.	Se aprueba el acta de la Comisión de Calidad de 10 de julio de 2023.

Fecha	Asuntos por tratar	Acuerdos adoptados
21 de septiembre de 2023	Informes de Seguimiento Especial de Títulos de la Facultad.	Se aprueban por asentimiento los Informes de Seguimiento Especial de Títulos de la Facultad.
	Información y seguimiento de la matriculación de alumnos de nuevo ingreso en las Titulaciones de la Facultad.	Se presenta información sobre la mejora de la ratio profesor/alumno y los desafíos de demanda en Periodismo. Se discute la posibilidad de crear nuevos Grados y Másteres para diversificar la oferta formativa.
	Información sobre Doctorado.	Se informa sobre el proceso de admisión y el número de solicitudes para los Programas de Doctorado, así como la creación de una bolsa de evaluadores externos.
26 de octubre de 2023	Lectura y aprobación del Acta de 21 de septiembre de 2023.	Se aprueba el acta de la Comisión de Calidad de 21 de septiembre de 2023 con las modificaciones solicitadas.
	Información y aprobación de las Memorias de Seguimiento de las Titulaciones de la Facultad.	Se aprueban las Memorias de Seguimiento de las Titulaciones de la Facultad. Se discute la necesidad de más apoyo administrativo para la elaboración de las Memorias y la posibilidad de incrementar los Programas de Doctorado para facilitar la carga de trabajo de los Coordinadores.
	Información sobre los Programas de Doctorado.	Se presenta un debate sobre la posibilidad de crear nuevos Programas de Doctorado y la estructura adecuada para ellos, con diferentes opiniones entre los miembros sobre la fragmentación o concentración de los Programas existentes.
7 de marzo de 2024	Lectura y aprobación del Acta de 26 de octubre de 2023.	Se aprueba el acta de la Comisión de Calidad de 26 de octubre de 2023.
	Informes de Renovación de la Acreditación del Grado en Periodismo y del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.	Se presenta un informe favorable de la Renovación de la Acreditación de los Grados en Periodismo y Publicidad y RR.PP., y se agradece a los coordinadores por su trabajo.
	Informes de las Memorias de Seguimiento de las titulaciones de la Facultad.	Se informa sobre los avances hacia la acreditación institucional de la Facultad y la necesidad de colaboración de los coordinadores.
	Coordinación de las asignaturas interdepartamentales impartidas en las titulaciones de Grado.	Se discuten las quejas sobre la coordinación de asignaturas interdepartamentales.
	Información sobre Títulos Propios.	Se informa sobre un solapamiento entre un título oficial y uno propio y se decide llevar el tema a la Junta de Facultad.
	Información sobre los programas de Doctorado.	Se informa sobre los programas de Doctorado y se discute la gestión de los periodos de embargo de las tesis doctorales.
20 de junio de 2024	Lectura y aprobación del acta de la Comisión de Calidad de 7 de marzo de 2024.	Se aprueba el Acta de la Comisión de Calidad celebrada el 7 de marzo de 2024
	Modificaciones de las titulaciones de Grado de la Facultad.	Se informa a la Comisión de Calidad de los últimos cambios realizados en los planes de Estudios de los Grados de la Facultad una vez revisadas las guías docentes y elaborado el documento final para la presentación del Modifica. Se aprueban las propuestas de modificaciones.
	Modificaciones en el Máster Universitario en Comunicación de las Organizaciones.	Se informa de la solicitud de una serie de cambios en el plan de estudios del Máster Universitario en Comunicación de las Organizaciones. Se acuerda revisar el apartado de Competencias, Habilidades y Conocimientos del documento Modifica, así como la incorporación de perfiles profesionales nuevos para su posterior aprobación.
	Información sobre quejas, sugerencias y reclamaciones de las titulaciones de la Facultad.	Los coordinadores y las coordinadoras de las titulaciones oficiales de la Facultad informan sobre la evolución y resolución de las quejas presentadas por los estudiantes, PDI y PTGAS en sus respectivas titulaciones. Se aprecia una evolución descendente en el número de quejas y una más rápida y eficaz resolución de estas.
	Información sobre los programas de Doctorado.	Se informa de las dificultades burocráticas que supone para los doctorandos el proceso de depósito de tesis así como algunas otras modificaciones introducidas recientemente en los diferentes procesos que afectan a la lectura y defensa de las tesis doctorales.

Valoración del funcionamiento del SGIC implantado:

La Comisión de Calidad y la Comisión de Estudios de la Facultad de Ciencias de la Información funcionan de manera complementaria; en ellas se someten a estudio y consideración todos los asuntos de interés y relevancia para el buen funcionamiento y la mejora de las titulaciones que en dicha Facultad se imparten.

La pluralidad de los miembros de ambas comisiones permite la presencia de todos los agentes que forman parte de la comunidad educativa, la escucha atenta a sus necesidades y el trabajo coordinado. Y la presencia de los coordinadores de grado como miembros de ambas Comisiones permite trasladar directamente a estos órganos las cuestiones que les afectan, compartir opiniones, discutir aspectos que redunden en una mejora de la calidad de las titulaciones y recoger la información necesaria para la mejora continua del título.

Tal y como se expone a continuación en el apartado de fortalezas y debilidades, el SGIC de la titulación ha demostrado su eficacia y flexibilidad adaptándose en todo momento a las necesidades de cambio de las titulaciones.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Reuniones frecuentes (4 ocasiones en el curso docente 2023-2024), con propuestas importantes y buena resolución de las mismas, mediante una adecuada distribución de las responsabilidades y un correcto seguimiento de los acuerdos adoptados. Esto supone cumplir con la periodicidad que determina su Reglamento y con sus funciones.</p> <p>Se mantiene un número de quejas bajo por el buen funcionamiento del sistema.</p> <p>Elaboración en tiempo y forma todos los Informes de Autoevaluación para renovar la acreditación de los títulos oficiales y los Informes de Renovación de la Acreditación de los Másteres y Grados de la Facultad, pese a la demora de algunos datos necesarios para la realización de dichos informes.</p>	<p>La elaboración de la memoria supone una carga de trabajo importante para los coordinadores. Se sugiere la necesidad de solicitar apoyo administrativo para la elaboración de las memorias.</p> <p>La dificultad para la coordinación de las asignaturas interdepartamentales.</p> <p>Solapamiento de contenidos entre títulos oficiales y propios.</p> <p>Plan de Estudios no ha sido modificado todavía.</p>

2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO

El grado de Publicidad y Relaciones Públicas se imparte en un único campus: Facultad de Ciencias de la Información, Campus de la Moncloa. No existe doble grado que incluya Publicidad y RRPP. Dada la naturaleza del grado, los departamentos que tienen carga docente son variados y, pueden pertenecer a la facultad de Ciencias de la Información u otras facultades, valgan los ejemplos de las Facultades de Derecho o Empresariales. Los dos departamentos que tienen el mayor número de asignaturas del grado son los Departamento de la Comunicación Aplicada y Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación. Aunque las asignaturas del Plan de Estudios son de índole diversa, la coordinación de Decanato, los Directores de los Departamentos y la coordinación del Grado es fluida y constante, incluyendo a profesores de otros departamentos y facultades, los cuales participan activamente en los mecanismos de coordinación de la facultad.

Existen unos mecanismos reglados para la organización y el funcionamiento del título: la Comisión de Calidad y la Comisión de Estudios que cumpliendo el sistema de garantía de calidad, hacen posible que los temas de mayor relevancia sean tratados, deliberados y también cuestionados con el objetivo de mejorar año tras año la calidad de la enseñanza.

Además de estas comisiones que facilitan la coordinación del grado de Publicidad y RRHH, existe un mecanismo fluido y cotidiano entre el decanato, directores de departamento y los coordinadores de grado para tratar temas que exigen un contacto constante: resolución de problemas con docentes y discentes, uso de las instalaciones, etc. La enseñanza virtual, las tutorías online, los exámenes a través de la plataforma Moodle han funcionado y cuando ha habido incidencias, se ha resuelto con la colaboración diaria y constante de los mecanismos de coordinación. La agilidad en los canales de comunicación ha permitido resolver problemas de diversa índole en un grado diseñado para ser presencial, y que ha sido impartido online de forma sincrónica en la mayor parte de las ocasiones, dado que el volumen de alumnos por grupo no permitía mantener la docencia en forma presencial.

Se ha informado a los discentes de todo lo relacionado con la pandemia por todos los medios de comunicación disponibles en la facultad.

La coordinación docente ha funcionado de forma vertical y horizontal en el curso académico. Otro mecanismo que se ha analizado y mejorado ha sido el contenido de las asignaturas. Este curso pasado y, también en los anteriores se está realizando un esfuerzo constante para que las guías docentes estén actualizadas y los contenidos no se solapen. La coordinación incluye la colaboración de un responsable para cada materia con los directores de departamento, vicedecanato y coordinadores de grado.

Para el curso académico 2023-2024, la **Comisión de Estudios** contó con la siguiente relación nominal de responsables y el colectivo al que representaron:

Composición de la Comisión de Estudios de la Facultad de Ciencias de la Información 2023-2024

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Jorge	CLEMENTE MEDIAVILLA	Decano
Pilar	COUSIDO GONZÁLEZ	Secretaria Académica
Ricardo	JIMENO ARANDA (Desde junio de 2024)	
M ^ª Teresa	RODRÍGUEZ RAMALLE	Vicedecana de Estudios y Planificación Docente
Ángel Luis	RUBIO MORAGA	Vicedecano de Calidad e Innovación Docente
Dimitrina J.	SEMOVA	Vicedecana de Política Científica y Doctorado
Gema	FERNÁNDEZ HOYA	Coord. Grado en Comunicación Audiovisual
María Luisa	GARCIA GUARDIA	Coord. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Graciela	PADILLA CASTILLO	Coord. Grado en Periodismo
María del Mar	MARCOS MOLANO	Coord. Doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas
Manuel	FERNÁNDEZ SANDE	Coord. Doctorado en Periodismo
Héctor	FOUCE RODRÍGUEZ	Coord. Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación
Francisco José	GARCÍA RAMOS	Coord. Máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital
María Teresa	GARCÍA NIETO	Coord. Máster en Comunicación de las Organizaciones
Pilar	VEGA RODRÍGUEZ	Coord. Máster en Escritura Creativa
María Isabel	SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ	Coord. Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política
José Luis	DADER GARCÍA	Coord. Máster en Investigación en Periodismo: Discurso y Comunicación
Ricardo	JIMENO ARANDA	Coord. del Máster en Patrimonio Audiovisual. Historia, Recuperación y Gestión
María	CADILLA BAZ	Coord. Máster en Comunicación Social
Jesús	FLORES VIVAR	Coord. Máster en Periodismo Multimedia Profesional
Patricia	NÚÑEZ GÓMEZ	Dra. Dpto. Ciencias de la Comunicación Aplicada
Fernando	PEINADO Y MIGUEL	Dr. Dpto. Periodismo y Comunicación Global
Roberto	GAMONAL ARROYO	Dr. Dpto. Periodismo y Nuevos Medios
Ubaldo	CUESTA CAMBRA	Dr. Dpto. Teorías y Análisis de la Comunicación
Luis Felipe	SOLANO SANTOS (Desde noviembre de 2023)	
Isabel	SERRANO MAILLO	Dra. S. Departamental de Derecho Constitucional
Guadalupe	ARBONA ABASCAL	Dra. S. Departamental de Literaturas Hispánicas y Bibliografía
Dolores	RUBIO GARCÍA	Dra. S. Departamental de Relaciones Internacionales e Historia Global
Ana	FERNÁNDEZ ZUBIETA	Dr. S. Departamental Sociología Aplicada
José Antonio	ALCOCEBA HERNANDO	Dr. S. Departamental de Sociología: Metodología y Teoría
Marina Juan José	SANZ SÁNCHEZ REDONDO NISTAL (Desde abril de 2024)	Gerente y Representante del Personal de Administración y Servicios
Alejandro Luis Gabriel	COSTA ESCUREDO MARTÍNEZ MONTENEGRO (Desde junio de 2024)	Representante de Alumnos de Postgrado

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Yasira Sara	DIAZ RUBIO DEL PINO LENDINES (Desde junio de 2024)	Representante de Alumnos del Grado en Comunicación Audiovisual
Deva Helena	ESCOBEDO GONZÁLEZ CASTELLANO VÁZQUEZ (Desde junio de 2024)	Representante de Alumnos del Grado en Periodismo
Gloria Carmen	SAGRADO VELASCO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ (Desde junio de 2024)	Representante de Alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Esta Comisión de Estudios tiene sus propias funciones y características establecidas en su reglamento, aprobado por Junta de Facultad, el 14 de febrero de 2013. Toda la información se encuentra disponible en el enlace: <https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-3854/Reglamento%20de%20la%20Comisi%C3%B3n%20de%20Estudios%20de%20la%20Fac%20CC%20Informaci%C3%B3n.pdf>

Funciones

- Asistir a la Comisión de Calidad del Centro en la preparación de informes y documentos que fueran precisos para el seguimiento y evaluación de las Titulaciones de Grado de las que se ocupa.
- Sugerir a la Comisión de Calidad del Centro todas aquellas propuestas de mejora que, en relación con la calidad, entienda que puedan ser necesarias para el perfeccionamiento de las enseñanzas de Grado.
- Ocuparse en aplicar, gestionar y coordinar los aspectos de la calidad en las Titulaciones de Grado que le sean indicados a instancias de la Comisión de Calidad del Centro.
- La supervisión y coordinación académica del desarrollo de la docencia de los Grados.
- Solicitar a la Junta de Facultad los cambios oportunos en la asignación docente, previo acuerdo de los Departamentos o Secciones departamentales afectadas.
- Elevar a la Junta de Facultad para su aprobación, a propuesta del Decano/a, una vez oídos los Departamentos implicados en la docencia de la Titulación, los nombres de los coordinadores de Grado, uno por titulación.
- La elaboración, y en su caso revisión, de las directrices o normativa del Trabajo Fin de Grado (TFG), en las que se habrán de especificar al menos las modalidades, características generales y procedimientos para la organización, planificación, evaluación, calificación y revisión del TFG. Estas directrices, y sus posteriores modificaciones, se presentarán a la Junta de Facultad para su aprobación definitiva.
- Planificar y acordar lo concerniente al correcto funcionamiento y desarrollo del TFG.
- Resolver las peticiones de cambio de grupo y/o tutor en los TFG.
- Dar curso a las solicitudes de revisión de los TFG, y solventar las impugnaciones presentadas relacionadas con su calificación.
- Proponer la constitución de grupos de trabajo internos para el desempeño de sus actividades.
- Elaborar una Memoria anual de las actuaciones desarrolladas.
- Adoptar la propuesta de modificación del Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Estudios.
- Cualquiera otra función que se le atribuya o delegue por la Comisión de Calidad del Centro o la Junta de Facultad.

Son **miembros** de la Comisión de Estudios:

- El/la Decano/a o persona en quien Delegue.
- El/la Vicedecano/a encargado/a del tema de Grado, como responsable de su planificación académica.
- El/la Coordinador/a de cada uno de los Grados de la Facultad de Ciencias de la Información.
- El/la Gerente del Centro.

