



ESIC Business & Marketing School

**INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Grado Oficial en Publicidad y
Relaciones Públicas (GRPP)
CURSO ACADÉMICO 2012/13
Comisión de Titulación**

Fecha
08/04/2014

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13
ESIC Business & Marketing School

Contenido del Informe

1	OBJETIVO DEL INFORME.....	4
2	PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE	5
2.1	Información previa a la matrícula	5
2.2	Características del plan de estudios	6
2.3	Justificación del Título	6
2.4	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.....	7
2.5	Atribuciones profesionales del Título.....	7
2.6	Competencias que caracterizan el Título	7
2.7	Perfil de Ingreso y Egresado.....	8
2.8	Datos de Matrícula	9
2.8.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas.....	9
2.8.2	Número de alumnos matriculados y bajas.....	9
3	PARA EL ESTUDIANTE	10
3.1	Guías docentes.....	10
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios	10
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas).....	10
3.2.2	Grado de cumplimiento.....	11
3.2.3	Análisis de Memoria Académica de Titulación	11
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo	11
3.4	Programas de movilidad.....	12
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	12
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	13
3.5.1	Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación	14
3.6	Prácticas Profesionales	15
3.7	Inserción laboral de los egresados	15
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales.....	16
3.8	Otros. Becas	16
3.8.1	Premios a la Excelencia.....	16
3.8.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1ºy 2º Cursos.....	17
3.8.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios.....	17
3.8.4	Aula Multimedia.....	17
3.8.1	Study Tour China	17
4	PROFESORADO.....	18
4.1	Categoría del Profesorado	18
4.2	Actividad investigadora.....	19
4.3	Calidad del Profesorado	20

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	20
5	OTROS RECURSOS.....	21
5.1	Recursos físicos.....	21
5.2	Recursos humanos (PAS)	21
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	21
6.1	Actividades desarrolladas.....	21
7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN.....	23
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	23
7.2	Políticas.....	24
7.3	Comité Académico de Titulación.....	24
7.4	Reuniones otros equipos	26
7.5	Evaluación del Aprendizaje.....	28
7.5.1	Análisis Evaluación del Aprendizaje	29
7.5.2	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)	29
7.5.3	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento.....	31
7.6	Gestión de sugerencias y reclamaciones.....	32
7.6.1	Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)	32
7.7	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés	33
7.7.1	Satisfacción de los Alumnos	33
7.7.2	Satisfacción de Egresados	33
7.7.3	Satisfacción de Personal Docente	34
7.7.4	Satisfacción de Personal No Docente	35
7.7.5	Satisfacción Agentes Externos	35
7.7.6	Satisfacción Prácticas Profesionales	36
7.7.7	Satisfacción Programas de Movilidad.....	36
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN	37
9	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE.....	39
9.1.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2012/2013	40
9.1.2	Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2013/2014	40
10	CUADRO DE INDICADORES	40

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

1 Objetivo del Informe

El objetivo del presente Informe es reflejar el seguimiento adecuado de la Titulación de Grado o Postgrado de ESIC realizado por la Comisión Académica de Titulación, regida según se detalla en la **Política de Comisión de Titulación de ESIC (Área Grado y Postgrado)** en el Sistema de Calidad de ESIC.

El Informe, entre otros datos de interés, aporta la Memoria de Titulación y sus valoraciones y propuestas de mejora. Además, el informe aportará toda la información relativa a la Titulación y a los servicios no académicos que deban apoyar a los Estudiantes que cursan la Titulación. El Informe tiene un carácter anual, y deberá generarse entre los meses de Julio y Septiembre, ambos inclusive, para su revisión por el Decanato en el mes de Octubre.

En base a este Informe, el Vicedecano propondrá los Objetivos Académicos para la Titulación para el siguiente curso académico, y revisado y autorizados por el Decano, y sobre los cuáles la Comisión Académica de Titulación hará seguimiento y velará por el cumplimiento de los mismos implicando a la dirección académica y/o de servicios que aplique.

El Responsable en ESIC de gestionar y comunicar este informe al Vicedecano, es el Director de la Comisión Académica de Titulación que corresponda.

Este informe es parte de las evidencias de la gestión académica llevada a cabo en el Área Académica de ESIC declarado en el Sistema de Calidad de ESIC bajo el modelo de SGIC definido por la Acreditación AUDIT otorgado por ANECA (Ver Criterios y Directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior.

http://www.aneca.es/present/docs/enqa_criteriosydirectrices_261005.pdf)

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

2 PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE

2.1 Información previa a la matrícula

El acceso a las enseñanzas oficiales de Grado requerirá estar en posesión del Título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado: Perfil del alumno de la titulación / Perfil de entrada

Vía de acceso al Primer Curso

	2011/12	2012/13	Variación
Selectividad, PAU (todos los tipos de selectividad)	88,4%	93,2%	5%
FP DE 2º GRADO O MODULO III	6,10%	4,2%	-30%
Traslado desde los mismos estudios	5,5%	2,5%	-54%
TOTAL	100%	100%	

Fuente Secretaría General de ESIC

Nota media de acceso

2011/12		2012/13	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
6,90	6,3	7,1	6,7

Fuente Secretaría General de ESIC

Notas de corte

2011/12		2012/13	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
5	5,4	5	5

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El perfil de acceso más común para el alumno del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es el de estudiante que acaba de finalizar sus estudios de bachiller y ha aprobado la selectividad en valores que rondan el 90%. La segunda vía de acceso, se refiere a los alumnos que acceden a través de Formación Profesional, seguidos de los traslados de expedientes de otros centros universitarios. La nota media de acceso en Junio es ligeramente superior a la de Septiembre. Las notas medias de acceso al Título se sitúan anualmente entorno al 7.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

2.2 Características del plan de estudios

A continuación se detallan los alumnos de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en los últimos cursos.

Número de matriculados según Plan de Estudios por curso

	2011/12	2012/13	Variación
Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas			
Total (RRPP)	162	109	-33%
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)			
Total (GRPP)	396	490	24%
TOTAL	558	599	7%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se reduce el número de alumnos del curso 2011/2012 al 2012/2013 para la licenciatura al ser un plan en extinción. En el Título oficial se produce un significativo aumento del 24%.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.3 Justificación del Título

La justificación del Título responde a las demanda del mismo, como respuesta a las necesidades sociales y del sistema económico-empresarial. La necesidad de este grado se ha plasmado en una demanda real y creciente de alumnos desde la implantación de los estudios en empresa en 1953.

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2011/12	2012/13	Variación
Plazas Ofertadas (A)	50	150	200%
Plazas Demandadas (B)	153	222	45%
Ratio: Relación B/A	3,06	1,48	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El Título aumentó en 100 el número de plazas hasta alcanzar las 150 plazas ofertadas en el curso 2012/2013.

Este incremento del 45% de la demanda permite cubrir las plazas para el Título.

El exceso de demanda hace indicar que no deberían quedarse plazas sin ocupar para los siguientes cursos.

A pesar de las plazas en principio ofertadas en el curso 2011/2012, (50 plazas), se aumentaron, bajo autorización de la URJC, a 170 plazas debido a la demanda del Título, y a pesar de las plazas reflejadas en inicio en la Memoria.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

2.4 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos

Los alumnos del Título que deseen convalidar o adaptar materias cursadas en otros centros de carácter oficial, deberán cumplir los requisitos que la Universidad exige para dichas convalidaciones o adaptaciones y solicitarlas en la Secretaría de la Escuela en los plazos que se marquen.

La normativa oficial de reconocimiento y transferencias de créditos de la URJC se puede consultar en el siguiente enlace:

http://www.esic.edu/pdf/normativa_neconocimiento_de_creditos.pdf

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado: Información Académica / Reconocimiento de créditos

	2011/12	2012/13	Variación
Nº Traslado de Expedientes	18	21	17%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se estudiaron los casos de 18 alumnos en el curso 2011/2012 de 12 Universidades distintas, aumentando estos hasta 21 solicitantes en el curso 2012/2013 de 11 Universidades.

Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede.

2.5 Atribuciones profesionales del Título

No procede para el Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas.

2.6 Competencias que caracterizan el Título

Las competencias que para el Título están declaradas en el Plan de estudios de esta titulación, así mismo están expuestas por materia, tal y como se informa en la Memoria del Título aprobada por ANECA.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

En Apartado: Información Académica / Competencias

Análisis de Datos y Conclusiones:

Publicación de las competencias por Título y Materia en la página web de ESIC, en el apartado de la Titulación.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

2.7 Perfil de Ingreso y Egresado

ESIC, como centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos se rige por su normativa vigente.

A continuación se detallan los datos generales de los perfiles de ingreso para el Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas.

Perfil de ingreso *

	2011/12	2012/13	Variación
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	57,65%	49,58%	-14%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	42,35%	50,43%	19%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	14,12%	10,08%	-28%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	3,53%	4,20%	19%
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100%	100%	0%

* Datos Procedentes de la Matriculación. Fuente Secretaría General de ESIC

Perfil de salida *

Para analizar el perfil de egresado se contemplan tanto los Indicadores solicitados por el Sistema de Calidad de la URJC así como las variables descritas en la Política de Perfil de Ingreso y Egresado de ESIC.

A continuación se anexa la tabla que se reportará a la URJC. Para el análisis de esta información se parte de la graduación de los alumnos que iniciaron en el curso 2011/2012 según criterios establecidos por la URJC.

	2015/2016	2016/2017
Tasa de graduación por modalidad		
TIEMPO COMPLETO	0,00%	0,00%
Tasa de graduación por sexo		
HOMBRES	0,00%	0,00%
MUJERES	0,00%	0,00%
Tasa de graduación por país de procedencia		
ESPAÑA	0,00%	0,00%
RESTO	0,00%	0,00%
Tasa de graduación por edad		
18 AÑOS O MENORES A 18	0,00%	0,00%
19 - 25	0,00%	0,00%
26 - 29	0,00%	0,00%
30 - 39	0,00%	0,00%
40 - 45	0,00%	0,00%
46 AÑOS O MÁS	0,00%	0,00%

Fuente Secretaría General de ESIC

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos:
<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado: Perfil del alumno de la titulación. Perfil de salida.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Perfil de Ingreso: Los porcentajes de hombres y mujeres matriculados en el Título, no han sufrido variaciones significativas aunque este curso académico ha habido un mayor equilibrio entre la matriculación de hombres y mujeres en el curso. Del mismo modo el número de alumnos extranjeros se ha mantenido en valores similares, pasando de cubrir el 3,5 al 4,2% de las plazas.

Los alumnos de fuera de la CAM se vieron reducidos en un 28% pasando de cubrir un 14% a un 10% en este último año.

Perfil de Egresado: En la actualidad y debido a un cambio de plataforma informática de gestión no se tienen accesibles los datos que ofrecen el perfil de egresado. Queda pendiente de analizar.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

2.8 Datos de Matrícula

2.8.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

La Titulación ha aumentado el número de plazas ofertadas por ESIC, bajo aprobación de la URJC para dar respuesta a la demanda que anualmente se tiene para la Titulación.

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2011/12	2012/13	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	50	150	200%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	170	119	-30%
Tasa de Cobertura: Matriculados/Plazas Ofertadas	3,4	0,79	

Fuente Secretaría General de ESIC

2.8.2 Número de alumnos matriculados y bajas

	2011/12	2012/13
Tasa de abandono por modalidad		
TIEMPO COMPLETO	4%	3,4%
Distribución de abandonos por sexo		
HOMBRES	1,56%	1,56%
MUJERES	5,88%	4,71%
Distribución de abandonos por país de procedencia		
ESPAÑA	4%	3,4%
OTRO	0,00%	0,00%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

A pesar del incremento de plazas ofertadas para el Título en el curso 2012/2013, y de la demanda inicial, se produjo un número de matriculaciones menor de la esperada, por lo que se ha visto reducido el número de matriculaciones del curso 2011/2012 al 2012/2013 en un 30%.

Las bajas totales del año 2011/2012 fueron del 4% viéndose reducidas hasta sólo el 3,4% en el último curso 2012/2013, obteniendo así una eficiencia de bajas sobre los matriculados.

La mayoría de los alumnos que causaron baja fueron mujeres y todos ellos de nacionalidad española.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

3 PARA EL ESTUDIANTE

3.1 Guías docentes

Las guías docentes como instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos contienen información general de la asignatura y refleja las competencias especificadas de cada una.

Existe una única guía por asignatura y titulación, independientemente del número de profesores que la imparten, en un documento denominado Syllabus.

Podríamos acceder a las guías docentes de las materias siguiendo la siguiente ruta:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado: Información Académica / Plan de estudios / Itinerario Formativo

Se han realizado ajustes en los Syllabus, en la mayoría de los casos de pequeña envergadura. Los correspondientes al primer cuatrimestre se publican en junio/julio 2012, y los del segundo cuatrimestre en julio/septiembre 2012. En aquellos casos (alrededor de 5) que los ajustes han sido más relevantes, la Dirección del Departamento y el Coordinador de la Asignatura lo han trabajado previamente con los profesores afectados.

Las guías docentes se han actualizado a la finalización del curso 12/13 con el nuevo formato de guía docente Ed.2.

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 100% de las guías docentes están publicadas en la página web de la Universidad y son visibles a cualquier persona que quiera acceder a ellas. Dichas guías cumplen la normativa fijada.

Propuestas de Mejora al Indicador:

Mejora: Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.3)

Causa: Guía en donde las materias se evalúan en un sistema por competencias de tal forma que se pueda medir los resultados de aprendizaje por competencia. Además revisar que los contenidos se ajustan a la nueva Memoria verificada 2013.

Acciones a Desarrollar: Propuestas y elaboración de nuevo formato por parte de los responsables

Responsables: Vicedecano de Grado ESIC y Miembros de la Comisión de la Titulación

Tiempo Realización: 2013.MEMORIA.GRADO.006

3.2 Planificación temporal del despliegue del plan de estudios

3.2.1 Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas)

No se han introducido cambios en este Plan de Estudios.

Mejoras implantadas en el curso académico

En la Reunión de Revisión del Sistema, la unidad de calidad presentó el Informe de Auditoría Interna 2012 ante los asistentes y se comentan los puntos fuertes y débiles del Modelo de Calidad detectados a través de las auditorías.

A continuación se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valor del Área de Grado, y que han aplicado a este Título. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna de Marzo 2013 en el área de Grado.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

	2012/13
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado	0
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo y Complementario	4
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio	3
Total Mejoras Curos Académico	7

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se requiere mejorar los Procesos de Becas, Admisiones y Captación en el área de Grado, según auditorias ISO. Se hará seguimiento de estas mejoras a través del procedimiento de seguimiento del SGIC bajo ISO.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

3.2.2 Grado de cumplimiento

Los procedimientos que se han mejorado del 2012 al 2013 son:

- La plataforma de Syllabus ha quedado completamente consolidada y se utiliza en todas las titulaciones en todos los campus.
- El departamento de Investigación se ha expandido al resto de los campus.