- Un alumno por cada Titulación de Grado, pertenecientes a la Junta de Facultad. Si no hubiera alumnos de todas las titulaciones, el número de representantes de la Junta de Facultad se quedará reducido a uno por Titulación de Grado, las que estén representadas. Supliéndose las restantes, en su caso, entre los miembros de los delegados de curso del Centro, que serán designados por sorteo que llevará a cabo la Junta Electoral del Centro. Hasta la constitución de este nuevo órgano de participación, dicha representación quedará cerrada con los miembros de la Junta de Facultad.
- El/la secretario/a de la Facultad.
- Los/las directores/as de cada Departamento o Sección departamental cuya docencia forme parte de las titulaciones de Grado que se imparten en la Facultad. En el caso de las Unidades docentes, el Departamento asignará a un representante docente entre el profesorado inscrito en el Centro que imparte las asignaturas de Grado en la Facultad de Ciencias de la Información.

Respecto a la **adopción de acuerdos**, el reglamento de la Comisión de Estudios establece que:

- Los acuerdos se adoptarán por mayoría simple, por asentimiento o por votación pública a mano alzada, a propuesta de su presidente/a.
- Excepcionalmente, los acuerdos podrán adoptarse por votación secreta a petición de alguno de sus miembros. Siempre será secreta la votación referida a personas.
- Una vez anunciado el comienzo de una votación por el presidente/a, ningún miembro podrá interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando la votación.
- No se podrá votar ningún asunto que no figure expresamente en el Orden del Día, salvo que estén presentes todos los miembros de la Comisión, se proponga al inicio de la sesión, y sea declarada la urgencia del asunto por el voto favorable de la mayoría.

La **Comisión de Estudios** se reunió, a lo largo del curso académico 2023-2024, en cuatro ocasiones. Este detalle supone una fortaleza, pues de acuerdo con la periodicidad que determinaba su Reglamento, la Comisión debe reunirse dos veces, al principio y al final del curso. Respecto a las reuniones mantenidas, los temas tratados y las acciones de mejora y acuerdos adoptados se recogen brevemente en la siguiente tabla:

Fecha	Asuntos por tratar	Acuerdos adoptados
8 de noviembre de 2023	Lectura y aprobación del acta de la Comisión de Estudios de 19 de junio de 2023.	Se aprueba el acta de la Comisión de Estudios de 19 de junio de 2023 con los ajustes solicitados.
	Desactivación de asignaturas para el curso 2023-2024.	Se aprueba la desactivación de la asignatura "Periodismo deportivo en el área digital" del Máster en Investigación en Periodismo.
	Adaptación de los Grados al RD 822/2021.	Se confirma la recepción de las Guías Docentes para la adaptación de los Grados al RD 822/2021 y se discuten los detalles sobre la personalización y minuciosidad necesarias en dichas guías.
	Información sobre el Mapa de Titulaciones.	Se discute sobre la necesidad de renovar y diversificar las titulaciones para atraer más estudiantes.
25 de enero de 2024	Lectura y aprobación del acta de la Comisión de Estudios de 8 de noviembre de 2023.	Se aprueba el acta de la Comisión de Estudios de 8 de noviembre de 2023.
	Implantación del Bachelor of Arts in European Studies (BAES).	Se informa sobre la implantación del BAES, destacando la necesidad de formalizar el régimen de sustituciones de docentes.
	Aprobación del número de alumnos de nuevo ingreso para el curso 2024-2025.	Se mantiene el número de alumnos de nuevo ingreso sin cambios respecto al curso anterior.
	Cambio de nombre y activación/desactivación de asignaturas.	Se aprueban los cambios en el nombre de asignaturas y la activación/desactivación de algunas de ellas.
	Cambios sustanciales en el Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación.	Se discuten los cambios sustanciales en el Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación.

Fecha	Asuntos por tratar	Acuerdos adoptados
	Nueva normativa para TFGs y TFMs.	Se informa sobre la nueva normativa para TFGs y TFMs elaborada por el Vicerrectorado de Estudios de la Universidad Complutense de Madrid.
	Cambios en los planes de estudio de los Grados ajustados al RD 822/2021. Información sobre el Mapa de Titulaciones.	Se aprueban cambios en los planes de estudio de los Grados ajustados al RD 822/2021.
23 de abril de 2024	Lectura y aprobación del acta de la Comisión de Estudios de 25 de enero de 2024.	Se aprueba el acta de la Comisión de Estudios de 25 de enero de 2024.
	Activación/Desactivación de asignaturas de Titulaciones.	Se aprueba la desactivación de la asignatura "Problemas Sociales y Comunicación Política" para el curso 2024-2025.
	Fecha de celebración de la Festividad de San Francisco de Sales.	Se aprueba trasladar la Festividad de San Francisco de Sales al 3 de febrero de 2025.
	Calendario de organización docente para el curso 2024-2025.	Se aprueba el calendario de organización docente para el curso 2024-2025, incluyendo un retraso de 15 días en el inicio de los Másteres.
	Información sobre los MODIFICA de los Planes de Estudio de Grado.	Se informa sobre los avances en los MODIFICA de los Planes de Estudio de Grado.
24 de junio de 2024	Lectura y aprobación del acta de la Comisión de Estudios de 23 de abril de 2024	Se aprueba el acta de la Comisión de Estudios de 23 de abril de 2024
	Modificaciones de las titulaciones de Grado de la Facultad.	Se informa de los últimos cambios realizados en las propuestas de Modificación de los Planes de Estudios de los Grados de la Facultad y se aprueban dichas propuestas de modificación una vez explicados y justificados dichos cambios.
	Nueva normativa de Trabajos Fin de Grado y Trabajos Fin de Máster.	Se aprueba la nueva normativa sobre Trabajos Fin de Grado y Trabajos Fin de Máster para el Curso 2024-2025.
	Aumento del grado de experimentalidad a nivel 2 para los Grados de Periodismo y Publicidad y RR. Públicas.	Se realizan diferentes propuestas para solicitar el aumento del grado de experimentalidad en los Grados de Periodismo y de Publicidad y de Relaciones Públicas. Tras un debate y diversas participaciones se aprueba la formación de un grupo de trabajo que elabore un informe detallado de ambos Grados para justificar la experimentalidad solicitada.

Dentro de los mecanismos de coordinación docente es necesario destacar la figura y funciones del **Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**, publicadas y accesibles en la web <https://www.ucm.es/gradopublicidad/coordinador-del-grado-1> y que resumimos brevemente:

Funciones y datos del Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

El Coordinador de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas tiene una función de asistencia en las labores propias del Vicedecanato responsable de los Grados de la Facultad (principal autoridad académica y cabeza gestora de los mismos por delegación del Decano). Esta asistencia cubre aspectos de índole científica, académica y de gestión.

Los coordinadores forman parte como miembros natos de la Comisión de Estudios, única para las tres titulaciones, que preside el Decano auxiliado por el Vicedecano competente en los temas de Grado. Esta Comisión es la encargada de la coordinación y correcto funcionamiento de los títulos de Grado. Para hacerla lo más operativa posible, en la Comisión están representados todos los departamentos, secciones y unidades departamentales sobre los que recae la docencia de las asignaturas que conforman los planes de estudios de los Grados.

Funciones científicas:

El coordinador ayuda para que se dé la adecuada coordinación y coherencia científica de los contenidos de los módulos, materias y asignaturas que se integran en el título. Asimismo, colabora en asegurar que su nivel científico sea el adecuado para el nivel de estudios del Grado.

El coordinador ayuda a que los estudios correspondientes tengan un nivel equiparable a otros estudios similares que existan en universidades españolas o de nuestro entorno político y cultural y porque gocen de prestigio dentro de la comunidad científica nacional e internacional.

Funciones académicas:

El coordinador de Grado refuerza al Vicedecano responsable en el seguimiento académico de la titulación. Para ello participa en aquellas acciones de coordinación que resulten necesarias. Especialmente en todas las actuaciones que se lleven a cabo previstas en la memoria de verificación del título y en la normativa de la UCM sobre garantía de calidad de los títulos.

Igualmente, desempeña un papel esencial en lo que se refiere a los procesos de acreditación y verificación del título y otros similares a los que pueda estar sometida la titulación por parte de agencias de evaluación nacionales o autonómicas o de los propios órganos internos de la UCM, responsabilizándose, junto al Vicedecano, de organizar y preparar la documentación que pudiera resultar necesaria.

Funciones de gestión:

Como colaborador estrecho del Vicedecano, el coordinador realizará aquellas tareas de gestión académica internas o externas al Grado, que le sean encomendadas.

En particular, y en la medida en que sean aplicables a la Facultad, las relacionadas con los procedimientos de admisión y acceso de estudiantes al Grado se desarrollen conforme a lo previsto en la memoria de verificación del título, en la normativa general de la UCM y en la normativa de los centros correspondientes.

De acuerdo con la normativa general de la UCM y del centro sobre el Trabajo de Fin de Grado, el coordinador asistirá también al Vicedecano en la supervisión de la asignación de tutores (que contará con la aprobación de la Comisión de Estudios), que la temática elegida por los alumnos (bajo la aceptación del tutor) se desarrolle sin problemas, ayudará a resolver los conflictos que puedan surgir entre alumnos y tutores, que se respeten los plazos de entrega y exposición oral, asistir en la subida de notas al acta, etc., y que cualquier otro aspecto relacionado con estos trabajos se desarrolle conforme a lo establecido.

Durante el curso académico 2013-2014, se adoptó el sistema de aplicación de los Trabajos de Fin de Grado. Durante el proceso de diseño, discusión y puesta en marcha de estos trabajos se realizaron diferentes reuniones de coordinación entre el Vicedecanato de Planificación Académica, la Coordinación de Grado, los Departamentos y las Comisiones de Grado y Calidad.

En el curso académico 2016-2017, se volvió a replantear en la Comisión de Estudios el funcionamiento del TFG, tras la experiencia de cuatro cursos, detectándose diversas disfunciones y problemas: desequilibrio entre la demanda de alumnos matriculados en el TFG y el número de profesores disponibles, la asignación de los TFG siguiendo un criterio meramente numérico y el alto número de situaciones excepcionales, que dificultan la aplicación de la normativa de modo justo y equitativo para todos los casos.

Para paliar estos problemas se propuso una normativa transitoria, que se ha mantenido en los siguientes cursos. Una vez depuradas las dificultades iniciales y con la experiencia acumulada desde su implantación en el curso 2013-2014, con fecha de 27 de junio de 2024 se aprobó una nueva normativa que responde a una correcta organización del desarrollo de los Trabajos Fin de Grado. Dicha normativa está disponible en la página web de la Facultad de Ciencias de la Información, de manera transparente y accesible, en <https://ccinformacion.ucm.es/trabajo-fin-de-grado>, donde se recoge toda la información de interés para el alumnado y el profesorado.

El objetivo de esta normativa es desarrollar las directrices sobre el Trabajo Fin de Grado, teniendo en cuenta las características que concurren en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y ajustándose en lo posible a la normativa general aprobada por la

Universidad Complutense de Madrid en relación con la regulación de los TFG. Estas directrices se aplicarán a todas las titulaciones de Grado que se imparten en la Facultad de Ciencias de la Información, con el fin de armonizar y ajustar los recursos disponibles al número de estudiantes, con el fin de satisfacer sus necesidades de formación con la calidad exigida en el Trabajo Fin de Grado.

Valoración del modelo de coordinación implantado:

La organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid resultan altamente eficaces debido a varios factores clave. En primer lugar, el hecho de que este grado no esté dividido en dobles titulaciones o repartido en distintos campus facilita enormemente las labores de coordinación. Al impartirse íntegramente en la Facultad de Ciencias de la Información, se asegura una planificación académica más coherente y una comunicación fluida entre los diferentes departamentos, el Decanato y la dirección del grado, lo que reduce obstáculos logísticos y favorece una gestión eficiente.

Además, la estrecha colaboración entre el equipo de coordinación del Grado y el Decanato ha sido esencial para mejorar las infraestructuras, como el acceso a laboratorios y medios audiovisuales. La implementación de un sistema de reservas de material y espacios online, en respuesta a las demandas de los estudiantes, demuestra la capacidad organizativa de la Facultad y mejora significativamente la experiencia educativa. Otro aspecto destacable es la coordinación entre los profesores responsables de cada asignatura a través de los Consejos de Departamento, lo que asegura coherencia en el Plan de Estudios y evita solapamientos de contenidos entre las materias. Este sistema permite que los docentes trabajen de manera cooperativa, asegurando una enseñanza homogénea y alineada con los objetivos del grado.

La existencia de la Comisión de Calidad y la Comisión de Estudios añade una capa sólida de supervisión y mejora continua de la calidad del grado. La presencia de los coordinadores en ambas comisiones facilita una adecuada coordinación vertical (entre cursos) y horizontal (entre asignaturas de un mismo curso), garantizando una distribución equitativa de la carga de trabajo para los estudiantes. Además, el grado se distingue por su transparencia, ya que las normativas y reglamentos que lo rigen están disponibles públicamente, lo que facilita el acceso a la información para todos los colectivos involucrados, tanto estudiantes como profesores.

Otro elemento que subraya la eficacia de estos mecanismos es la frecuencia con la que se reúne la Comisión de Estudios y la Comisión de Calidad. A pesar de que el reglamento establece un mínimo de dos reuniones anuales, durante el curso 2023-2024 se llevaron a cabo cuatro sesiones de cada una de las dos Comisiones, lo que muestra una actitud proactiva hacia la mejora constante del grado. Esta mayor frecuencia en las reuniones permite una capacidad de respuesta rápida ante los desafíos que puedan surgir durante el curso académico, lo que es indicativo de una gestión adaptativa y eficaz.

En conclusión, la estructura organizativa y los mecanismos de coordinación del Grado en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid demuestran un alto nivel de eficacia. La centralización de la enseñanza en una única facultad, la fluidez en la coordinación entre departamentos, la atención a las demandas de los estudiantes y la implementación de soluciones logísticas, junto con un sistema de comisiones activo, permiten que el grado funcione de manera coherente y eficiente. Todos estos elementos contribuyen a garantizar la operatividad interna y la satisfacción de estudiantes y profesores, alineando el programa con los estándares de calidad exigidos.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Reducción progresiva del número de estudiantes matriculados, que repercute directamente sobre la mejora de la calidad de la docencia.</p> <p>Mejora de la dirección y coordinación de Departamentos, Secciones y Unidades Departamentales en la distribución de los TFG, con la dotación suficientes tutores para atender adecuadamente la demanda y actualización de las líneas temáticas.</p> <p>Eficiente adaptación de los Grados al RD 822/2021, mediante una buena coordinación entre Decanato, coordinadores y departamentos/secciones/unidades de la Facultad para reestructurar el plan de estudios del Grado de Periodismo.</p> <p>Reuniones asiduas (cuatro en un curso docente), con volumen de trabajo razonables, bien repartido y distribuido como se indica en las actas de las reuniones.</p>	<p>Aunque se ha trabajado en los Planes de Estudios de los Grados y se ha presentado el Modifica aprobado en la Comisión de Estudios, todavía no se ha podido poner en práctica.</p> <p>Dada las características del Grado de Publicidad y RRPP, se necesita una mayor experimentalidad en algunas de sus asignaturas.</p>

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

ICMRA-1c: Estructura del Personal Académico del Título
Plan de Estudios: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (0852)

Categoría	Personas	% de Personas	ECTS Impartidos	% ECTS Impartidos	Sexenios
Asociado	35	27,6%	281,00	33,4%	0
Asociado Interino	1	0,8%	12,00	1,4%	0
Ayudante	2	1,6%	8,00	0,9%	0
Ayudante Doctor	25	19,7%	206,10	24,5%	9
Catedrático de Universidad	5	3,9%	21,60	2,6%	18
Contratado Doctor	30	23,6%	135,80	16,1%	25
Titular de Universidad	29	22,8%	177,90	21,1%	66
Total	127	100,00%	842,4	100,00%	118

El profesorado del grado de Publicidad y RRPP es en un alto porcentaje permanente y estable: Contratado Doctor, Titulares de Universidad y Catedráticos son el 50,3%, lo que supone un aumento del 6% con respecto al año anterior. Destaca el elevado número de tramos de investigación o sexenios, un total de 66 entre los docentes, este índice se ha reducido como en años anteriores por una razón: la jubilación de catedráticos, pero sigue siendo un número elevado. También sobresale el número de doctores superior al 70% (89 de 127).

La existencia de 25 profesores Ayudantes Doctores demuestra que el grado apuesta por la promoción de su profesorado, los cuales suelen acceder a un contrato indefinido en un periodo de tiempo cada vez más breve.

Es importante destacar que la Publicidad y las Relaciones Públicas son actividades muy dinámicas y en constante evolución. Esta es la razón por la que la plantilla cuenta con un número importante de profesores asociados: 35, que imparten contenidos próximos a la práctica profesional.

En los planes de promoción a funcionarios existe una lista de acreditados a Catedráticos y Titulares de carácter anual. Los docentes acreditados están siendo consolidados regularmente según el orden ocupado en la lista y, siguiendo criterios relacionados con el año de la acreditación, antigüedad en la universidad y otras variables. En los últimos años ha habido un elevado número de jubilaciones y se están incorporado regularmente profesores jóvenes, en su mayoría Ayudantes Doctores con experiencia previa en otras universidades.

Los resultados de satisfacción con la titulación desde el punto de vista del profesorado presentan como fortaleza los siguientes resultados: la formación académica, las calificaciones en tiempo adecuado, importancia en la sociedad y cumplimiento del programa. Los profesores están satisfechos con su labor en la titulación. Se implican en la mejora de la docencia.

Respecto a los proyectos de innovación docente, En la Facultad de Ciencias de la Información se han realizado 32 Proyectos Innova-Docencia correspondientes a la convocatoria 2023-2024. De ellos, 11 cuentan con IP de proyectos con profesores que imparten docencia en el título. El listado de los mismos es el siguiente y a continuación detallamos las características principales de dichos proyectos de innovación.

N.º	Título	Modalidad	Responsable
399	Fomento de la motivación entre el alumnado universitario en carreras de comunicación	Innova-Docencia	Alcoceba Hernando, Jose Antonio
180	Implementación y mejora de materiales accesibles y metodología basada en perfiles profesionales para la formación de jóvenes con discapacidad intelectual, en la asignatura de Radio del Proyecto Liceo.	Innova-Docencia	Eguizábal Jiménez, Luis
461	Proyecto de mejora de la comunicación con estudiantes, PDI y PAS: desarrollo de un plan institucional de comunicación estratégica de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid para el período 2023-2025	Innova-Gestión Calidad	Fernández Muñoz, Cristóbal

N.º	Título	Modalidad	Responsable
198	Universidad y Sociedad: Comunicación, Integración y Colaboración con Empresas e Instituciones Públicas y Organizaciones No Lucrativas. Hacia la Excelencia del Aprendizaje en la Innovación Responsable	Innova-Docencia	García Nieto, María Teresa
169	Aprendiendo con Inteligencia Artificial: una aplicación en la asignatura de Fundamentos de Marketing (IAMARK)	Innova-Docencia	Gavilán Bouzas, Diana
397	Aventura gráfica y videojuegos como recurso educativo para la adaptación al cambio climático	Innova-Docencia	Jiménez Gómez, Isidro
434	Aprendizaje informal, comunicación y creatividad como herramientas de apoyo emocional e inclusión social para contrarrestar las barreras discapacitantes que afectan a los adultos vulnerables	Innova-Docencia	Llorente Barroso, María del Carmen
111	Creación de contenidos para un entorno web sobre memoria mediática VIII	Innova-Docencia	Márquez Padorno, Margarita
278	Inteligencia Artificial y Comunicación: El Reto del Chat GTP	Innova-Docencia	Peña Arce, Jaime
217	Muse_Com. Museos y Universidad: la experiencia museística como aprendizaje orientado al desarrollo sostenible en un entorno internacional	Innova-Docencia	Viñarás Abad, Mónica

Los proyectos de Innovación Docente recogidos en este listado destacan por su enfoque en mejorar la calidad educativa, la inclusión y el uso de tecnologías avanzadas, así como por fomentar la colaboración entre diferentes sectores. Uno de los principales temas que se aborda es el fomento de la motivación entre el alumnado en carreras de comunicación, donde se busca incrementar el compromiso de los estudiantes mediante metodologías participativas. La accesibilidad también juega un papel central en la mejora educativa, como se refleja en el proyecto dedicado a la formación de jóvenes con discapacidad intelectual en la asignatura de radio, cuyo objetivo es garantizar una enseñanza inclusiva y adaptada a sus necesidades.

Otro aspecto relevante es la mejora de la comunicación dentro de la comunidad universitaria, con la propuesta de un plan estratégico para optimizar el flujo de información entre estudiantes, personal docente, investigador y administrativo. Además, la colaboración entre la universidad y empresas, instituciones públicas y organizaciones no lucrativas se presenta como un modelo de innovación responsable, promoviendo la integración y el aprendizaje a través de alianzas con el entorno externo.

La tecnología también es un eje importante de varios proyectos, como el uso de inteligencia artificial en la enseñanza de fundamentos de marketing, que busca mejorar el aprendizaje mediante la aplicación de herramientas tecnológicas avanzadas. En esta línea, se destaca el uso de videojuegos y aventuras gráficas como recursos educativos para sensibilizar a los estudiantes sobre el cambio climático, proporcionando un enfoque interactivo y lúdico para comprender sus efectos.

El apoyo emocional y la inclusión social también son abordados a través de la creatividad y la comunicación, diseñando proyectos que ayudan a contrarrestar las barreras que afectan a adultos vulnerables. Además, la creación de contenidos digitales sobre la memoria mediática permite preservar y difundir la historia de los medios de comunicación, asegurando que este conocimiento esté disponible para futuras generaciones.

Por último, el impacto de la inteligencia artificial en la comunicación, a través del modelo Chat GTP, abre nuevas posibilidades en la enseñanza de la comunicación, explorando cómo esta tecnología puede mejorar el proceso de aprendizaje. La colaboración entre museos y la universidad también fomenta un enfoque educativo orientado hacia el desarrollo sostenible, integrando la experiencia museística en el entorno académico para promover una conciencia global sobre la sostenibilidad.

En conjunto, estos proyectos demuestran un compromiso firme con la innovación en la docencia, la inclusión educativa, y el uso de nuevas tecnologías, con el fin de alcanzar la excelencia en el proceso de enseñanza y aprendizaje en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid.

	4º curso de acreditación 2020-2021	5º curso de acreditación 2021-2022	Curso autoinforme acreditación 2022-2023	1er curso de acreditación 2023-2024
IUCM-6: Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	22,64%	84,4%	92,1%	88,5%
IUCM-7: Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	52,38%	78,4%	90,6%	94,7%
IUCM-8: Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	95,23%	82,8%	89,7%	97,2%

En el **Programa Docentia-UCM**, el profesorado se evalúa cada 3 años. Durante estos tres años el profesorado participa en el Plan Anual de Encuestas (PAE) siendo el tercer año cuando se obtiene una evaluación global de la actividad docente solicitada por lo que en el curso 23-24 el % de profesores evaluados en el tercer año del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ha sido del 35,18%, es decir, 38 de los 108 profesores que han participado en la evaluación. En cuanto a las evaluaciones, han obtenido las siguientes: 21 profesores evaluación “Muy Positiva”, 7 evaluación “Excelente”, 7 evaluación “Positiva”, 1 evaluación “No Positiva” y 2 evaluación “Negativa”.

En resultados de Docentia, la satisfacción de los alumnos con el título se ha obtenido una calificación media de 6,2, con un incremento del 0,1 sobre el curso anterior. Si bien esta no sólo depende del profesorado, es cierto que es una parte esencial de la nota. La calificación sigue mejorando año tras año, pero es deseable que alcance valores más elevados en los próximos cursos. Es cierto que en los últimos años se ha ofrecido a los docentes cursos formativos para mejorar las competencias educativas por parte de la UCM.

Respecto a la participación en el programa de Evaluación, los docentes del Grado en Publicidad y RRPP son conscientes de la importancia de evaluar periódicamente su actividad y buena muestra de ello son los datos de la última convocatoria del Programa Docentia en la que, en todos los criterios, se mejoran los resultados obtenidos respecto al curso anterior. Así, la tasa de participación continua con un índice próximo al 90%. La Tasa de evaluación del Programa ha aumentado ligeramente sobre el año anterior y la Tasa de evaluación positiva del profesorado está cerca del 100%, por lo tanto, se puede decir que estos tres índices son altamente positivos y constantes a lo largo de los cursos.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Profesorado con un alto nivel investigador</p> <p>Plantilla renovada, con experiencia docente pero que también cuenta con profesionales (profesores asociados) y docentes que comienzan su carrera académica.</p> <p>Política de consolidación del profesorado.</p> <p>En el Programa Docentia destaca la alta participación y evaluación positiva del profesorado.</p> <p>Continuidad y evolución en los Proyectos de Innovación Docente con un enfoque en la inteligencia artificial, la inclusión, la sostenibilidad y el uso de herramientas digitales innovadoras en la enseñanza.</p> <p>Esfuerzo por integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la docencia y una fuerte apuesta por la interdisciplinariedad.</p>	<p>La satisfacción de los alumnos con respecto al Grado, aunque es positiva (6,2), es deseable que siga mejorando. El profesorado es una de las variables que se debe tener en cuenta en la valoración. Respecto al Plan de Formación Integral de Personal Docente Investigador de la Universidad Complutense de Madrid, se requieren de una asistencia continuada y que, a su vez, se solapan con los horarios de clase, se desea que no sean una dificultad para poder cursarlos.</p>

4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

El sistema de Sugerencias, Quejas y Reclamaciones garantizan la recogida de información de forma continua. Existe un formulario el cual tiene como objetivo servir de canal de notificación de incidencias, quejas o sugerencias en el marco de la Titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Información.

El procedimiento para la recepción y resolución de las quejas y reclamaciones del Grado de Publicidad y RRHH posee el siguiente protocolo de actuación:

- Las reclamaciones serán formuladas por el interesado en la Web por vía telemática. Estarán dirigidas al Decano de la Facultad (presidente de la Comisión de Calidad del Centro, encargada de la resolución de las quejas y reclamaciones). Habrá de contener sus datos personales,

incluida una dirección de correo electrónico, el sector de la comunidad universitaria al que pertenece y su domicilio a efectos de notificación, y en el que se concretarán con suficiente claridad los hechos que originan la queja o reclamación, el motivo y alcance de la pretensión que se plantea, así como la petición que se dirige a la Comisión de Calidad del Centro. Al efecto, se ha habilitado en la Web de la Facultad un Buzón de quejas y reclamaciones (también de sugerencias) por cada uno de los tres, al que atiende el Coordinador de este.

- El Coordinador recibe las reclamaciones, quejas o sugerencias y envía el correspondiente acuse de recibo a los que hayan presentado el escrito. Esta notificación de acuse de recibo podrá efectuarse solamente a través de procedimientos electrónicos.
- La Comisión de Calidad no admitirá las reclamaciones y observaciones anónimas, las formuladas con insuficiente fundamento o inexistencia de pretensión y todas aquellas cuya tramitación cause un perjuicio al derecho legítimo de terceras personas. En todo caso, comunicará por escrito a la persona interesada los motivos de la no admisión.
- La Comisión de Calidad no entrará en el examen individual de aquellas reclamaciones sobre las que esté pendiente resolución judicial o expediente administrativo y suspenderá cualquier actuación si, en el transcurso de su tramitación, se iniciara un procedimiento administrativo o se interpusiera demanda o recurso ante los tribunales ordinarios. Ello no impedirá, no obstante, la investigación de los problemas generales planteados en las reclamaciones presentadas. Admitida la reclamación, la Comisión de Calidad del Centro dará cauce a la misma para su oportuna investigación y resolución.
- En dicho trámite, la Comisión de Calidad, según sea la naturaleza de la queja o reclamación, podrá trasladar la misma a la Sección o Departamento involucrado para que efectúe la correspondiente indagación o adopte el dictamen que le corresponde (véase por ejemplo las reclamaciones de calificaciones de las materias que los Departamentos tienen a su cargo). Igualmente puede contar con la Comisión de Estudios para dicho cometido, si así lo estimase oportuno.
- En la fase de investigación del procedimiento se realizarán las actuaciones pertinentes para comprobar cuantos datos fueran necesarios, mediante el estudio de la documentación precisa, y la realización de entrevistas personales si el caso se prestará a ello. Al tiempo, podrán recabarse los informes externos que sean convenientes.
- Una vez concluida la investigación o adoptado el dictamen oportuno, por la Sección o Departamento afectado o por la Comisión de Calidad, se remitirá a dicha comisión su actuación en relación con la queja o reclamación que ésta envió inicialmente. La Comisión de Calidad, si entiende que con ello se da solución a la queja o reclamación, notificará su resolución a los interesados y la comunicará al órgano universitario afectado, con las sugerencias o recomendaciones que considere convenientes para la subsanación, en su caso, de las deficiencias observadas.
- Al igual que con el acuse de recibo, el Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas será el encargado de hacer llegar a los interesados el fallo adoptado por las instancias intermedias y la Comisión de Calidad, pudiendo hacerlo únicamente a través de procedimientos electrónicos.
- En todo caso, la queja o reclamación ha de resolverse dentro del plazo de tres meses desde que fue admitida la reclamación.
- En el Decanato, a modo de registro, se guardarán las resoluciones adoptadas en aquellas quejas y reclamaciones aceptadas a trámite por la Comisión de Calidad del Centro, por un periodo de cinco años. Dichas resoluciones se clasificarán, de acuerdo con el año académico, en categorías según su temática para una mejor identificación (plan de estudios, recursos humanos, recursos materiales, servicios, etc.)

En este curso se ha insistido en el uso del buzón con el objetivo de dejar constancia de las reclamaciones, quejas y sugerencias. Se ha recordado en la Comisión de la Calidad de la obligatoriedad

del procedimiento. También se han enviado correos a los secretarios de departamento como principales interlocutores con los alumnos, de la necesidad de utilizar el procedimiento.