	2012/13
Mejoras Propuestas año anterior e implantadas	2

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se mejora el procedimiento de documentaciones del profesor al alumno para este año, a través del canal de la Intranet. También, se ha expandido el departamento de Investigación al resto de campus.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.2.3 Análisis de Memoria Académica de Titulación

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

	2011/12	2012/13	Variación
Nº Alumnos pendientes del Plan Antiguo de la misma Titulación o asimilada	162	109	-33%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha producido una reducción del 33% en los alumnos que quedan pendientes de finalizar el Plan Antiguo, debido a la graduación de los alumnos anualmente y la no incorporación de nuevos alumnos al Título es extinción.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

3.4 Programas de movilidad

El área Internacional de ESIC ofrece acuerdos de intercambios académicos a nuestros alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con universidades de prestigio en todo el mundo. Las becas Erasmus ofrecen intercambios con países de la UE.

Asimismo se ofrecen otro tipo de becas para los alumnos de cualquier titulación: MUNDE, FARO y ARGO, en las que se pueden realizar tanto prácticas en el extranjero, como cursar estudios en gran variedad de países.

Se pueden consultar los diferentes programas internacionales que ESIC pone a disposición de sus alumnos en el siguiente enlace: <http://www.esic.edu/grado/internacional/official/>
<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/> Programas de Movilidad

Análisis de Datos y Conclusiones:

El trabajo de la Oficina Internacional, en relación a acuerdos internacionales, muestra que los intercambios académicos con los que cuenta ESIC tienen un gran atractivo entre los alumnos, es por ello que el número de solicitantes se ha visto incrementado de manera importante en el último año. La búsqueda continua de nuestros convenios no hace más que mejorar el funcionamiento completo sobre la movilidad en ESIC. Los alumnos del Título tienen las opciones suficientes para mejorar sus idiomas de cara al futuro.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2011/12	2012/13	Variación
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS			
Alumnos ESIC de ERASMUS	21	22	4,7%
Alumnos ERASMUS en ESIC	9	11	22%
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE			
Alumnos ESIC en MUNDE	2	5	150%
Alumnos MUNDE en ESIC	1	0	-100%
Total Alumnos ESIC en movilidad	23	27	17,4%
Total Alumnos de Movilidad en ESIC	10	11	10%
Total de Convenido Internacionales de ESIC Con otras Universidades	18	28	55%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El aumento registrado en el total de alumnos de Movilidad en la Titulación ha alcanzado un 10%. Por otra parte, los alumnos de ESIC que están en programas de movilidad se incrementaron en un 17%.

La satisfacción general de los alumnos que participaron en programas de movilidad puede verse en la web en el enlace:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-de-satisfaccion-alumnos-respecto-a-programas-movilidad-20122013.pdf>

Los convenios firmados están vigentes para Títulos de grado. Se trabaja, tanto para mejorar los convenios con las universidades ya establecidos, como en buscar nuevos acuerdos que mejoren las capacidades de los alumnos.

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC pone a disposición de sus grupos de interés los resultados del informe de **Orientación Profesional de Grado 12/13** en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-orientacion-profesional-grado-20122013.pdf>

Valoraciones recogidas sobre la **satisfacción de alumnos 2012/13 respecto a cuestiones de orientación profesional**:

TITULACIÓN Campus: Madrid	3 - Despertar inquietudes emprendedoras	10 - Oferta de prácticas de empresa	19 - Nivel de aportación de experiencia profesional	24 - Formación en habilidades de gestión directiva	30 - Actividades de orientación profesional y personal
GRPUB	5,93	3,93	6,47	6,27	3,67
DTGRPUB	5,46	5,23	7,62	6,33	4,69

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

También se prepararon Sesiones Informativas específicas (10 en total, con la asistencia de 387 alumnos) en las que ha participado el Área Promoción Institucional de Postgrado, Carreras Profesionales y el Área Académica de Grado.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Existe un porcentaje superior al 19% de créditos sobre el total en lo referente a materias que tienen una total orientación profesional. La encuesta que se realizó a los alumnos abordaba 5 cuestiones relacionadas con este aspecto.

La orientación profesional de nuestros alumnos queda bien valorada en los aspectos de despertar inquietudes emprendedoras, nivel de aportación de experiencia profesional y formación en habilidades de gestión directiva, siendo mejorable la valoración sobre la oferta de prácticas de empresa y actividades de orientación profesional y personal. Es necesario considerar que el grado de participación de los alumnos de la titulación en la encuesta fue de un 19% en el título GRPUB y un 25% en DTGRPUB

Propuestas de Mejora al Indicador Ya existe una Mejora identificada en el Informe de Orientación Profesional de Grado del curso 2012/2013 (Objetivo 3) para mejorar cuestiones detectadas en las valoraciones de las encuestas. Ver informe:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-orientacion-profesional-grado-20122013.pdf>

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13
ESIC Business & Marketing School

3.5.1 Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación

Nº Créditos con 100% Orientación Profesional por Titulación y % de Nº de créditos

	Curso	2011/12	%	2012/13	%
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)	1º	6	8%	6	8%
	2º	0	0%	0	0%
	3º	0	0%	0	0%
	4º			30	36%
Total (GRPP)		6		36	
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (Titulación Oficial - URJC) + Título Superior en Marketing (ESIC). (GRPP+TSMK)	1º	9	12%	9	12%
	2º	9	12%	9	12%
	3º	7,5	11,1%	7,5	11,1%
	4º			33	40%
Total (GRPP+TSMK)		25,5		58,5	

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El porcentaje de estas materias sobre el total de cada año aumenta en las Dobles Titulaciones respecto al Grado simple. Es a partir del 2º curso cuando ya la Orientación Profesional recibe una carga muy superior en la Doble titulación, destacando especialmente el 5º año de carrera, tanto para los de la URJC como de la UMH, el Plan de Estudios incluye un 5º curso cuya Orientación Profesional es la casi la totalidad de sus Créditos.

La Orientación Profesional es de vital importancia, en este sentido, su desarrollo adecuado en todos los programas de ESIC, se desarrolla de tal forma que permite una mayor cercanía del aprendizaje de materias hacia la realidad empresarial.

En el área de grado de ESIC, la empleabilidad y el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos es un objetivo estratégico en un doble sentido. Por un lado, dotando a los alumnos de todos los conocimientos y herramientas necesarias para que mejoren su empleabilidad, y tengan un mejor desarrollo profesional, y por otro lado, ayudándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y Bolsa de Empleo, bien en la asistencia al alumno en la búsqueda de su primer empleo, en el caso de los jóvenes recién titulado sin experiencia profesional, o bien a través de prácticas en empresas para que desarrollem su carrera profesional, para aquellos alumnos con experiencia profesional.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Mayor participación de los alumnos en la respuesta de las encuestas.

Causa: Mejora necesaria en el grado de respuesta de los alumnos a dichas encuestas de satisfacción.

Acciones a Desarrollar: Cambio en la Plataforma y Programación de dichas Encuestas.

Responsables: Dirección Académica y Unidad de Calidad

Tiempo Realización: 13/14

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.003

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

3.6 Prácticas Profesionales

Dentro de la organización de ESIC figura el departamento de Prácticas Profesionales, que constituye uno de los enlaces naturales de la Escuela con la realidad empresarial. Las Prácticas externas constituyen una actividad de carácter formativo a realizar por los estudiantes con la supervisión de ESIC.