Durante este curso se ha insistido desde decanato y los coordinadores de grado de la importancia del uso de las vías oficiales, esta es la razón por la que se puso en marcha un reglamento nuevo para el mejor funcionamiento del sistema, aprobado el 15/09/2021 en Comisión de Calidad. El objetivo es optimizar al máximo el uso del buzón. Todos los procedimientos deben seguir los canales oficiales y deben ser resueltos con la mayor celeridad posible.

En el curso 2023-2024 se han obtenido los siguientes resultados:

- Quejas: 2
- Sugerencias: 0
- Reclamaciones: 4

El número de quejas, sugerencias y reclamaciones continua con la tendencia a mantenerse en un nivel bajo en el Grado. Existen diferencias menores que habitualmente se resuelven entre los profesores y alumnos sin necesidad de iniciar un procedimiento, aunque se insiste en la importancia del uso de la vía reglamentaria. Todas las solicitudes recibidas a través del buzón han sido resueltas satisfactoriamente, y el tiempo empleado ha oscilado no supera las dos semanas salvo casos excepcionales. En este curso, como en el anterior, hubo dos discrepancias en las notas de un TFG en la que se ha tardado más de tres meses, tiempo dedicado a tutorías con la alumna para explicar con el mayor detalle los objetivos a cumplir en la elaboración del trabajo. En este caso concreto nos enfrentamos por primera vez a una reclamación relacionada con el Chat GPT. Como resultado final, hemos sido conscientes de la dificultad para evaluar los trabajos de los alumnos que han utilizado Inteligencia Artificial y la no existencia de herramientas académicas para detectar el plagio. Es cierto que hay un interés elevado en el ámbito docente por adquirir los conocimientos adecuados para el uso en la docencia no sólo para conocer el uso fraudulento, sino también, obtener recursos positivos para los discentes. La profesora Diana Gavilán ha compartido un trabajo de investigación titulado “La aplicación de la IA a la asignatura de Fundamentos del Marketing”. Dicho trabajo ha sido compartido con los docentes del grado de Publicidad y RRPP.

También los Coordinadores del Grado realizan una labor educativa para el buen uso del sistema.

Las quejas recibidas durante el curso han sido de varios tipos:

- Disconformidad con la evaluación del TFG por el uso del Chat GPT. Se ha solicitado una revisión en la que ha estado presente la Vicedecana junto a la profesora y dos alumnos. Finalmente, los alumnos cambiaron la calificación de suspenso a aprobado.
- Disconformidad con la evaluación de un examen con varios profesores.
- Disconformidad con la organización docente de una asignatura.
- Queja sobre el contenido de un examen y el temario impartido en la asignatura.

También, se han recibido un número elevado de notificaciones de 30 alumnos de diversa índole que no tienen relación con el buzón de quejas, sugerencias y reclamaciones. Este número va en aumento curso tras curso y suelen tratar de asuntos relacionados con matrículas, convalidaciones, traslados de expedientes, y cambios de grupos o asignaturas. La conclusión es positiva pues cada vez se utiliza con mayor frecuencia la figura del coordinador para resolver dudas académicas. El coordinador dirige las dudas a cada responsable con el objetivo de agilizar los trámites. Cabe destacar el uso que los alumnos han hecho de este canal de comunicación todos los meses lectivos, incluyendo también julio y agosto.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Número bajo de reclamaciones, quejas y sugerencias. Uso para resolución de problemas antes de iniciar un trámite.	El coordinador de Grado es consultado para cuestiones que no tienen capacidad para resolver. Resolver de manera adecuado las posibles reclamaciones por el uso del Chat GPT.

5. INDICADORES DE RESULTADO

5.1 Indicadores académicos y análisis de estos

	4º curso de acreditación 2020-2021	5º curso de acreditación 2021-2022	Curso autoinforme acreditación 2022-2023	1er curso de acreditación 2023-2024
ICM-1: Plazas de nuevo ingreso ofertadas	191	163	141	141
ICM-2: Matrícula de nuevo ingreso	185	160	138	139
ICM-3: Porcentaje de cobertura	97,38%	98,16%	97,87%	98,58%
ICM-4: Tasa de rendimiento del título	94,75%	94,96%	93,07%	94,66%
ICM-5: Tasa de abandono-del título	22,38%	15,38%	9,52%	8,90%
ICM-7: Tasa de eficiencia de los egresados	93,42%	94,99%	96,81%	96,51%
ICM-8: Tasa de graduación	66,50%	72,83%	82,01%	83,91%
IUCM-1: Tasa de éxito	97,84%	97,98%	96,76%	98,05%
IUCM-2: Tasa de demanda del grado en primera opción	275,92%	287,73%	332,67%	218,54%
IUCM-3: Tasa de demanda del grado en 2ª y sucesivas opciones	806,81%	1009,20%	1.100,67%	834,75%
IUCM-4: Tasa de adecuación del grado	83,24%	77,50%	82,64%	87,77%
IUCM-5: Tasa de demanda del máster	--	--	--	--
IUCM-16: Tasa de evaluación del título	96,86%	96,92%	96,19%	96,54%

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid
*IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid

Los datos que se han incluido en el cuadro anterior son los correspondientes a los siete últimos cursos.

El **ICM-1** o Plazas de nuevo ingreso ofertadas a estudiantes ha seguido su tendencia a disminuir con respecto al curso anterior 2022-2023. La evolución es el resultado de una labor constante durante los últimos años por parte del decanato que tiene como objetivo reducir las clases masificadas siempre dentro de lo que la Comunidad de Madrid permite. El objetivo es mejorar la calidad de la enseñanza y se pretende mantener esta política de reducción de plazas en el futuro inmediato: el objetivo es mantener 50 alumnos en cada uno de los tres grupos ofertados. En estos estos ocho años la reducción ha sido de casi 130 plazas.

El **ICM-2** o Matrícula de nuevo ingreso que acceden a la preinscripción y representa una cifra en consonancia al ICM-1. Son los alumnos matriculados, y de nuevo recoge el dato de menor cuantía con respecto a los cursos anteriores: una diferencia de 141 alumnos menos que el primer año. Este es un dato positivo por la disminución de alumnos por grupo.

El **ICM-3** o índice de porcentaje de cobertura es una cifra positiva cuya variación a lo largo de los últimos años ha sido reducida, y cercana al 100, lo que supone su buen uso de recursos y acciones para realizar la matrícula de alumnos. Se calcula con la relación matemática ha conseguido plenamente.

El **ICM-4** o tasa de rendimiento del título es elevado y demuestra la buena relación entre los créditos ofertados y el número de créditos superados por los alumnos en aumento año tras año y cercano al 100%.

La tasa de abandono o **ICM-5** se calcula sobre los últimos cuatro cursos (2019/20 hasta 2023/24) y el resultado es 8,9%. El resultado es inferior al de años anteriores y en sentido descendente. Puede estar relacionado con la nota de corte elevada para acceder al grado, lo que conlleva alumnos que suelen ser buenos estudiantes y que eligen el grado como primera opción.

La tasa de eficiencia de los egresados o **ICM-8** es 83,91%. Tal como se explica en el índice anterior, se calcula el tiempo previsto sobre los últimos años académicos (2019/20 hasta 2023/24). Este indicador demuestra un valor positivo que se ha recuperado con respecto a cursos anteriores (72,83%). Se puede considerar que existe un equilibrio entre el plan de estudios y la implantación y finalización de los estudios de grado en un tiempo razonable. El índice de mejora curso tras curso.

El índice **IUCM-1** es la tasa de éxito. Este indicador aporta información anual sobre la proporción existente entre el número de créditos superados por los estudiantes y el número de créditos a los que

se presentan a examen. Esta cifra es estable y se mantiene en una cifra cercana al 100%, por lo que se puede deducir que es el éxito existente entre la relación entre los dos tipos de créditos es muy positiva.

En relación con la Tasa de demanda del grado en primera opción o **IUCM-2**, el aumento en los últimos siete años ha sido muy positivo, más de un 300% más desde el primer curso de seguimiento. Es decir, la demanda por parte de los estudiantes del grado de Publicidad y RRHH es casi del doble con respecto a la oferta total de plazas de nuevo ingreso. Se demuestra que el grado tiene un alto nivel de solicitudes y es muy demandado en el ámbito académico y en constante crecimiento. Es importante destacar que la Tasa de cobertura también es positiva lo que indica un buen funcionamiento del grado en relación con la demanda de los estudiantes. En este último curso aunque ha descendido, continúa siendo muy alta (218,54%).

Con respecto a la Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones o **IUCM-3** (834,75 %), se confirma la misma tendencia positiva que con el IUCM-2. El grado tiene una alta demanda secundaria por parte de los alumnos que deciden iniciar sus estudios en nuestra universidad. Por otro lado, la valoración de la eficiencia es altamente positiva también, lo cual demuestra que existe una tendencia positiva.

La Tasa de adecuación del grado o **IUCM-4** indica la tasa de vocacional de los alumnos. El resultado es muy positivo (87,77%), y ha vuelto a aumentar con respecto al curso pasado. Ahora bien, los cambios que se van a realizar en el grado con la presentación del Modifica en los próximos cursos deberían ayudar a mejorar el resultado: el objetivo es mejorar los planes de estudios de asignaturas y se han cambiado los nombres de algunas de ellas para adecuarlas a los cambios que se han desarrollado en los últimos años en el sector de la Publicidad y las RRPP. También se está trabajando en el mapa de titulaciones nuevo. Se comenzado a plantear la posibilidad de desarrollar nuevos dobles grados.

La tasa de abandono o **ICM-5** se calcula sobre los últimos cuatro cursos (2019/20 hasta 2022/23) y el resultado es 9,52%. El resultado es inferior al año anterior (15,38%), se trata de una tendencia que baja cada año, lo que supone un resultado muy positivo. El objetivo es mejorar estos resultados en los cursos venideros.

La tasa de eficiencia de los egresados o **ICM-8** es 82,01%. Tal como se explica en el índice anterior, se calcula el tiempo previsto sobre los últimos años académicos (2019/120 hasta 2022/23). Este indicador demuestra un valor positivo que se ha recuperado con respecto al curso anterior (72,83%). Se puede considerar que existe un equilibrio entre el plan de estudios y la implantación y finalización de los estudios de grado en un tiempo razonable.

La Tasa de evaluación del título o **IUCM-16**. El porcentaje de crédito matriculado y evaluados ha sido muy positivo como en años anteriores. La tasa de éxito y de rendimiento también obtienen resultados muy positivos, (96,54%) por lo que se puede concluir que los alumnos superan el grado con buena valoración.

ICMRA- 2: Resultados en las Asignaturas

Asignatura	Carácter	Matric.	1ª matr.	2ª Matr. y ss.	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Matr. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
ARTE CONTEMPORÁNEO	TRONCAL / BASICA	141	141	0	94,33%	98,52%	4,26%	94,33%	6	2	18	86	25	4
ARTE ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO	OPTATIVA	34	34	0	97,06%	100,00%	2,94%	97,06%	1	0	4	16	12	1
CAMBIO Y ESTRUCTURA SOCIAL	OPTATIVA	42	42	0	92,86%	95,12%	2,38%	92,86%	1	2	7	21	10	1
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	OBLIGATORIA	128	122	6	99,22%	99,22%	0,00%	100,00%	0	1	21	77	28	1
COMUNICACIÓN DE CRISIS	OPTATIVA	78	77	1	93,59%	100,00%	6,41%	93,51%	5	0	20	37	15	1
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL E IMAGEN PÚBLICA	OBLIGATORIA	186	150	36	88,17%	90,61%	2,69%	90,67%	5	17	46	102	14	1
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	OPTATIVA	34	34	0	94,12%	100,00%	5,88%	94,12%	2	0	1	6	24	1
CONSUMIDORES Y USUARIOS	OPTATIVA	60	60	0	95,00%	98,28%	3,33%	95,00%	2	1	6	20	30	1
CREACIÓN Y DISEÑO DIGITAL MULTIMEDIA	OPTATIVA	77	77	0	94,81%	100,00%	5,19%	94,81%	4	0	27	41	4	1
CREATIVIDAD EN LOS MEDIOS NO CONVENCIONALES	OPTATIVA	65	65	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	3	29	33	0
CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES	OBLIGATORIA	137	131	6	99,27%	100,00%	0,73%	100,00%	1	0	42	69	21	3
DERECHO	TRONCAL / BASICA	133	129	4	97,74%	98,48%	0,75%	98,45%	1	2	16	68	43	3
DERECHO DE LA PUBLICIDAD	OBLIGATORIA	134	125	9	97,76%	97,76%	0,00%	97,60%	0	3	17	56	55	3

Asignatura	Carácter	Matric.	1ª matr.	2ª Matr. y ss.	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
DIRECCIÓN DE ARTE	OBLIGATORIA	143	132	11	95,10%	98,55%	3,50%	96,97%	5	2	11	79	42	4
DOCUMENTACIÓN PUBLICITARIA	OPTATIVA	54	53	1	96,30%	100,00%	3,70%	96,23%	2	0	5	38	9	0
ECONOMÍA APLICADA A LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	TRONCAL / BASICA	129	128	1	98,45%	100,00%	1,55%	99,22%	2	0	44	59	22	2
EL PROCESO DE CREACIÓN PUBLICITARIA	OBLIGATORIA	130	128	2	98,46%	98,46%	0,00%	98,44%	0	2	14	88	24	2
ESTRUCTURA Y EMPRESA DE LA PUBLICIDAD	OBLIGATORIA	141	141	0	95,74%	99,26%	3,55%	95,74%	5	1	2	73	54	6
ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL	TRONCAL / BASICA	130	127	3	99,23%	100,00%	0,77%	99,21%	1	0	8	47	70	4
FORMACIÓN DE PORTAVOCES	OPTATIVA	58	56	2	79,31%	97,87%	18,97%	78,57%	11	1	18	17	10	1
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	OPTATIVA	41	41	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	4	28	8	1
GESTIÓN DE CUENTAS	OPTATIVA	69	69	0	98,55%	100,00%	1,45%	98,55%	1	0	3	23	39	3
GESTIÓN DE MARCA	OBLIGATORIA	132	132	0	99,24%	100,00%	0,76%	99,24%	1	0	10	91	25	5
GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO	OPTATIVA	53	53	0	98,11%	100,00%	1,89%	98,11%	1	0	8	33	9	2
HISTORIA DE LA PROPAGANDA	OPTATIVA	60	59	1	90,00%	100,00%	10,00%	91,53%	6	0	7	25	22	0
HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	OBLIGATORIA	141	141	0	94,33%	99,25%	4,96%	94,33%	7	1	42	43	42	6
HISTORIA DEL CARTEL PUBLICITARIO	OPTATIVA	59	59	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	7	24	26	2
HISTORIA DEL MUNDO ACTUAL	TRONCAL / BASICA	138	136	2	92,75%	98,46%	5,80%	93,38%	8	2	44	63	15	6
INVESTIGACIÓN APLICADA AL MÁRketing	OPTATIVA	34	34	0	76,47%	86,67%	11,76%	76,47%	4	4	11	9	6	0
INVESTIGACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	OBLIGATORIA	134	128	6	97,76%	100,00%	2,24%	99,22%	3	0	25	63	40	3
LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	OPTATIVA	48	48	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	8	28	10	2
LENGUA ESPAÑOLA	TRONCAL / BASICA	138	138	0	94,93%	99,24%	4,35%	94,93%	6	1	16	76	35	4
LIDERAZGO	OPTATIVA	88	88	0	95,45%	100,00%	4,55%	95,45%	4	0	4	37	39	4
LITERATURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	TRONCAL / BASICA	135	133	2	97,04%	100,00%	2,96%	98,50%	4	0	23	53	50	5
MARKETING APLICADO A LA PUBLICIDAD	OBLIGATORIA	169	126	43	76,92%	79,75%	3,55%	79,37%	6	33	83	41	5	1
MARKETING ESTRATÉGICO	OPTATIVA	48	42	6	85,42%	97,62%	12,50%	88,10%	6	1	16	19	6	0
MARKETING PROMOCIONAL	OPTATIVA	34	34	0	85,29%	93,55%	8,82%	85,29%	3	2	4	18	7	0
MARKETING RELACIONAL	OPTATIVA	43	41	2	95,35%	95,35%	0,00%	97,56%	0	2	18	15	6	2
MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	OPTATIVA	32	32	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	18	11	1
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	OPTATIVA	59	59	0	83,05%	96,08%	13,56%	83,05%	8	2	5	18	25	1
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	OPTATIVA	37	37	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	3	9	24	1
MITOS LITERARIOS Y PUBLICIDAD DE AUTOR	OPTATIVA	51	48	3	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	8	19	23	1
NARRATIVA DE LA PUBLICIDAD	OPTATIVA	81	81	0	96,30%	100,00%	3,70%	96,30%	3	0	3	62	12	1
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	OBLIGATORIA	131	130	1	99,24%	100,00%	0,76%	99,23%	1	0	5	87	32	6
PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN PUBLICITARIA	OBLIGATORIA	146	143	3	97,26%	99,30%	2,05%	98,60%	3	1	11	104	24	3
PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	TRONCAL / BASICA	137	132	5	97,08%	98,52%	1,46%	98,48%	2	2	19	67	44	3
REDACCIÓN PUBLICITARIA	OBLIGATORIA	131	124	7	99,24%	100,00%	0,76%	100,00%	1	0	17	68	42	3
RELACIONES INTERNACIONALES	OPTATIVA	73	72	1	84,93%	96,88%	12,33%	86,11%	9	2	17	29	13	3
REPUTACIÓN CORPORATIVA	OBLIGATORIA	146	142	4	98,63%	100,00%	1,37%	98,59%	2	0	35	79	27	3
RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA	OBLIGATORIA	149	148	1	96,64%	99,31%	2,68%	97,30%	4	1	20	67	52	5
SOCIOLOGÍA	TRONCAL / BASICA	138	137	1	92,03%	97,69%	5,80%	92,70%	8	3	32	76	16	3
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	OPTATIVA	29	29	0	89,66%	96,30%	6,90%	89,66%	2	1	0	21	5	0
SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	OPTATIVA	37	36	1	91,89%	100,00%	8,11%	94,44%	3	0	14	10	8	2
TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ORAL	OPTATIVA	73	72	1	87,67%	96,97%	9,59%	88,89%	7	2	25	29	8	2
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	TRONCAL / BASICA	136	134	2	95,59%	98,48%	2,94%	96,27%	4	2	16	78	35	1
TEORÍA DE LA PUBLICIDAD	OBLIGATORIA	139	138	1	95,68%	97,79%	2,16%	95,65%	3	3	21	55	53	4
TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	OBLIGATORIA	139	138	1	90,65%	96,18%	5,76%	91,30%	8	5	70	49	7	0
TRABAJO FIN DE GRADO (PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS)	PROYECTO FIN DE CARRERA	169	129	40	92,90%	99,37%	6,51%	93,02%	11	1	7	48	102	0

En lo que respecta a la tabla de resultados por asignaturas destacan:

Matrículas de Honor en las asignaturas de Estructura y Empresa de la Publicidad (6), Gestión de Marca (5), Arte Contemporáneo (4), Dirección de Arte (4) y Ética y Deontología Profesional (4); con un total de 23 Matrículas de Honor.

Sobresaliente en las asignaturas Ética y Deontología Profesional (70), Derecho de la Publicidad (55), Ética y Deontología Profesional (54), Derecho (43) y Derecho de la Publicidad (55).

El número de suspensos oscila entre 0 y 3, salvo en el un único caso de Comunicación Institucional e Imagen Pública (17).

En resumen, las calificaciones de los discentes son positivas, con una tasa de rendimiento del 94,66% (ICM-4). Cabe destacar que la nota de acceso al grado de los alumnos de Publicidad y RRPP es alta. Estos datos positivos demuestran el interés de los alumnos por las materias y el excelente rendimiento académico. También hay que destacar la labor del profesorado que ha incorporado en sus materias contenidos actuales a pesar de que los Planes de Estudios necesitan una renovación.

El rendimiento académico de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid refleja una serie de aspectos interesantes y variados, tanto positivos como negativos.

Entre los aspectos positivos, es destacable el alto porcentaje de aprobados en la mayoría de las asignaturas. Muchas de ellas presentan tasas de éxito en torno al 95% o superiores, como es el caso de Creatividad en los Medios No Convencionales y Fotografía Publicitaria, ambas con un 100% de aprobados tanto sobre matriculados como sobre presentados. También es relevante el hecho de que las tasas de no presentación (NP) en varias asignaturas son bastante bajas, lo que indica un buen nivel de participación del alumnado. Un ejemplo destacado es Comunicación Corporativa, con un 0% de no presentados y una tasa de aprobados de casi el 100%.

Asimismo, el rendimiento en la primera matrícula es generalmente elevado en la mayoría de las asignaturas, lo que sugiere que los estudiantes suelen superar los exámenes en su primer intento.

En cuanto a los aspectos negativos, algunas asignaturas muestran niveles algo preocupantes de tasa de no presentación y tasas de éxito más bajas. Un caso llamativo es la asignatura Formación de Portavoces, donde el porcentaje de aprobados es del 79,31%, y la tasa de no presentados entre los que se presentaron es del 18,97%, mucho más alta en comparación con otras materias del mismo grado. Otro ejemplo es Investigación Aplicada al Marketing, que muestra una tasa de éxito del 76,47%, con un 11,76% de no presentados, lo que indica una mayor dificultad o falta de motivación en esta asignatura específica.

Otra tendencia a observar es la variabilidad en los resultados de asignaturas optativas frente a las troncales. Las optativas, en general, presentan tasas de éxito superiores, como se evidencia en Marketing Social y Político o Mitos Literarios y Publicidad de Autor, ambas con un 100% de aprobados. Sin embargo, en asignaturas troncales como Sociología, aunque el porcentaje de aprobados es relativamente alto (92,03%), se observa una tasa de no presentados algo elevada (5,80%), lo que podría estar asociado a una mayor dificultad o falta de interés por parte de algunos estudiantes.

En conclusión, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas muestra en general un rendimiento académico positivo, con asignaturas que presentan altos porcentajes de aprobados, especialmente en las optativas. No obstante, algunas asignaturas puntuales, como Formación de Portavoces o Investigación Aplicada al Marketing, presentan resultados que invitan a una reflexión sobre posibles mejoras en la docencia o en la estructura de estas materias para reducir la tasa de no presentados y mejorar el rendimiento en general.

Por último, para finalizar este apartado de análisis de indicadores, querríamos destacar el trabajo realizado hasta la fecha para para mejorar la valoración del Grado a través de las acciones de la Comisión de Calidad y la Comisión de Estudios. Así se han analizado propuestas tales como:

- Desdoble de asignaturas en dos o tres grupos.
- Modificación en la normativa de los TFG (elección de áreas temáticas, asignación de alumnos según méritos y capacidades, gestión de tutores...).
- Recogida de fichas de profesores para su posterior uso en la web.
- Señalar las asignaturas básicas según ámbitos de conocimientos.
- Ofrecer la evaluación continua, con opción a examen bajo la condición de realizar un examen extraordinario, pudiéndose complementar con un trabajo.
- Desarrollar los perfiles docentes al detalle, sin incluir nombres ni índices de impacto.
- Resaltar el valor del trabajo administrativo realizado por los docentes.
- Recordar la posibilidad de hacer prácticas en los TFG industriales.
- Proponer de cara al futuro un posible Grado experimental y con asignaturas de laboratorio.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Los resultados son muy positivos: los alumnos han obtenido unos promedios en calificaciones elevados, sobre todo, notable y sobresaliente. La tasa de rendimiento es muy positiva.	El Plan de Estudios necesita renovarse y estar más cercano a las necesidades del mercado Publicitario y de las Relaciones Públicas. Descargar de tareas administrativas a los docentes. No existen prácticas curriculares en el Grado.

5.2 Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal técnico, de gestión y de administración y servicios y agentes externos)

	4º curso de acreditación 2020-2021	5º curso de acreditación 2021-2022	Curso autoinforme acreditación 2022-2023	1er curso de acreditación 2023-2024
IUCM-13: Satisfacción de alumnos con el título	6,02	6	6,1	6,2
IUCM-14: Satisfacción del profesorado con el título	7,7	7,8	8,1	7,8
IUCM-15: Satisfacción del PAS del Centro	8	7,3	6,3	6,9

Las encuestas realizadas a los diferentes colectivos permiten recoger información y mejorar la calidad de las titulaciones. La metodología empleada para realizar las encuestas son cuestionarios sobre distintos aspectos (enseñanza, gestión, medios, etc.) de un año académico a los diferentes colectivos relacionados con la titulación. Al hacer públicos los resultados, se facilita la transparencia, dando voz a todos los sujetos los cuales tienen la posibilidad de sugerir y aportar opiniones.

El índice de participación por parte de los **estudiantes** ha sido del 15%, de un total de 626 alumnos. El número ha ido aumentando gracias al esfuerzo realizado con campañas de comunicación y concienciación del profesorado en el aula.

En la muestra los datos con respecto a los datos sobre el alumnado son los siguientes: 95,7% de 18 a 24 años y 84% género femenino y aumentan con respecto al año anterior. Se considera neutro con respecto a la fidelidad, prescripción y vinculación.

La satisfacción de los alumnos con respecto al título (IUCM-13) ha sido calificado positivamente con una nota de 6,2. El sentido es ascendente con respecto a los años evaluados, aunque sería deseable obtener un resultado más positivo. Tal como se ha comentado con anterioridad, el cambio en los Planes de Estudio gracias a la elaboración del Modifica y el cambio de los Planes de Estudio en el futuro puede ayudar a mejorar la calificación. También el trabajo que se está realizando para evitar algunos solapamientos entre los contenidos de algunas asignaturas.

Los indicadores positivos que sobresalen son los siguientes: el nivel de dificultad apropiado (7,4), satisfacción programa de movilidad (8,5), número de alumnos por aula (8,2), este valor ha mejorado con respecto a los cursos pasados gracias a la reducción realizada en paulatinamente; satisfacción prácticas externas (7,1), valoración formativa (7), relación calidad/precio (6,7), utilidad percibida para la empleabilidad (6,9), satisfacción formación en el extranjero (6,8), calificaciones en tiempo adecuado (6,4), objetivos claros (6) e integración teoría/práctica (6).

Los datos de mejora son los siguientes: plan de estudios adecuado (4,5%), orientación internacional (4,2%), contenido innovador (4,3), acceso al mundo de la investigación (4,7) y componente práctico adecuado (4,8).

Con respecto al **profesorado** (IUCM-14), el índice de participación los docentes que contestado el cuestionario han sido 23. Destaca una satisfacción alta y relativamente estable (7,8). La formación académica (8,8), repetir como PDI (9,1) y calificación en tiempo adecuado (8,9) son valoraciones de índole muy positivo. No existe ningún aspecto suspenso entre todos los valores encuestados.

El **personal Técnico, de Gestión y de Servicios y Administración y Servicios** (IUCM-15) ha participado un 16%, esta cifra es un área de mejora y puede estar relacionado con el malestar continuado por la falta de reposición laboral. Se ha valorado positivamente: conocimiento de funciones y responsabilidades (9,1), relación con el alumnado del centro (7,9), relación con compañeros de

servicio (7,7), adecuación de conocimientos y habilidades de trabajo (7,4), repetir como PAS en la UCM (7,6) y espacios de trabajo (7) y comunicación con servicios centrales (7,1).

Queda en último término la **Satisfacción del Agente Externo**, donde contamos con la encuesta anual que se realiza a través de la Comisión de Calidad. Esta encuesta es de gran importancia dentro del Sistema de Garantía Interna de Calidad de las Titulaciones de la UCM, ya que permite conocer la opinión de los actores externos que participan en el desarrollo de los títulos oficiales.

Los Agentes Externos son considerados un elemento fundamental para la calidad y mejora continua de las titulaciones debido a su perspectiva imparcial y su experiencia profesional fuera del ámbito universitario. Por ello, la universidad realiza anualmente esta encuesta para recopilar información valiosa sobre la percepción de estos agentes acerca de su labor en las Comisiones de Calidad, con el fin de identificar fortalezas y áreas de mejora. En la encuesta, se pide al Agente Externo que valore su grado de satisfacción en varios aspectos relacionados con su participación en las Comisiones de Calidad, utilizando una escala de 0 a 10, donde 0 representa el nivel más bajo de satisfacción y 10 el más alto.

El primer aspecto evaluado es la "Metodología de Trabajo de la Comisión de Calidad", que abarca la convocatoria, el funcionamiento y el procedimiento de toma de decisiones. Este aspecto recibió una valoración de 9 sobre 10, lo que indica un alto grado de satisfacción con la forma en que se organiza y gestiona el trabajo dentro de la Comisión.

El segundo aspecto evaluado es la "Participación en la toma de decisiones que afectan a la evolución de la Titulación". Esta pregunta busca medir cómo se sienten involucrados los agentes externos en los procesos de toma de decisiones importantes que influyen en el desarrollo de los programas académicos. Este aspecto también obtuvo una valoración de 9 sobre 10, reflejando que el agente externo se siente considerablemente incluido en estos procesos y considera que su participación es valorada y significativa.

El tercer aspecto es el "Desarrollo y evolución de los Títulos en los que participa como agente externo". Este apartado está enfocado en la percepción de los agentes sobre cómo se están desarrollando y evolucionando los títulos en los que están involucrados. Aquí, nuevamente, la puntuación registrada es de 9 sobre 10, lo que sugiere que el encuestado tiene una visión positiva sobre la dirección y los cambios implementados en los programas académicos.

Finalmente, se evalúa la "Satisfacción global con la actividad desarrollada en la Comisión de Calidad". Esta pregunta proporciona una valoración general de la experiencia del agente externo como miembro de la Comisión. La calificación es de 9 sobre 10, lo que indica un alto nivel de satisfacción global con su participación en las actividades de la Comisión de Calidad.