Las prácticas externas tienen como objetivo permitir a los estudiantes aplicar de una forma profesional los conocimientos adquiridos en su formación académica. Los estudiantes podrán de este modo conocer la metodología de trabajo, desarrollar competencias y obtener una experiencia práctica que les facilite su inserción en el mercado de trabajo.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado: Prácticas profesionales / Prácticas Externas

	2012/13
Nº Alumnos en prácticas No Curriculares durante el curso académico	72
Nº Alumnos en prácticas Curriculares durante el curso académico	98
Total Alumnos en Prácticas	170

Fuente Dpto. de Prácticas de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Trabajamos con un número elevado de alumnos realizando prácticas, tanto curriculares de 4º curso como las no curriculares en su tercer año de carrera. El total de alumnos en prácticas alcanzó los 170. Al no disponer de datos del año 2011/2012 no se puede valorar el incremento o reducción el número de prácticas, pero si podemos concluir que el número final de alumnos realizando prácticas es mayor al esperado.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.7 Inserción laboral de los egresados

Para el análisis de la inserción laboral de los egresados de la titulación se realiza en distintas vías. Por un lado a través del **Dpto. de Carreras Profesionales del Campus** desde donde se hace un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de egresados de la titulación. Por otro lado se realiza una **Encuesta de Inserción laboral a los egresados**, donde se valora no solo la trayectoria profesional del egresado antes, durante y después de la finalización del Título sino también el nivel de importancia y aplicabilidad de la formación recibida en el Título (Política de Inserción Laboral de ESIC).

Además, el Dpto. de Carreras Profesionales de ESIC realiza un seguimiento de los nombramientos que se van produciendo por los egresados de las titulaciones de ESIC.

Todos los resultados de las vías de análisis de la inserción laboral se realizan seguimiento por la Comisión de Titulación.

La información pública sobre el Dpto. de Carreras profesionales se encuentra en:
<http://www.esic.edu/grado/bolsa-trabajo/>

Podemos ver sus actividades más significativas para el Título en la web:
<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Apartado Atención al antiguo alumno / Carreras profesionales

Los resultados sobre la Encuesta de Inserción Laboral están previstos para el curso 2013/2014.

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación se listan las publicaciones de la revista durante el 2012/2013:

2012

Número 22. Marzo de 2012 <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/12826&lng=es>

Número 23. Junio de 2012 <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/14449&lng=es>

Número 24. Septiembre 2012

<http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/15793&lng=es>

Número 25. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/17041&lng=es>

2013

Número 26. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/18371&lng=es>

Número 27. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/19771&lng=es>

Número 28. <https://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/21223&lng=es>

3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

Pendiente de recibir los datos de la encuesta de satisfacción de los egresados.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se puede concluir que existe un numeroso grado de egresados que consiguen puesto intermedios de responsabilidad, en las diferentes áreas de la empresa.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Poner en marcha una plataforma de encuestas para la Inserción Laboral el año 2013/2014 y recibir ya así el primer informe de inserción laboral de egresados con este sistema.

Causa: Mejorar el seguimiento de la actividad

Acciones a Desarrollar: Reuniones de las áreas implicadas para la puesta en marcha

Responsables: Vicedecano de Grado ESIC y Miembros de la Comisión de la Titulación y Directores de Áreas implicadas (Marketing y Calidad)

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.004

3.8 Otros

Desde ESIC se pone a disposición del alumno algunas becas y ayudas para facilitar la financiación de sus estudios.

<http://www.esic.edu/grado/becas-ayudas/>

3.8.1 Premios a la Excelencia

Durante el curso se ha implementado el documento que recoge los criterios y los procesos de los tres niveles de premios establecidos, toda la labor de comunicación para todos los Campus, las decisiones de los Jurados, así como el protocolo de entrega en las diferentes Graduaciones.

Se ha llevado a cabo un excelente trabajo de equipo, impulsado por el equipo de Grado que lo ha pilotado, y con el apoyo del departamento de Marketing, así como de la Coordinación Académica de cada Campus.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Los excelentes resultados demuestran que tenemos un buen número de alumnos excelentes, y que los Premios han sido bien recibidos, tanto internamente como, sobre todo, a nivel de los propios alumnos y de los padres de los mismos.

Para el curso 2013/2014 se está trabajando en una actualización de los criterios de adjudicación de los Premios y del proceso de avales de los profesores, así como en los procesos de comunicación de los Premios.

<http://www.esic.edu/premioexcelencia>

3.8.2 Seguimiento muy cercano alumnos 1ºy 2º Cursos

Contamos con el Plan de Acción Tutorial. Sistematizando de forma eficaz las tareas de los Tutores. Actualización de Normas Académicas sobre la Disciplina en clase, con su correspondiente reflejo en la Guía Académica.

A lo largo del curso también se llevaron a cabo Cursos de Refuerzo, sobre todo, para las asignaturas cuantitativas. También se realizó el Curso de Refuerzo entre Convocatorias, con la vista puesta en los Exámenes de la Convocatoria Extraordinaria.

La experiencia del “Alumno-Guía”, para mejorar hábitos de estudios ha tenido buenos resultados, y se va a ajustar para el curso que viene.

Se ha estado preparando un Manual de Bienvenida para Nuevos Alumnos, estando previsto disponer del mismo a finales de agosto.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado: Atención al estudiante / acogida, cursos cero y tutorización académica

3.8.3 Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios

Se ha notado un incremento significativo tanto en el número de alumnos participantes, como en la calidad de los trabajos presentados en las diferentes convocatorias.

Los más destacados son: CAREM, INICIATIVA EMPRENDEDORA, ESICREA, etc.

Ver Memoria de ESIC 2012 (<http://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2012-version-espanol.pdf>)

3.8.4 Aula Multimedia

Durante este curso se han celebrado 14 seminarios, con 155 alumnos. También, por primera vez, se ha permitido la inscripción de personas de fuera de ESIC, a un precio ligeramente superior que para los alumnos y antiguos alumnos de la escuela.

Se mantienen 3 actividades: Seminarios de especialización en programas multimedia (photoshop, premiere, indesign,e illustrator), Prácticas de alumnos en el plató y Taller multimedia de trabajos avanzados.

3.8.1 Study Tour China

Ante la insuficiente demanda se decidió no realizarlo.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado Información Académica / Profesorado

4.1 Categoría del Profesorado

Con la plantilla de profesorado de ESIC se puede cubrir la carga docente de los cursos de este Título, y el número de horas que requieren presencia y/o participación de profesores/as para la correcta realización de las actividades formativas previstas.

Los datos pertenecientes al profesorado del Título son:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

Apartado: Información Académica / Profesorado

Perfil Profesorado

	2011/12	2012/13	Variación
Total Profesores de la Titulación	50	48	-4%
Licenciados/Ingenieros	50	48	-4%
Doctores	21	21	0%
Doctores Acreditados	15	13	-13%
Tasa % Doctores Acreditados	71%	62%	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En lo referente al número total de profesores para esta titulación se ha mantenido en número cercano al año anterior viéndose reducido únicamente en 2 profesores de 50 a 48. El número de doctores en el Título se ha mantenido constante y se sitúa en el 44% de profesores del Título, y doctores acreditados se han reducido en 2 personas.

Se mantiene un número adecuado de profesores y se asegura la continuidad de aquellos que son doctores por lo que se continúa en unos niveles del profesorado bastante adecuados.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

4.2 Actividad investigadora

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año 2012/2013 en la Memoria de Investigación:

http://www.esic.edu/pdf/memoria_investigacion_2012-2013_new.pdf

Los Proyectos de Innovación y Mejora Docente por parte del profesorado de ESIC a nivel nacional son:

DATOS DEL PROFESORADO DE ESIC

	2011/12	2012/13	Variación
Nº Notas Técnicas Publicadas	8	9	12,5%
Nº Libros de texto/prácticas publicados	39	12	-69,2%
Nº Casos de Estudio	12	8	-33,3%
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	30	36	20%

*Datos del profesorado ESIC a nivel nacional. Fuente Dpto. Investigación de ESIC

A continuación se listan los datos referentes a la Investigación del profesorado:

	2011/12	2012/13	Variación
Nº artículos publicados en Revistas científicas Nacionales	5	14	180%
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	5	14	180%
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	15	18	20%
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	16	18	12,5%
Nº Proyectos de Investigación Aprobados	2	2	0%

*Datos del profesorado ESIC a nivel nacional. Fuente Dpto. Investigación de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El número de todos los proyectos de investigación aprobados no ha sufrido ninguna variación de un año a otro, pero por otra parte la Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente se ha visto aumentada en un 20% en este año. Los casos de estudios y libros de texto han visto reducido su número de publicaciones en el curso 12/13.

Por otro lado, los artículos publicados y el número de comunicaciones se han visto incrementado en porcentajes que van desde el 12 hasta el 180% sus números.

La labor del departamento de Investigación en ESIC continúa facilitando y apoyando a los profesores en su actividad investigadora. El objetivo de mejorar individual e institucionalmente, tanto en los resultados propios de la investigación como en los procesos docentes está dando unos resultados adecuados.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

4.3 Calidad del Profesorado

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado, marcándose cuatro objetivos específicos, y un indicador de seguimiento.

En el curso 2012/13 se implanta un nuevo cuestionario bajo criterios Docentia de ANECA.

- Vinculación y Cualificación Académica: En Valencia este curso se continúa con un proceso de contratación de 12 profesores de Dedicación Exclusiva y 8 de Dedicación Plena.
- Incremento del sentido de fidelización del Profesorado:
 - Jornadas Anuales de Departamentos/Cursos de Verano.
 - Realización de 5 Jornadas Departamentales.
 - El número de asistentes totales asciende a 135. Y los inscritos hasta ahora al Workshop de septiembre son 30.
 - Celebradas en la primera quincena de julio 2013, salvo la Jornada Anual de MKT que es en septiembre 2013.
 - El Departamento de Idiomas mantiene dos reuniones al año, una en Madrid con los Responsables de Campus, y otra en cada Campus, con los profesores correspondientes.
 - Aprendizaje del Idioma Inglés.
 - Se han establecido, en función de los niveles de responsabilidad, diferentes fórmulas operativas para la formación en inglés del profesorado.
 - Para el Curso 2013/2014 el Área de Idiomas está trabajando en un plan ambicioso, para elevar el nivel de inglés de los equipos directivos y del profesorado.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Mejora continua en la calidad del profesorado con los cuatro objetivos que se marcó ESIC.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

En el curso 12/13 fueron 3 los profesores del Título que han participado en programas de movilidad por ERASMUS, siendo 4 en el año anterior.

	2011/12	2012/13	Variación
Profesores con acuerdos ERASMUS	4	3	-25%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Se podrá ver mayor detalle de la Satisfacción de Profesores en Movilidad en el Informe del año 2012/2013:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-satisfaccion-profesores-movilidad-20112012-y-20122013.pdf>

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

Ver Informe de Infraestructuras año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

5.2 Recursos humanos (PAS)

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en la finalización del curso 2012/2013 fueron:

- Departamento de Humanidades. Se cambió el nombre del anterior departamento de Formación Humana por Humanidades, incorporando a sus materias tradicionales las relacionadas con la Sociología, la Psicología y la Historia.
- Eduardo Gómez, iniciado el curso, asumió las funciones de Director del Departamento Académico de Formación Humana, hasta la fecha dirigido por Simón Reyes Martínez-Córdoba.
- Julio Alard, al inicio del nuevo curso 2013/14, se hará cargo de Director del Departamento Académico de Comunicación, pues la actual Directora, Belén López, redefine sus responsabilidades académicas, priorizando la investigación y la docencia internacional.
- José Manuel Más va a asumir la Dirección del Departamento Académico de Dirección de Empresas, responsabilidad que tenía hasta su fallecimiento Enrique Roldán.
- Daniel del Castillo sustituirá, como Coordinador Nacional de Grado, a Alicia Coronil, que va a desempeñar nuevas responsabilidades profesionales en el “Círculo de Empresarios”, manteniendo su vinculación docente con ESIC.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

- Se analizaron los casos recurrentes de asignaturas en las que el porcentaje de aprobados era inferior al 60% de los alumnos matriculados después de la convocatoria ordinaria y extraordinaria, y se elaboró un informe que incluyó las medidas adoptadas para solucionar la situación por parte del Director del Departamento.
 - En septiembre se hizo el correspondiente informe y se comprobó que se habían reducido el número de asignaturas afectadas.
 - En breve se realizará el correspondiente a 2012/13.
- Breve informe sobre las posibilidades de incrementar la impartición de asignaturas, cursos y titulaciones en inglés.
- Mantener o mejorar el porcentaje de carga lectiva impartida por profesores doctores en las Titulaciones Oficiales, para lo que se precisa que al menos una de cada dos nuevas contrataciones sean profesores con la titulación de Doctor. Adicionalmente, la mayoría de los nuevos profesores contratados tendrán un nivel alto de inglés. Grado de cumplimientos: 100% (en el Campus de Pozuelo).
- Fomento de la Iniciativa Emprendedora en Grado:
 - Se creó una Comisión específica, que participó en los trabajos para las Jornadas de Salamanca, y en su desarrollo posterior, y que está representada en ESIC Emprendedores.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

- En el ámbito Institucional de ESIC, nos hemos incorporado a ESPAÑA EMPRENDE y hemos establecido relaciones con MADRID EMPRENDE.
- En el contexto de ESIC Emprendedores, se va a remodelar el Premio a la Mejor Iniciativa Emprendedora, para hacerlo más atractivo, contando con el apoyo e impulso de los profesores relacionados.
- En los Trabajos Fin de Grado se ha incorporado un nuevo tema en las diferentes carreras, para que en todas exista la posibilidad de desarrollar Iniciativas Emprendedoras, y para que los profesores de los departamentos implicados estén alineados con el refuerzo de esta Iniciativa.

Actividades Singulares

- Igual que en año anteriores, solo se contemplan las más relevantes que no se hayan citado en los apartados anteriores, excluyendo aquellas que se engloban y recogen en la Memoria de Investigación, elaborada por la Dirección del Departamento de Investigación (Artículos, Casos; Congresos, Libros,...).
- En términos generales, tan sólo se cita la actividad sin reflejar el departamento que la ha realizado.
- Las actividades singulares se han agrupado en dos niveles, en función del enfoque principal al que se orientan: Internas y Externas.

Actividades Internas

- 2º Encuentro Anual de profesores del Departamento de Dirección de Empresas (Valencia, julio 2013).
- Dirección y Desarrollo de la Sección de Arte y Cultura (ESIC Alumni).
- Cursos de refuerzo para Alumnos.
- Cursos de Verano para profesores.
- Participación de directivos / profesionales / empresarios en clase y / o en conferencias especiales.
- Actividades de Outdoor Training.
- Dirección de Tesis Doctorales, así como participación en Tribunales de Tesis Doctorales.
- Creación de un Foro de Debate, mensual, sobre temas Sociales y Ética.