En conclusión, las valoraciones otorgadas por el Agente Externo en todos los aspectos de la encuesta muestran una satisfacción constante y elevada, con una puntuación de 9 sobre 10 en todos los apartados. Esto refleja que el agente externo de la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información percibe positivamente la metodología de trabajo, la inclusión en la toma de decisiones, la evolución de los títulos en los que participan y su experiencia general en la Comisión. Este alto nivel de satisfacción sugiere que las Comisiones de Calidad están cumpliendo de manera efectiva con sus objetivos de garantizar la calidad y mejora continua de las titulaciones, a la vez que valoran y aprovechan las aportaciones de los agentes externos.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Alta satisfacción del profesorado. Paulatino aumento en la satisfacción de los alumnos con el título. PAS satisfecho aunque con área de mejora. La evaluación del Agente Externo es muy positiva: 9 sobre 10. Destaca la mejora de la calidad de la titulación y la calidad.	La satisfacción de los alumnos con el título debe seguir mejorando en los próximos cursos. Poco uso por parte de los alumnos de los canales de quejas, sugerencias y reclamaciones. Baja participación del PAS en las encuestas. Disminución en el número de PAS con alta carga de trabajo.

5.3 Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.

	4º curso de acreditación 2020-2021	5º curso de acreditación 2021-2022	Curso autoinforme acreditación 2022-2023	1er curso de acreditación 2023-2024
IUCM-29: Tasa de satisfacción egresados con la formación recibida	5,4	5,6	6,3	6,0
IUCM-30: Tasa de inserción laboral egresados	55,6%	90%	76,2%	73,9%

El Vicerrectorado de Calidad de la UCM ha potenciado los medios para llegar de forma más eficaz por medio de las encuestas a los egresados y empleadores. A pesar de ello, las tasas de participación siguen siendo bajas y fluctúan de unos años para otros, no siendo posible establecer un patrón lógico que justifique esa baja participación. Aunque los datos no sean oficiales, la Facultad de Ciencias de la Información ha realizado sus estudios sobre empleabilidad, desarrollando un modelo de recogida de datos propio.

La tasa de participación en este curso ha sido del 3,9% (9 participantes), un dato negativo como el curso pasado. El compromiso del egresado es neutro (71,4).

Las principales fortalezas en las competencias adquiridas han sido: puntualidad, asumir responsabilidades, trabajar en equipo, organizar, asumir responsabilidades, actividades complementarias, expresión y comunicación, capacidad técnica resolución de problemas y compromiso a repetir estudios superiores y titulación con una puntuación superior a 7.

Las debilidades o competencias que han suspendido son: integración teoría/práctica, plan de estudios adecuado, innovación en asignaturas, objetivos claros, calificaciones en tiempo adecuado, materiales ofrecidos e innovación, objetivos, prácticas y organización de asignaturas, atención al estudiante y compromiso de seguir en la misma titulación.

En cuanto a la tasa de satisfacción de los egresados con la formación recibida, se observa una mejora notable a lo largo de los años. En el cuarto curso de acreditación (2020-2021), la satisfacción fue de 5,4 puntos, mientras que en el quinto curso de acreditación (2021-2022), aumentó ligeramente hasta 5,6 puntos. Sin embargo, el mayor salto se produjo en el curso de autoinforme de acreditación 2022-2023, cuando la satisfacción alcanzó los 6,3 puntos, lo que sugiere que los estudiantes percibieron mejoras significativas en su formación durante ese periodo. A pesar de una ligera disminución en el curso objeto de estudio 2023-2024, donde la tasa se sitúa en 6,0 puntos, la tendencia general sigue siendo positiva, con un incremento sostenido en la percepción de calidad de la formación recibida a lo largo de los años.

En cuanto a la tasa de inserción laboral de los egresados, el comportamiento es más variable. Durante el curso 2020-2021, la tasa era del 55,6%, indicando que poco más de la mitad de los egresados lograba insertarse en el mercado laboral. Sin embargo, en el curso 2021-2022, este porcentaje experimentó un incremento notable, alcanzando el 90%, lo que puede reflejar un contexto laboral más favorable o una mejora en la preparación práctica del alumnado. No obstante, en el curso 2022-2023, la tasa de inserción laboral descendió al 76,2%, lo que representa una caída importante respecto al curso anterior, aunque sigue siendo una cifra respetable. Este descenso continuó en el curso 2023-2024, donde la tasa de inserción se situó en 73,9%.

La tasa de inserción laboral es un 73,9%, por cuenta ajena es el 77,3%, y con contrato indefinido un 59,1%, datos altamente positivos. Cabe destacar que la empresa privada internacional y la privada nacional han sido las que obtiene el mayor número de contratos, por lo que se deduce que el tipo de pyme es de tamaño intermedio o grande. La mayoría de los egresados tardaron menos de tres años en encontrar trabajo, y consideraban que terminar los estudios mejoró el empleo (6,25). Este porcentaje se obtiene con una encuesta cuya participación ha sido del 14,1% (23 sujetos), inferior a la conseguida el pasado año. Sigue siendo difícil conseguir que los egresados contesten las encuestas. En conclusión, la satisfacción con el trabajo actual es de 7,59, puntuación muy positiva.

El grado realiza acciones para acercar a los alumnos al mundo laboral durante sus años en la facultad, y de esta forma, tener mayores posibilidades de acceder a un empleo relacionado con su formación. Destaca la Agencia de Publicidad denominada El Estudio, en la que se trabaja con casos reales, y acciones como la creación de un Centro de Emprendimiento e Innovación para la empleabilidad, financiado con el programa Innova-Doctencia de la Universidad Complutense.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Tasa de inserción elevada. Tasa de satisfacción con la formación recibida positiva. Terminar los estudios mejoran el empleo.	Sería deseable una mayor participación en las encuestas. Compromiso neutro.

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

Tal como se recoge en la Memoria de Verificación, la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida, se organiza a través de los programas de intercambio SICUE-Séneca, Erasmus, Convenios Internacionales y en especial con América Latina y otros destinos: <https://www.ucm.es/gradopublicidad/movilidad-de-estudiantes-1>

PROGRAMA SICUE-SENECA: El número de estudiantes que pueden ser aceptados en el grado de Publicidad y RRHH se cifra en 15 alumnos. Los matriculados en este curso han sido 7. Para seleccionar tanto a los alumnos propios como a los alumnos visitantes se utilizan los siguientes parámetros: número de créditos cursados por el alumno, expediente académico y en su caso conocimientos de otras lenguas oficiales del territorio español. El sistema utilizado para el reconocimiento y acumulación de créditos ECTS es el de la correspondencia en el número de dichos créditos y el contenido de las materias cursadas.

Dentro de la Facultad de Ciencias de la Información las competencias de este programa de movilidad están asignadas al Vicedecano de Relaciones Institucionales, Movilidad y Prácticas, que está asesorado por una Comisión establecida al efecto para el estudio de los expedientes, contenidos y programas.

PROGRAMA ERASMUS: El número de estudiantes Erasmus que pueden ser aceptados en esta titulación se sitúa en torno a los 100 alumnos, englobados en más de 60 convenios ya firmados con universidades europeas, a los que se irían añadiendo otros de nueva creación, que se siguen suscribiendo con otras instituciones universitarias. Los matriculados en este curso han sido 33 y 1 en el programa Aen-Utrecht.

El número máximo de profesores de esta titulación que podrían participar en el programa Erasmus asciende a unos 100 docentes.

Los criterios establecidos para seleccionar a los alumnos propios que desean participar en este programa son principalmente el número de créditos cursados, el expediente académico del alumno, la universidad de destino solicitada, así como el conocimiento del idioma en el que se desarrolla la enseñanza en la universidad elegida. En lo referente a los criterios para seleccionar al alumno visitante se tendrá en cuenta lo dispuesto en los convenios suscritos entre la Universidad Complutense de Madrid y las universidades de origen que servirán para seleccionar a los alumnos en el caso de que hubiera más solicitudes que plazas disponibles.

El sistema utilizado para reconocimiento de créditos en el programa Erasmus será el reconocimiento y acumulación de créditos ECTS, el de la correspondencia en el número de dichos créditos, así como el contenido de las materias cursadas. Al igual que en los convenios SICUE-SENECA, dentro de la Facultad de Ciencias de la Información las competencias de este programa de movilidad están asignadas al Vicedecano de Relaciones Institucionales, Movilidad y Prácticas, que cuenta con el asesoramiento de una Comisión establecida al efecto para el estudio de los expedientes, contenidos y programas.

Además, existen la opción del Erasmus + para docentes y PAS para poder acudir a centros europeos a impartir docencia y realizar intercambios de ideas, investigación y la formación de redes de trabajo y conocimiento.

Según el conocimiento por parte de los alumnos de los programas de movilidad, éstos han valorado con un 8,5 la satisfacción del programa de movilidad, y sólo el 13,8% ha realizado un programa de movilidad. La satisfacción de formación en el extranjero es de un 6,8; evaluación positiva aunque sería deseable que mejore en el futuro.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Valoración muy positiva. El programa no tiene movilidad.	Bajo porcentaje de alumnos que utilizan el programa de movilidad.

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

Las prácticas externas no son obligatorias en el grado de Publicidad y RRPP y no se encuentran reflejadas en el Plan de Estudios. Sin embargo, la Oficina de Prácticas y Empleo (OPE) de la UCM ofrece y tramita los acuerdos de prácticas con empresas dadas de alta en la plataforma de empleo, por lo que los discentes pueden realizar prácticas regladas desde la universidad, y de esta manera, acercarse al mundo laboral. Las prácticas preparan a los alumnos para el mercado laboral en el entorno regulado con los contratos gestionados desde la universidad. Las empresas publican sus ofertas de trabajo puntualmente y cualquier alumno que pueda tener un perfil similar al que se solicita en la oferta puede ser seleccionado. La oficina OPE vigila que las relaciones laborales sean seguras y estén dentro del marco de la legalidad. Las ofertas de empleo y acciones de formación para el empleo están reflejadas a través de su página web, que es accesible a todos los públicos interesados ([Oficina de Prácticas y Empleo \(OPE UCM\)](#)).

En las encuestas de satisfacción de los alumnos en el curso 22/23 se recogen los siguientes datos: el 12,3% ha realizado prácticas a través de la UCM, la satisfacción media es de 7,2. La valoración es muy positiva, pero se puede deducir que las prácticas no son lo suficientemente conocidas. Los alumnos siempre deben haber superado 120 créditos ECTS del Plan de Estudios, normalmente, al acabar el segundo curso del Grado.

Los estudiantes no podrán realizar prácticas en una entidad en la que tengan una relación laboral, salvo que el tutor de la entidad deje constancia, por escrito, de que las prácticas se realizan en un departamento distinto y que, por tanto, conllevan funciones distintas a las de su puesto de trabajo. El objetivo es que el estudiante no realice prácticas en una entidad colaboradora, cuya titularidad o cargos directivos guarden parentesco de consanguinidad o afinidad hasta el segundo grado.

El Vicedecano de Relaciones Institucionales, Movilidad y Prácticas de la Facultad de Ciencias de la Información está en contacto directo con la Coordinadora del Grado en Publicidad y RRPP, para informar a los estudiantes que desean hacer prácticas externas.

Aquellos alumnos que desean reconocimiento de sus prácticas, una vez finalizadas, pueden cursar su petición a través de la OPE. La UCM, a instancias de la Junta de Facultad, acordó dar hasta 6 créditos ECTS sin calificación, por estancias de un mínimo de 200 horas en la misma empresa o institución (con una media de 5 horas por día de práctica, 5 días semanales). Para ello, el alumno hace su petición al tutor de la Universidad a través de GIPE. Ha de subir los siguientes documentos: informe favorable de la Empresa sobre el aprovechamiento del alumno y una memoria libre acerca de la labor realizada presentada por el estudiante. El tutor, cuando dé el visto bueno, generará una opción de certificado, que firma el COIE, y que con posterioridad puede presentar en la Secretaría de la Facultad de Ciencias de la Información, toda vez que haya sumado ya el total de los 6 ECTS necesarios, por diferentes actividades extra-lectivas, para compensar por una optativa del Plan de Estudios.

El alumnado del Grado en Publicidad y RRP también pueden realizar prácticas Internas. Éstas son fundamentales para garantizar la adquisición de competencias. Existe la posibilidad de aplicar los

conocimientos adquiridos, participando en proyectos y colaboraciones en la Facultad de Ciencias de la Información. Algunas de las instalaciones disponibles para los discentes son los platós de televisión, salas/talleres de sonido, fotografía, vídeo, DVD, estudios de radio, laboratorios de prácticas informáticas, laboratorios de medios impresos y laboratorios de prácticas audiovisuales. Cabe destacar la Agencia de Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Información, en la que se pueden desarrollar campañas de publicidad basadas en briefings reales de empresas con las que hay acuerdos de colaboración. Los alumnos crean y desarrollan todo el proceso de comunicación persuasiva desde la primera etapa: la investigación de mercado, hasta el final de la campaña: la medición de la eficacia.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Alto nivel de satisfacción con las prácticas a través de OPE aunque no son obligatorias.	La posibilidad de hacer prácticas a través de OPE no es muy conocida por los alumnos.

6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.

6.1 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación o modificación del Título, realizado por la Agencia externa.

No procede.

6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las “Recomendaciones” o “Recomendaciones de Especial Seguimiento” establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título realizado por la Agencia externa.

No procede.

6.3 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del Título.

Se detallan las recomendaciones de la Oficina de Calidad de la UCM y las alegaciones o acciones emprendidas para atender dichas recomendaciones:

1. La página web del título ofrece información sobre el título que considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante.

CUMPLE PARCIALMENTE: Se recomienda publicar algunos aspectos no disponibles en las siguientes categorías: Acceso y admisión de estudiantes: Añadir la normativa de la UCM sobre el reconocimiento de créditos de ECTS: <https://bouc.ucm.es/pdf/1529.pdf>. Planificación y calidad de la enseñanza: Si están los horarios, pero falta añadir el calendario académico. Guías docentes: Hay algunas guías docentes en las cuales el sistema de evaluación no especifica el porcentaje de las pruebas (p. ej.: Consumidores y usuarios – 803700, Mitos literarios y publicidad de autor – 803665)

PUBLICADO: <https://www.ucm.es/gradopublicidad/>

2. La estructura de la web permite un fácil acceso a la información puesta a disposición.

CUMPLE: Se recomienda mejorar la accesibilidad en la siguiente categoría: Personal académico: Unificar el listado de profesorado que imparte el título y vincular directamente a su CV abreviado

La carencia detectada en la accesibilidad al cv mejorará gracias al desarrollo de una aplicación en la que se está trabajando. El objetivo es tener actualizados los CV con un programa que enlace las webs de los departamentos, que ya

incluyen los CV de los profesores, con las webs de los Grados. Se aplicarán filtros y tendrán campos que permitirán la autogestión y creación de una base de datos.

3. Esta información está actualizada.

CUMPLE: Se recomienda actualizar la información en las siguientes categorías: Descripción del título: Se recomienda unificar la información en la web propia del título. Planificación y calidad de la enseñanza: Actualizar el horario del curso académico.

Publicado en la web del Grado

3. Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

CUMPLE PARCIALMENTE: Se recomienda hacer un análisis cualitativo más detallado de todos los resultados obtenidos en el Programa Docente.

PUBLICADO en la memoria actual.

5.1 Indicadores académicos y análisis de estos

CUMPLE: Se recomienda analizar algunos aspectos de la titulación como la difusión del programa formativo antes del periodo de matriculación; planes de acogida o tutela; la orientación formativa a los estudiantes y la orientación sobre salidas profesionales, en relación con los indicadores que son importantes para la información externa de la Titulación.