Actividades Externas

- Iniciativa Emprendedora en Grado. En el contexto del lanzamiento de la Unidad “ESIC Emprendedores” se contemplaron unas inversiones, ya aprobadas, para potenciar los Premios a la Iniciativa Emprendedora y los Premios a los mejores TFG con temática emprendedora, así como para mejorar la cualificación de los profesores relacionados.
- 9ª edición Premios ESIC-CREA (Aldeas Infantiles).
- 9ª edición Premios Plan de Marketing en el Sector Hotelero (CAREM)
- 5ª edición Premio ESIC a la Iniciativa Emprendedora (Caixa / Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid).
- Organización y Coordinación de la 6ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Marketing (AEDEM 13).
- Organización y Coordinación de la 6ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Administración de Empresas (AEDEM 13).
- Coordinación actividades de ESIC con la Asociación de Marketing de España.
- Coordinación actividades de ESIC con la Asociación Española de Marcas Renombradas, y en el Foro de Marcas Renombradas (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

- Participación en "Hoy es Marketing".
- Concurso Marketing Predator, en Facebook.
- Participación en el THINK TANK de ESIC.
- Dirección y Organización actividades de Voluntariado ESIC.
- Participación en el Jurado en los Premios Nacionales de Marketing, otorgados por la Asociación de Marketing de España (2012).
- Dirección Técnica en los procesos de Acreditación y Evaluación del personal de CAJAMAR.
- Colaboración con el Instituto de Investigación GFK, para la realización de conferencias mensuales sobre Investigación de Mercados, así como la edición de un libro.
- Participación en el Diccionario de Términos Económicos y Financieros de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras (Área de Marketing).
- Revistas Científicas de ESIC.
- Editor en ESIC Market.
- Dos nuevos números (7 y 8) editados en aDResearch ESIC.
- Elaboración de artículos periódicos para diferentes medios de comunicación.

7 GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN

ESIC pone a disposición de sus grupos de interés los resultados de su Sistema de Calidad. Dichos resultados se ofrecen en formato institucional y de titulación.

Los resultados se agrupan en un **Informe Anual** con alcance Global o Área o Titulación. El Informe analiza el grado de desarrollo y cumplimiento de Objetivos, además de las mejoras llevadas a cabo y las propuestas para el siguiente curso académico.

En el Informe se incorporan como Anexo, las Actas de las reuniones realizadas por las comisiones o grupos de interés involucrados en el alcance.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-titulaciones.php>

7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos)

ESIC cuenta con la totalidad de los procedimientos implantados y validados en su diseño por AUDIT. A continuación se muestra Mapa de Procesos del Sistema de Calidad de ESIC según las Directrices AUDIT para las áreas de alcance de AUDIT (Grado y Postgrado).

<http://www.esic.edu/calidad/mapa-de-procesos-audit.php>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Todo el Sistema de Garantía de Calidad refleja como filosofía de trabajo la Mejora Continua. Ya en el 2006 se lanzó un Proyecto de Mejora Continua, que tenía por objetivo articular en ESIC los procesos y recursos suficientes para implantar una Política de Calidad hacia la Excelencia y ya eso marcó un camino a seguir.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

El Proyecto de Mejora, enmarcado en un Sistema de Garantía de Calidad de ESIC (SGC-ESIC), tiene como propósito articular los objetivos de calidad. En este sistema se establece cómo ESIC utiliza sus órganos, reglamentos, criterios, procesos, etc. para mejorar la calidad de sus Títulos, la selección y promoción de su profesorado, la planificación y el desarrollo o los resultados del aprendizaje y también cómo implicar a diferentes grupos de interés en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de sus actividades formativas.

Ver los resultados del Sistema de Calidad de ESIC en Informe de Revisión del Sistema de Calidad anual que se encuentra publicado en la web www.esic.edu en el Apartado Garantía de Calidad/Institucionales.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.2 Políticas

Las políticas que han sufrido modificaciones han sido:

- POLÍTICA DE LA NORMATIVA GENERAL DE EXÁMENES DE ESIC GRADO ED- 3. **3/1 septiembre 2012**
Se actualizan fechas y convocatorias. Se elimina la opción coincidencias. Se propone convocatoria excepcional para Programa Privado. Convocatorias especiales. Se normaliza para todos los campus de grado.
- POLÍTICA DE LA NORMATIVA GENERAL DE EXÁMENES DE ESIC GRADO ED- 4. **4/5 noviembre 2012**
Se especifica el procedimiento de entrega de los exámenes del Profesor al Coordinador Académico de Campus, en el caso de Campus distintos a Pozuelo.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las Políticas se han ido adecuando a las necesidades o especificaciones concretas que han ido surgiendo, en el desarrollo de las actividades afectadas por dichas políticas.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.3 Comité Académico de Titulación

La Comisión Académica de Titulación de Grado o Posgrado es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación.

Podrá verse más información en la web:

<http://www.esic.edu/pdf/comisiones-de-titulacion-esic-grado-13-14-ed-0.pdf>

A continuación se describen las **Actas de las Reuniones** realizadas por el Comité con: revisión de temas pendientes, temas tratados y mejoras propuestas.

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

Acta de Reunión de Comisión de Garantía de Calidad de Área Grado

Fecha: 27/02/2013. 15:30/16:30

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

Segundo Huarte (Vicedecano de Grado); Anabel Arana (Coordinadora Grado)

Ramón Gómez (Adjunto a la Secretaría General); Mª Cruz Gallego (Secretaría Grado)

Profesores/Tutores: Alicia Coronil, Luis Sánchez- Villa; Julio Alard y Ruth Fernández

Alumnos por Titulación: Alexander Cuming y Sandra Sofía Blasco (TSDMK)

Ricardo Sola y Patricia Susino (ADE)

Marta Martín y Juan Molina (GRRPP)

Javier Alcahuza y Lorena Santos (GMK)

Unidad de Calidad: Gracia Serrano; María Baldonedo y Teresa Freire

Temas a tratar:

Revisión de temas propuestos en la Reunión del Comité del 2011/2012:

Propuestos en el curso 2011/2012:

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha realización)

- Evitar, en la medida de lo posible, programar dos horas juntas de la misma asignatura el mismo día - Adjunto a la Secretaría Genera - Curso 2012/13. Se ha realizado.
- Disponer del calendario de exámenes en ambas convocatorias (Diciembre y abril/mayo) con suficiente antelación - Adjunto a la Secretaría Genera - Curso 2012/13. Se ha realizado.
- Mejorar/aclarar a principio de curso la comunicación de la actividad y funciones del tutor respecto a los alumnos. - Vicedecano de Grado - Curso 2012/13. Se ha realizado.

Los **temas nuevos a abordar en esta reunión**, después de haber recibido las sugerencias, serían los siguientes:

1.- Comunicación y seguimiento de las mejoras propuestas por delegados/alumnos

ACCIONES PROPUESTAS: Comunicación de Dirección Académica a los Delegados sobre los temas propuestos, cuales son aceptados y gestionados y cuales son rechazados. Así mismo, los Delegados comunicarán esta información a sus grupos. Comunicar a los Delegados, la necesidad de informar a su grupo de los temas tratados y las conclusiones a las que se haya llegado. Cerrar las reuniones con conclusiones sobre las mismas.

Igualmente, podrán informarse del seguimiento de las acciones tomadas en Coordinación.

2.- Política disciplinaria

ACCIONES PROPUESTAS: El Vicedecano insistirá con los profesores en la necesidad de mantener esta disciplina mediante la comunicación a través de los canales establecidos (Comunicación a Departamentos). En la actualidad se está elaborando la Política Disciplinaria de ESIC por parte de una Comisión creada en el Comité de Directores de Departamento.

3.- Planificación de tareas/calendario: clases; trabajos de clase; prácticas; etc

A.- Documentaciones Colgadas en la intranet erierte por los profesores **ACCIONES PROPUESTAS:** Se solicitará a los profesores, en los casos factibles, que intenten colgar todas las documentaciones juntas o intentar dar bloques de documentación si es posible, con más antelación que en la actualidad.

B.- Trabajos de Curso/Asignatura **ACCIONES PROPUESTAS:** Se propone que los delegados de cada grupo, de manera informal, sean los responsables de organizar el cronograma para el grupo (organizar fechas de actividades) donde vayan reflejando cada actividad. De esa forma el grupo tendrán un calendario que les permitirá estar más organizados con los profesores.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

C.- Calendario de Exámenes: ACCIONES PROPUESTAS: Desde inicio de curso se recomendará a los alumnos leer con atención y profundidad el calendario académico para conocer los diferentes períodos lectivos y de exámenes existentes.

ACCIONES A EMPRENDER 2013/2014 RESPONSABLE/ ACCIÓN / PLAZO

- Vicedecano de Grado
- Comunicación de Dirección Académica a los Delegados sobre los temas propuestos, cuales son aceptados y gestionados y cuales son rechazados. Así mismo, los Delegados comunicarán esta información a sus grupos - Curso 2013/14.
- Vicedecano de Grado/Directores de Departamento
 - Elaboración de la Política Disciplinaria de ESIC por parte de una Comisión creada en el Comité de Directores de Departamento - Curso 2013/14
- Vicedecano de Grado/Tutores

Se propone que los delegados de cada grupo, de manera informal, sean los responsables de organizar el cronograma para el grupo (organizar fechas de actividades) donde vayan reflejando cada actividad. De esa forma el grupo tendrán un calendario que les permitirá estar más organizados con los profesores. - Curso 2013/14

Análisis de Datos y Conclusiones:

Cada Titulación tiene una Comisión formada tal y como indica ESIC en su web dentro del apartado de Garantía de Calidad y Seguimiento del Título.

Es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación. Tiene como fin promover la mejora continua del programa buscando su excelencia mediante el cumplimiento de sus funciones.

Ha realizado funciones de seguimiento de propuestas del curso académico anterior, y ha propuesto nuevos temas a desarrollar para el curso 2013/2014.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede. (Ver Actas de Comisión)

7.4 Reuniones otros equipos

Tutores

A continuación se describen las Actas de las Reuniones realizadas por el Equipo de Tutores incluyendo revisión de temas pendientes, temas tratados y mejoras propuestas.

Acta 1

Fecha: 27/09/2012

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Responsable de Calidad del Área: Teresa Freire

Otros invitados: los 2 Coordinadores Académicos, 12 Tutores.

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

- Aprobación del acta anterior (10.07.2012)

Nuevos temas tratados:

Valoración positiva del trabajo de los tutores y estudio del comportamiento de los alumnos y normas de ESIC.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Se reflejaron datos de las matriculaciones del año académico y del voluntariado de la escuela. Por último también se hizo hincapié en la cercanía con los alumnos de primer curso y el apoyo que podían ser los Alumno-Guía.

Conclusiones:

Se están haciendo las cosas bien en todo lo relacionado con el alumno de la escuela, se tratan temas por todos los asistentes y todo se refiere al convencimiento de que este es el camino para mejorar las relaciones del alumno con ESIC.

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha de realización)

- Se trabaja en propuestas para mejorar el ratio de aprobados en aquellas asignaturas donde el número de éstos está por debajo del 60%.
- Lanzamiento de "Premios a la Excelencia" para premiar el desarrollo académico de los alumnos de ESIC. Existen tres categorías de premios y las bases se colgarán en ERIETE. Al mismo tiempo, se está elaborando una guía para que los tutores informen a los alumnos sobre estos premios.
- Puesta en marcha de los cursos "0" para reforzar las asignaturas de Matemáticas.
- Seguir trabajando en la reducción de la tasa de abandono por parte del alumnado. Como novedad, a partir del curso 2012/13, todo alumno que desee abandonar sus estudios en ESIC deberá hablar previamente con Coordinación Académica o con su Tutor. Sin este requisito, no se hará efectiva la baja del alumno en Secretaría.
- Aumentar el sentido de pertenencia del profesor en ESIC. Para ello, entre otras actividades, se realizará una encuesta de satisfacción del profesorado al final del curso 2012/13.

Acta 2

Fecha: 12/02/2013

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Responsable de Calidad del Área: Teresa Freire

Otros invitados: Anabel Arana, 11 tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

- Aprobación del acta anterior (27.09.2012)

Nuevos temas tratados:

Se destacaron temas relevantes de la reunión de Decanos de EFMD en Estambul y el "Open Day" celebrado en ESIC.

Otros temas tratados fueron los alumnos ERASMUS, el cambio de metodología de la encuesta de profesores, plan de Acción Tutorial, elaboración de un documento sobre la empleabilidad.

También se trataron temas sobre alumnos gracias a la información recopilada por los tutores y se destacó la importancia del inglés tanto para alumnos como para profesores.

Conclusiones:

Felicitaciones a los tutores por su labor durante el curso, este seguimiento que hacen sirve para que los alumnos no se vean solos en sus primeros años de carrera.

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha de realización)

No procede.

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

Acta 3

Fecha: 16/07/2013

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Responsable de Calidad del Área: Teresa Freire

Otros invitados: Anabel Arana, Javier Uruñuela, 11 tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

- Aprobación del acta anterior (12.02.2013)
- Se entregó en su momento el Plan de Acción Tutorial
- Incorporación normas de disciplina que se incluirán en las Guías Académicas

Nuevos temas tratados:

Se informa sobre las matriculaciones hasta la fecha, se felicita por los Cursos de Verano para tutores, simplificamos la normativa y operatividad en cuanto a los pase de curso y valoramos los Premios a la Excelencia como un éxito.

La escuela elabora un Manual de Bienvenida para los nuevos alumnos y fija fecha para el Claustro de profesores. Del mismo modo se diseña un programa para los alumnos con problemas en los hábitos de estudio.

Los syllabus sufren una actualización conforme a los requerimientos exigidos por ANECA y DOCENTIA.

Comentarios y datos por parte de los tutores de sus grupos y expulsiones por parte de la escuela a alumnos problemáticos

Conclusiones:

- Felicitaciones a los tutores por su labor durante el curso, y les recuerdan la importancia de los profesores en lo referente al grado de autoridad ante los alumnos.

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha de realización)

No procede.

Delegados

Las actas están en el Área Académica de Grado Responsabilidad del Vicedecano de Grado.

7.5 Evaluación del Aprendizaje

La Evaluación Continua se ha homogenizado bastante, asumiéndose por todos que se aplica tanto en la Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria.

- Se actualizó y homogenizó toda la normativa académica para la Evaluación Continua, estableciéndose el correspondiente Documento, distribuido a nivel departamental, y de cumplimiento obligatorio.
- Se han establecido 11 fórmulas alternativas, combinando las Pruebas Escritas, Trabajos Obligatorios y Participación Activa. Cada Director de Departamento, junto con el Coordinador de la Asignatura y los diferentes profesores, deben decidir cuál de las alternativas se utiliza en la asignatura.
- La Evaluación Continua implica más trabajo para el profesor, también para los alumnos, pero genera, a su vez, muchos mejores resultados académicos.
- Iniciativas para Asignaturas con <60% y <40% Aprobados.

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

- Se ha constatado que cada año desciende el número de asignaturas con bajos índices de aprobados.
- En los Grados Oficiales las estadísticas están por debajo del 7%, mientras que en el Título Propio nos encontramos con ratios del 28%. En total Grado existe un 12%, 3 puntos menos que hace un año (15%).
- Los departamentos afectados propusieron y llevaron a cabo iniciativas para mejorar los resultados académicos.
- También se estuvo trabajando un plan de recuperación de asignaturas pendientes de planes anteriores, con buenos resultados en Zaragoza, y, también en Pozuelo, aunque en este último Campus, con buenos resultados solo para alumnos muy concretos.