Se tendrá en cuenta para futuros trabajos de mejora pero creemos que esa tarea debe ser asumida por los Servicios centrales de la UCM.

5.3. Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.

CUMPLE PARCIALMENTE: Se recomienda valorar los resultados de satisfacción de los egresados con la formación recibida. Se recomienda realizar un análisis cualitativo, más exhaustivo, de los resultados obtenidos en las encuestas.

PUBLICADO en la memoria actual.

5.5. Análisis de la calidad de las prácticas externas.

CUMPLE PARCIALMENTE: Aunque las prácticas externas no son obligatorias en el grado de Publicidad y RRPP y no se encuentran reflejadas en el Plan de Estudios, los estudiantes del título realizan prácticas regladas desde la universidad, y de esta manera, se acercan al mundo laboral a través de los acuerdos de prácticas con empresas que ofrece y tramita la Oficina de Prácticas y Empleo (OPE) de la UCM.

PUBLICADO en la memoria.

6.4. Se han realizado las acciones de mejora planteadas en la última Memoria de Seguimiento de la UCM, a lo largo del curso a evaluar.

CUMPLE: Además de indicar las acciones de mejora planteadas en la última Memoria de Seguimiento y que se han realizado, se recomienda describir la efectividad de éstas y en los casos que no se han llevado a cabo justificar las causas que lo han motivado.

SOLUCIONADO en la memoria actual

6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteada en la última Memoria de Seguimiento a lo largo del curso a evaluar.

Los planes de mejora realizados en los últimos cursos en la Memoria de Seguimiento son los siguientes y todos ellos se han abordado satisfactoriamente (o están en proceso de finalizarse). Respecto al plan de mejoras se detallan a continuación las acciones ya acometidas:

- Se ha realizado un nuevo reglamento de Quejas, Sugerencias y Reclamaciones y se ha ejecutado. El buzón ha mejorado sensiblemente y en la actualidad los alumnos lo utilizan regularmente.
- Se ha insistido de nuevo a los Departamentos y a sus directores que indiquen a los alumnos que deben utilizar el buzón. También se realiza la pedagogía en las aulas.
- Las reuniones de la Comisión de Calidad y de Estudios se realizan cuatro veces en el curso. Han sido positivamente evaluadas por los Agentes Externos en calidad y funcionamiento.
- Se trabaja con el objetivo de transparencia en la web del Grado. Se mantiene informado a todos los agentes del funcionamiento de la facultad, añadiendo datos cuantitativos y cualitativos.
- El número de alumnos es de 141 en los tres grupos mañana y tarde.
- Se utilizan las Redes Sociales de la facultad como Twitter, WhatsApp, LinkedIn, Facebook, Tik Tok, Portal de Transparencia; y las pantallas de los edificios.
- Se ha cambiado la normativa de los TFG y se ha aplicado tal como se ha explicado en la memoria.
- Se ha puesto en marcha un plan para obtener datos sobre empleabilidad y los egresados. Se adjuntan en la memoria.
- Tal como se indica con anterioridad, se han utilizado todos los medios digitales al alcance del Grado para hacer llegar la información a todos los agentes.

6.5 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de la Renovación de la Acreditación del título, realizado por la Agencia externa para la mejora del Título.

En mayo de 2024 se recibió el Informe final de la Fundación Madri+D para la Renovación de la Acreditación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, evaluando de manera favorable el Grado, y pleno cumplimiento de los criterios. Las recomendaciones que se realizaron fueron las siguientes:

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

1.- Se recomienda formalizar en las actas el correcto funcionamiento de los distintos niveles de coordinación con el objetivo de que este elemento pueda ser correctamente evaluado en futuros procesos de evaluación externa. Asimismo, se recomienda revisar la definición de competencias y funciones de cada comisión y órgano que forma parte de la coordinación horizontal y vertical del título, con el objetivo de que estas queden correctamente diferenciadas.

En los apartados de implantación y desarrollo del título 1, 2, 3, 4, 5.1, 5.2, y 5.3 se han explicado los objetivos del SGIC: coordinar, resolución de quejas y reclamaciones, y las propuestas de mejora. Se han puesto en marcha acciones de comunicación a través de los diferentes medios disponibles en la facultad (pantallas, correos, interacciones con los colectivos, etc.) para mejorar la recogida de información sobre la satisfacción de los colectivos. Se ha trabajado sobre la calidad de las Comisiones, aumentando a cuatro reuniones anuales de cada una de ellas.

2.- Se recomienda desplegar los mecanismos necesarios para asegurar que los estudiantes puedan mantener la presencialidad necesaria evitando el solapamiento de horarios entre las asignaturas optativas y obligatorias.

Los horarios tienen en cuenta el no solapamiento de las asignaturas obligatorias y troncales. Los alumnos deben evitar la matrícula en las asignaturas optativas en horarios coincidentes con otras asignaturas.

3.- Se recomienda actualizar el plan de estudios para adaptarlo a las nuevas exigencias del mercado laboral.

En marzo de 2024 se ha terminado y aprobado el Modifica con la mejora de las asignaturas en contenido y en el título. También se está trabajando en el Mapa de Titulación.

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

1.- Se recomienda homogeneizar la información publicada en las dos webs del título.

Se ha realizado la revisión.

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

1.- Se recomienda fomentar la participación en las encuestas de satisfacción de los diferentes colectivos implicados en el título con el fin de mejorar la representatividad de los indicadores ofrecidos.

Se han realizado campañas en los medios académicos tales como Redes Sociales, correos electrónicos, pantallas en los diferentes edificios y la intervención de los docentes en las aulas.

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.- Se recomienda ajustar el sistema de evaluación del Trabajo Fin de Grado al recogido en la Memoria Verificada.

2.- Se recomienda analizar el descenso observado en las tasas de graduación del título y tomar medidas al respecto.

3.- Se recomienda analizar las causas de los ítems peor valorados en las encuestas de satisfacción de los estudiantes e implementar.

El sistema de evaluación en el TFG se está aplicando en todos los casos y los docentes son conocedores del procedimiento. El Grado de Publicidad y Relaciones Públicas tiene una alta demanda. Las encuestas de satisfacción pueden mejorar con el cambio que se producirá en la aplicación del Modifica y el Mapa de Titulaciones.

En la audiencia con los estudiantes estos señalan como área de mejora que las prácticas externas pasen a ser una actividad optativa u obligatoria, integrada dentro del plan de estudios. Se sugiere a los responsables del programa realizar una reflexión sobre la posibilidad de tener en cuenta la realización de una modificación en este sentido, ya que sería un valor añadido para el currículo de los estudiantes el incorporar las prácticas académicas externas realizadas en una empresa/institución y, además, les permitiría tener un contacto real con el mundo laboral y sus profesionales.

En la audiencia con los responsables del título señalan que esta cuestión ya está siendo valorada y que sería positivo para el plan de estudios, pero encuentran dificultades en su organización dado el alto número de estudiantes con los que cuentan.

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

7.1 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación sustancial.

No procede.

7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación no sustancial.

No procede.

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
Estructura y funcionamiento del SGIC	<p>Reuniones frecuentes (cuatro en un curso docente), con volumen de trabajo importante pero bien repartido y distribuido como se indica en las actas de las reuniones.</p> <p>Mejora de la atención a la comunidad del Centro con el nuevo Reglamento de Sugerencias, Quejas y Reclamaciones de la Facultad de Ciencias de la Información, tratado en la Comisión de Calidad del 15/09/2021, y cuyo resultado ha sido una mayor agilidad en la gestión y resolución de las quejas, reclamaciones y sugerencias recibidas.</p> <p>Elaboración en tiempo y forma todos los Informes de Autoevaluación para renovar la acreditación de los títulos oficiales y los Informes de Renovación de la Acreditación de los Másteres y Grados de la Facultad, pese a la demora de algunos datos necesarios para la realización de dichos informes.</p>	Ver apartados 1.1, 1.2, 1.3	<p>Se mantienen las reuniones en cuatro por curso académico. Se demuestra la calidad y la mejora con Agentes Externos.</p> <p>En las Comisiones de Calidad se insiste en la participación de todos los agentes en la importancia del uso de buzón, especialmente se recuerda a los Directores de Departamento que las reclamaciones deben hacerse por la vía oficial.</p> <p>Seguir manteniendo una comunicación fluida entre el decanato, departamentos, coordinadores y alumnos.</p> <p>Los Departamentos son los responsables de resolver los problemas que se observan en las distintas asignaturas, solapamientos o falta de coordinación.</p>
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	<p>Seguimiento continuo de las decisiones adoptadas en la Comisión de Estudios, mediante numerosas reuniones (cuatro ocasiones en el curso docente 2023-2024), con resoluciones eficaces y correcta distribución de responsabilidades y carga de trabajo, como se indica en las actas de las reuniones.</p> <p>Reducción progresiva del número de estudiantes matriculados, que repercute directamente sobre la mejora de la calidad de la docencia.</p> <p>Mejora de la dirección y coordinación de Departamentos, Secciones y Unidades Departamentales en la distribución de los TFG, con la dotación suficientes tutores para atender adecuadamente la demanda y actualización de las líneas temáticas.</p> <p>Efectos positivos de la eliminación de las convocatorias de septiembre para la defensa de TFG y TFM, con lo que se anula importantes desventajas comentadas en anteriores reuniones de la Comisión de Estudios.</p> <p>Los trabajos TFG corresponden al nivel MECES del título. El desarrollo del Trabajo Fin de Grado es conforme a la legislación vigente y a lo previsto en la normativa interna de la Universidad en cuanto al procedimiento de asignación de temas, tutor y seguimiento.</p> <p>Eficiente adaptación de los Grados al RD 822/2021, mediante una buena coordinación entre decanato, coordinadores y departamentos/secciones/unidades de la Facultad para reestructurar el plan de estudios del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.</p>	Ver apartado 2	<p>Para el curso académico 2024-2025 se propone mantener esta fortaleza y ampliarla, con el fin de potenciar la comunicación y buen funcionamiento de la Comisión de Estudios, así como para mejorar las tareas de coordinación entre todos los agentes implicados.</p> <p>Las páginas web del Grado Publicidad y Relaciones Públicas y de la Facultad mantendrá actualizada toda la información relacionada con la Comisión de Estudios. El objetivo es ofrecer información transparente a todos los colectivos integrados en el Grado, para que PDI, PAS y alumnado sepan quiénes les representan en materia de Calidad y las decisiones adoptadas durante sus reuniones.</p> <p>Se ha mantenido la reducción de plazas de nuevo ingreso, cuyo número se ha establecido en 141. Los resultados ya se están evidenciando en las encuestas de satisfacción, en las que el alumnado valora el número de estudiantes por aula.</p> <p>La nueva normativa sobre el TFG se encuentra disponible en la web del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Tras varios cursos académicos de rodaje, esta normativa ha depurado las problemáticas detectadas con anterioridad y ha establecido los procedimientos adecuados para garantizar el correcto desarrollo del TFG, con consignas claras, tanto para el alumnado, como para el profesorado.</p> <p>La modificación del plan de estudios del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas para adecuarlo al RD 822/2021 ha supuesto el abordaje de un examen exhaustivo de las guías docentes y eliminar las materias más alejadas de la realidad profesional del periodismo. Mientras se trabaja en la elaboración de un nuevo plan de estudios, los cambios en el actual tienen como objeto subsanar las posibles deficiencias en materia de formación.</p>
Personal académico	<p>Profesorado con un alto nivel investigador</p> <p>Plantilla renovada, con experiencia docente pero que también cuenta con profesionales (profesores asociados) y docentes que comienzan su carrera académica.</p> <p>Política de consolidación del profesorado.</p> <p>En el Programa Docencia destaca la alta participación y evaluación positiva del profesorado.</p> <p>Continuidad y evolución en los Proyectos de Innovación Docente con un enfoque en la inteligencia artificial, la inclusión, la sostenibilidad y el uso de herramientas digitales innovadoras en la enseñanza. Esfuerzo por integrar los Objetivos de</p>	Ver apartado 3	<p>Continuar apoyando la investigación, especialmente en la presentación de proyectos nacionales e internacionales.</p> <p>Continuar con la política de consolidación del personal académico.</p> <p>Proporcionar al profesorado las herramientas y formación adecuada que contribuya a su promoción, mediante la repetición de cursos sobre sexenios, impartidos por la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información y por la Oficina de Apoyo a la Investigación creada en la Facultad de Ciencias de la Información. Se seguirá fomentando la difusión de información sobre estas acciones formativas a través de los diferentes medios: email UCM, redes sociales, página web del Grado y de la Facultad, pantallas informativas de toda la Facultad, etc.</p>

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
	<p>Desarrollo Sostenible (ODS) en la docencia y una fuerte apuesta por la interdisciplinariedad.</p> <p>El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y los servicios de orientación académica y profesional soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje.</p> <p>Baja evaluación del PAS por sobrecarga de trabajo.</p>		<p>Se prevé informar al profesorado del funcionamiento, criterios y baremos del Sexenio de Excelencia, si es que finalmente se convoca, con el fin de promocionarlo y animar a los docentes a participar, teniendo en cuenta las evaluaciones positivas, obtenidas en Docentia UCM.</p> <p>Continuar motivando al profesorado para que participen y fomenten entre su alumnado las encuestas de evaluación docente (Docentia), haciéndoles valorar aspectos positivos como su utilidad para acreditaciones, sexenios y actividades que permiten su promoción en la carrera académica.</p> <p>Se ha solicitado a través de los órganos de gobierno de la facultad, la reposición de los PAS que han causado baja en la facultad.</p>
Sistema de quejas y sugerencias	<p>Número bajo de reclamaciones, quejas y sugerencias.</p> <p>Uso para resolución de problemas antes de iniciar un trámite.</p>	Ver apartado 4	Continuar aplicando y dando a conocer el reglamento e insistir en las Comisiones de Calidad y de Estudio a los diferentes representantes académicos sobre la conveniencia de su utilización para que difundan su uso.
Indicadores de resultados	<p>Los resultados son muy positivos: los alumnos han obtenido unos promedios en calificaciones elevados, sobre todo, notable y sobresaliente.</p> <p>Las calificaciones de los discentes son positivas, con una tasa de rendimiento del 94,66% (ICM-4). Cabe destacar que la nota de acceso al grado de los alumnos de Publicidad y RRPP es alta. Estos datos positivos demuestran el interés de los alumnos por las materias y el excelente rendimiento académico. También hay que destacar la labor del profesorado que ha incorporado en sus materias contenidos actuales a pesar de que los Planes de Estudios necesitan una renovación.</p>	Ver apartado 5.1	<p>Mantener la reducción de alumnos.</p> <p>La nota de corte para acceder al grado ha sido paulatinamente superior. Cuando los grupos de alumnos son más reducidos, en general, la calidad de la enseñanza es superior. Mantener esta política.</p> <p>Continuar con la organización de Jornadas, Congresos y Eventos con empresas de comunicación en la Facultad, y la asistencia a ferias para dar a conocer las características del grado fuera de la UCM.</p> <p>Seguir aplicando los cambios producidos en la normativa de los TFG e incluso evaluar positivamente la argumentación durante la defensa trabajo.</p> <p>Cabe destacar en lo que respecta al análisis de los indicadores, el trabajo realizado para mejorar su valoración en las Comisiones de Estudios, con propuestas y acciones tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desdoble de asignaturas en dos o tres grupos. - Modificación en la normativa de los TFG (elección de áreas temáticas, asignación de alumnos según méritos y capacidades, gestión de tutores...). - Recogida de fichas de profesores para su posterior uso en la web. - Señalar las asignaturas básicas según ámbitos de conocimientos. - Ofrecer la evaluación continua, con opción a examen bajo la condición de realizar un examen extraordinario, pudiéndose complementar con un trabajo. - Desarrollar los perfiles docentes al detalle, sin incluir nombres ni índices de impacto. - Resaltar el valor del trabajo administrativo realizado por los docentes. - Recordar la posibilidad de hacer prácticas en los TFG industriales. - Proponer de cara al futuro un posible Grado experimental y con asignaturas de laboratorio.
Satisfacción de los diferentes colectivos	<p>Alta satisfacción del profesorado.</p> <p>Paulatino aumento en la satisfacción de los alumnos con el título.</p> <p>PAS satisfecho aunque con área de mejora.</p> <p>La evaluación del Agente Externo es muy positiva: 9 sobre 10. Destaca la mejora de la calidad de la titulación y la calidad.</p>	Ver apartado 5.2	<p>Continuar con la política de estabilización de la plantilla y contratación de profesores asociados con vinculación con la empresa.</p> <p>Cambio en el Plan de Estudios. Tendrá un efecto positivo en el Grado y por lo tanto en los alumnos. Se ha entregado el Modifica con los cambios en asignaturas (cambio de denominación, programa ...)</p> <p>Continuar trabajando en el Mapa de Titulaciones.</p> <p>Existen una buena relación entre PAS, profesores y alumnos, es importante mantenerlo.</p>

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
			Se potenciará entre el profesorado la necesidad de informar de la importancia de las tutorías, como una actividad docente complementaria y muy útil para atender de forma personalizada las dudas del alumnado. El Proyecto de Innova-Gestión planteado para resolver la reducida participación en las encuestas de satisfacción tendrá como uno de sus focos el PAS, con el fin de detectar las posibles causas de su reticencia a cumplimentar estas encuestas y abordar medidas asertivas que mejoren la participación de este colectivo.
Inserción laboral	La existencia de actividades de la Universidad Complutense de Madrid para la mejora de la empleabilidad de estudiantes y egresados, así como un Plan de acciones de la Oficina de Prácticas y Empleo: - Tasa de inserción elevada. - Tasa de satisfacción con la formación recibida positiva. - Terminar los estudios mejoran el empleo.	Ver apartado 5.3	La muestra sigue siendo reducida. Objetivo: intentar captar más alumnos egresados para contestar el cuestionario. Seguir trabajando en la actualización de las guías docentes y contenidos de las asignaturas para recibir una formación más cercana a lo que el mercado laboral está demandando.
Programas de movilidad	Valoración muy positiva. El programa no tiene movilidad.	Ver apartado 5.4	Hacer una campaña para fomentar la participación el uso de la movilidad entre los alumnos.
Prácticas externas	NO PROCEDE		
Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación	NO PROCEDE		

9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA

9.1 Relación de los puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, elementos del sistema de información del SGIC que ha permitido su identificación y análisis de las causas.

Se debe insistir en el cumplimiento de la normativa con respecto a las quejas, sugerencias y reclamaciones por parte de todos los agentes. En cada curso se observa una disminución de los porcentajes de reclamaciones, pero también se observa a un mayor grado de satisfacción por parte de los alumnos de Grado. El alumno se ha acostumbrado a solicitar la ayuda al Coordinador del Grado, al que percibe como una ayuda positiva para diferentes tipos de dudas (se han recibido treinta solicitudes). En los cursos anteriores no se solicitaba la ayuda del Coordinador, salvo en muy contadas ocasiones.

El reglamento anterior data de 2010. Se ha actualizado el reglamento y se llevará un registro de las reclamaciones y de la forma en que se resuelven. Es muy importante tener constancia de la resolución de quejas y reclamaciones, por lo que se pide a los Departamentos su colaboración con alumno que no siguen el curso oficial y se dirigen directamente a dichos departamentos. También se recuerda que las reclamaciones no pueden ser colectivas, los Coordinadores deben tener conocimiento del nombre de los profesores sobre los que se formula la reclamación o queja, nombre del alumno y nombre de la asignatura. Se recuerda que hay FAQs para aclarar dudas, pues este tipo de problemas se repite de manera asidua.

Los datos necesarios para elaborar las Memorias de seguimiento llegan en ocasiones con retraso o hay datos confusos y erróneos. A través del Equipo de Gobierno se está trabajando en ello: se ha solicitado por cauces formales la revisión de datos y la agilización en la entrega con el objetivo de cumplir con los plazos establecidos por el Vicerrectorado de Calidad. Se solicita un mayor tiempo para la realización de la Memoria pues a veces los datos han llegado en fechas próximas a su entrega.

Se solicita al Vicerrectorado de Calidad mayor agilidad. Por ejemplo, se necesitan los Informes de Docencia con tiempo suficiente para realizar los Informes de Seguimiento. Se piden apoyos y medios suficientes.

Se hace constar de nuevo el retraso en la entrega de los datos de Docencia por parte de la Comisión de Calidad y lo que supone para la elaboración de las Memorias.

El Sr. Vicedecano recuerda la importancia de la opinión de los alumnos en los informes.

9.2 Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Estructura y funcionamiento del SGIC	La elaboración de la memoria supone una carga de trabajo importante para los coordinadores. Descoordinación entre asignaturas interdepartamentales. Solapamiento de contenidos entre títulos oficiales y propios. Plan de Estudios no ha sido modificado todavía.	Existe la necesidad de solicitar apoyo administrativo para la elaboración de las memorias. La dificultad para la coordinación de las asignaturas entre los diferentes departamentos y entre docentes. Se trabaja en las facultades y Formación Permanente sobre los cursos para evitar solapamientos. Algunas veces se produce con la Escuela de Gobierno. Se ha presentado el Modifica lo que supondrá cambios en los estudios del Grado.	Petición a través de los órganos de gobierno de la Facultad de mayor apoyo administrativo. Se ha creado una comisión para estudiar las asignaturas interdepartamentales, ofrecer soluciones y ejecutarlas. Se estudia y aprueba o deniega en la Junta de Facultad y Comisión de Estudios. Se ha presentado un Modifica con cambios en las asignaturas del Grado. Se sigue trabajando en el Mapa de Titulaciones.	IUCM-13 Encuesta satisfacción de los alumnos con la titulación: conocimiento de los canales de Quejas y Sugerencias	Todos los agentes implicados: alumnado, profesorado y equipo de Gobierno	2023-2024 2024-2025 2025-26	En proceso
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	Aunque se ha trabajado en el Mapa de Titulación del Grado y se ha presentado el Modifica aprobado en la Comisión de Estudios y Junta de Facultad, todavía no se ha podido poner en práctica. Se ha mejorado la normativa de los TFG y TFM y se aplica en el curso 2024-25. Dada las características del Grado de Publicidad y RRPP, se necesita una mayor experimentalidad en algunas de sus asignaturas.	La plantilla envejece y es necesario hacer una reposición El cambio de Planes de Estudios es complejo y necesita del acuerdo de todas las partes. Los representantes de los Departamentos y Vicedecano han estado trabajando en el mapa. Se continúa trabajando con el objetivo de tener un Plan de Estudios de calidad para el alumno. Se tiene que decidir la ruta y definición las asignaturas. El nuevo mapa ha tenido en cuenta todo el profesorado del Grado.	El Mapa de Titulaciones no está cerrado, pero hay preocupación por la carga docente, asignaturas y otras cuestiones que todavía no se han terminado de definir. Todavía queda determinar un itinerario y que sea aprobado en la Comisión de Estudios y en la Junta de Facultad. Se han organizado reuniones con los Directores de los Departamentos y diferentes representantes de la Facultad y del Grado para presentar los nuevos itinerarios. Se han contado con todos los actores Se ha diseñado ya un esquema para proceder a formalizar la modificación del programa, decisión que se considera adecuada para la mejora del Grado.	Encuesta satisfacción de los profesores con la titulación	Equipo de gobierno y profesorado	2022-2023 2023-2024 2025-2026	En proceso
Personal Académico	La satisfacción de los alumnos con respecto al Grado, aunque es positiva (6,2), puede mejorar. Respecto al Plan de Formación Integral de Personal Docente Investigador de la Universidad Complutense de Madrid, la asistencia continuada se solapa con los horarios de clase, se desea que no sean una dificultad para poder cursarlos. PAS no está satisfecho con la reposición de la plantilla. Los cv de los docentes no están unificados en la web del Grado (pueden aparecer o no, dependiendo del departamento). Se han solicitado y se están ordenando para su inserción en la página del Grado.	El Plan de Estudios y las Guías docentes de las asignaturas necesitan ser renovadas. El profesorado además de realizar la labor docente debe realizar tareas administrativas, publicar e investigar y actualizar su conocimiento teórico/práctico. Solapamiento de la formación con los horarios de clase. No hay reposición para el PAS que se jubila o cambia de ubicación.	Se ha presentado el Modifica. Se vuelve a trabajar en el mapa de titulaciones, se han planteado cuatro itinerarios trabajados en Subcomisiones. El mapa no está cerrado, pero hay preocupación por la carga docente, asignaturas y otras cuestiones que todavía no se han terminado de definir. Todavía queda determinar un itinerario y que sea aprobado en la Comisión de Estudios y en la Junta de Facultad. Se han organizado reuniones con los Directores de Departamento y diferentes representantes de la Facultad y del Grado para presentar los nuevos itinerarios. Se han contado con todos los actores. El profesorado debe seguir reclamando un mayor apoyo en las tareas administrativas. Solicitar una mejora en los horarios de los cursos de la formación. Continuar reclamando la contratación de PAS para la facultad y el Grado.	ICM-1 ICM-2	Equipo de gobierno, Departamentos, y Docentes	2022-2023 2023-2024 2024-2025	En proceso
Sistema de quejas y sugerencias	El coordinador de Grado es consultado para cuestiones que no tienen capacidad para resolver. Resolver de manera adecuada las posibles reclamaciones por el uso del Chat GPT.	Dar un valor mayor a otro modelo de evaluación basado en trabajos defendidos en público, y otras técnicas para evaluar a los alumnos.	Continuar con las campañas de comunicación. El reglamento se ha difundido en el Campus y se ha puesto la noticia en la página web. Se continúa la labor de difusión durante la docencia.	Encuesta satisfacción de los alumnos con la titulación: conocimiento de los canales de Quejas y Sugerencias	Todos los agentes implicados: alumnado, profesorado y equipo de Gobierno	2023-2024 2024-2025	En proceso

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Indicadores de resultados	El Plan de Estudios necesita renovarse y estar más cercano a las necesidades del mercado Publicitario y de las Relaciones Públicas. Los resultados de satisfacción de los estudiantes con el programa son poco representativos. Con todo, a pesar de esta limitación se observan puntuaciones que deben ser mejoradas: plan de estudios adecuado, orientación profesional, contenido innovador, componente práctico adecuado, materiales ofrecidos actuales y novedosos, acceso al mundo laboral, acceso al mundo de la investigación y atención al estudiante. Docentes con tareas administrativas más propias del PAS. No existen prácticas curriculares en el Grado.	Plan de Estudios alejado de las necesidades laborales del mercado de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Poca participación de los alumnos en las actividades académicas complementarias: asistencia a charlas, congresos, exposiciones, jornadas ...	Descargar de tareas administrativas a los docentes. Se está estudiando la posibilidad de ofrecer prácticas curriculares en un futuro gracias a la reducción de los grupos. Los cambios a futuro en los Planes de Estudio y Guías docentes. Insistir en la importancia de asistir a eventos organizados en la Facultad para acercar el mundo profesional a los alumnos.	IUCM-2 IUCM-3	Equipo de Gobierno y profesorado	2023-2024 2024-2025	Realizado
Satisfacción de los diferentes colectivos	La satisfacción de los alumnos con el título debe seguir mejorando en los próximos cursos. Poco uso por parte de los alumnos de los canales de quejas, sugerencias y reclamaciones. Baja participación del PAS en las encuestas. Disminución en el número de PAS con alta carga de trabajo.	Los estudiantes reclaman prácticas aunque desconocen la dificultad para encontrar empresas suficientes que sean capaces de absorber la demanda. El PAS está desmotivado por la carga de trabajo y falta de personal en la facultad.	La Comisión de Calidad, la Comisión de Estudios, la Junta de Facultad y todos los Departamentos, Secciones y Unidades de la Facultad deberá seguir trabajando en la renovación del Plan de Estudios, incluyendo la mejora de los puntos negativos detectados para que mejore la satisfacción del alumnado. Se informa al profesorado de la importancia de las tutorías, como una actividad docente complementaria y muy útil para atender de forma personalizada las dudas del alumnado. El Proyecto de Innova-Gestión planteado para resolver la reducida participación en las encuestas de satisfacción tendrá como uno de sus focos el PAS, con el fin de detectar las posibles causas de su reticencia a cumplimentar estas encuestas y abordar medidas asertivas que mejoren la participación de este colectivo.	Encuesta satisfacción de los alumnos y del PAS con la titulación	Equipo de gobierno y profesorado	2023-2024 2024-2025	En proceso
Inserción laboral	Tasa de inserción elevada. Tasa de satisfacción con la formación recibida positiva. Terminar los estudios mejoran el empleo.	La dificultad para contactar con los estudiantes una vez finalizan sus estudios. La mayoría inician una nueva etapa, en la que se centran en sus intereses personales y profesionales y se desconectan de la universidad. Uno de los principales medios de contacto es el correo institucional de la UCM, que dejan de utilizar cuando han terminado sus estudios.	El Proyecto Innova-Gestión planteado expresamente para abordar la cuestión de la participación de los colectivos de la Facultad de Ciencias de la Información en las encuestas de satisfacción contempla también el análisis de la escasa representación de los egresados en las respuestas. Se buscarán vías de comunicación y fomento de su implicación, pese a las dificultades para contactar con los estudiantes una vez dejan sus estudios. Se buscarán medios de comunicación alternativos al correo institucional para enviarles los cuestionarios y mantenerlos informados de las noticias importantes, dado que la mayoría deja de utilizarlo una vez termina sus estudios. Se propondrán también premios o sorteos que animen a participar y eventos para promover el sentimiento de identidad complutense	Informe de inserción laboral	Vicerrectorado de Estudiantes, Oficina de Calidad, Decanato, Profesorado que mantiene el contacto con antiguos alumnos y egresados de Grado y Máster.	Cursos 2024-2025 y posteriores.	En proceso

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Programas de movilidad	Bajo porcentaje de alumnos que utilizan el programa de movilidad.			NO PROCEDE			
Prácticas externas	La posibilidad de hacer prácticas a través de OPE no es muy conocida por los alumnos.		Aunque se realizan eventos por parte de OPE, tal vez se debería hacer presentaciones más individualizadas en las facultades, o participar en la presentación del Grado.	Encuesta satisfacción de los alumnos	Equipo de Gobierno y OPE	2023-2024 2024-2025	En proceso
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación	NO PROCEDE						