7.5.1 Análisis Evaluación del Aprendizaje

2011/12			2012/13		
TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO
94,32%	92,66%	87,39%	92,20%	93,30%	86,00%

Fuente Secretaría General de ESIC

7.5.2 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)

Curso	Asignatura	T RENDIMIENTO	T SUPERACIÓN	T PRESENTACIÓN
1	Estructura Social Contemporánea	81,8	87,8	93,2
1	Fundamentos de la Publicidad	86,7	93,6	92,6
1	Fundamentos de las Relaciones Públicas	84,8	92,9	91,3
1	Historia del Mundo Actual	63,5	71,6	88,6
1	Lenguaje en la Publicidad y la Empresa	93,5	95,6	97,8
1	Marketing	72,8	76,5	95,2
1	Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información	81,5	90,2	90,4
1	Principios de Economía	78,9	90,2	87,5
1	Teoría de la Información	76,4	84,5	90,4
1	Teorías de la Comunicación	94,4	96,7	97,6
2	Derecho de la Comunicación	98,0	100,0	98,0
2	Dirección de Comunicación	95,9	100,0	95,9
2	Documentación Informativa	89,7	90,3	99,3
2	Estrategias Creativas en Publicidad	92,8	97,3	95,4
2	Idioma Moderno (Inglés IV)	84,0	94,4	88,9
2	Lenguaje y Tecnologías Audiovisuales	79,2	89,9	88,1
2	Organización y Administración de Empresas	94,3	99,3	95,0
2	Planificación Estratégica Publicitaria	86,3	88,6	97,4
2	Principios Jurídicos Básicos: Deontología Profesional e Igualdad	82,1	86,7	94,7
2	Sociología del Consumo	88,6	92,3	96,0
3	Comunicación Multimedia	94,1	100,0	94,1
3	Creatividad en la Elaboración del Mensaje Publicitario	94,3	98,3	95,9
3	Diseño Gráfico y Dirección de Arte	85,0	95,0	89,5
3	Empresa Publicitaria y Gestión de Cuentas	84,0	91,7	91,6

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

Curso	Asignatura	T RENDIMIENTO	T SUPERACIÓN	T PRESENTACIÓN
3	Estructura del Sistema de Medios	83,6	88,9	94,0
3	Gestión de la Comunicación	93,3	98,2	95,0
3	Investigación de Audiencias y Planificación de Medios	91,1	95,8	95,2
3	Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas	93,5	99,1	94,3
3	Procesos Periodísticos y Relaciones con los Medios	88,1	96,3	91,5
3	Técnicas y Recursos de Relaciones Públicas	93,4	97,4	95,9
4	Estadística Aplicada a la Comunicación	81,6	94,7	86,2
4	Métodos de Investigación en Comunicación	77,9	89,3	87,2
4	Prácticas Externas	88,8	100,0	88,8
4	Proyecto Fin de Grado	67,0	100,0	67,0
4	Psicología de la Comunicación	87,4	100,0	87,4
4	Publicidad Interactiva	89,8	100,0	89,8
4	Seminarios de Informática (Reconocimiento de Créditos)	78,7	90,9	86,5

Fuente Secretaría General de ESIC

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

7.5.3 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No Presentados	Presentados
1	Estructura Social Contemporánea	132	108	24	9	123
1	Fundamentos de la Publicidad	135	117	18	10	125
1	Fundamentos de las Relaciones Públicas	138	117	21	12	126
1	Historia del Mundo Actual	167	106	61	19	148
1	Lenguaje en la Publicidad y la Empresa	138	129	9	3	135
1	Marketing	125	91	34	6	119
1	Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información	135	110	25	13	122
1	Principios de Economía	128	101	27	16	112
1	Teoría de la Información	157	120	37	15	142
1	Teorías de la Comunicación	124	117	7	3	121
2	Derecho de la Comunicación	147	144	3	3	144
2	Dirección de Comunicación	148	142	6	6	142
2	Documentación Informativa	145	130	15	1	144
2	Estrategias Creativas en Publicidad	153	142	11	7	146
2	Idioma Moderno (Inglés IV)	162	136	26	18	144
2	Lenguaje y Tecnologías Audiovisuales	168	133	35	20	148
2	Organización y Administración de Empresas	141	133	8	7	134
2	Planificación Estratégica Publicitaria	153	132	21	4	149
2	Principios Jurídicos Básicos: Deontología Profesional e Igualdad	151	124	27	8	143
2	Sociología del Consumo	149	132	17	6	143
3	Comunicación Multimedia	119	112	7	7	112
3	Creatividad en la Elaboración del Mensaje Publicitario	122	115	7	5	117
3	Diseño Gráfico y Dirección de Arte	133	113	20	14	119
3	Empresa Publicitaria y Gestión de Cuentas	131	110	21	11	120
3	Estructura del Sistema de Medios	134	112	22	8	126
3	Gestión de la Comunicación	119	111	8	6	113
3	Investigación de Audiencias y Planificación de Medios	124	113	11	6	118
3	Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas	123	115	8	7	116
3	Procesos Periodísticos y Relaciones con los Medios	118	104	14	10	108
3	Técnicas y Recursos de Relaciones Públicas	121	113	8	5	116
4	Estadística Aplicada a la Comunicación	87	71	16	12	75
4	Métodos de Investigación en Comunicación	86	67	19	11	75
4	Prácticas Externas	98	87	11	11	87
4	Proyecto Fin de Grado	97	65	32	32	65
4	Psicología de la Comunicación	87	76	11	11	76
4	Publicidad Interactiva	88	79	9	9	79
4	Seminarios de Informática (Reconocimiento de Créditos)	89	70	19	12	77

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las tasas relevantes en la evaluación del aprendizaje no han sufrido modificaciones considerables al no alcanzar variaciones de más del 2%. Las asignaturas con mayor tasa de rendimiento fueron Derecho de la Comunicación, Dirección de Comunicación y Teorías de la Comunicación, las cuales alcanzaron un índice de aprobados destacado. Historia del Mundo Actual y Proyecto Fin de Grado fueron asignaturas que obtuvieron una menor tasa, pero se mantienen cercanas al 65%.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

7.6 Gestión de sugerencias y reclamaciones

El Proyecto de Mejora Continua en ESIC es un proyecto que implica a todos, desde los estudiantes/participantes, profesores, empresas, personal de ESIC, proveedores, etc., a todos los grupos de interés vinculados con ESIC.

http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php

Proceso de reconocimiento y sugerencias: http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf

Algunas de las mejoras llevadas a cabo en ESIC y surgidas a través o bien del Buzón Virtual, o de las propias reuniones de mejora del área por parte de los alumnos, se exponen a continuación:

7.6.1 Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)

Reconocimientos

		2011/12	2012/13	Variación
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	0%
	Nº Felicitaciones	0	0	0%
	Nº Quejas	0	0	0%
Área Gestión	Nº Sugerencias	0	1	100%
	Nº Felicitaciones	1	0	-100%
	Nº Quejas	3	1	-66,6%
TOTAL	Nº Sugerencias	0	1	100%
	Nº Felicitaciones	1	0	-100%
	Nº Quejas	3	1	-66,6%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

No se han gestionado un número elevado de sugerencias, quejas ni felicitaciones, pero todas las que fueron recibidas se contestaron en los plazos que se reflejan en la Política de Reconocimientos de ESIC.

En general el número de quejas fue reducido en un 66,6%.

Su objetivo es ofrecer un medio de comunicación abierto ininterrumpidamente a todos los grupos de interés, dónde expresar opiniones, iniciativas, propuestas de mejora, en definitiva, cualquier aspecto relacionado con ESIC y desde aquí poder dar respuesta y su explicación a cada una de ellas.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual “Danos tu opinión” entre todos los grupos de interés del Campus.

Causa: No ha existido ninguna solicitud en el 2012/2013.

Acciones a Desarrollar: Acciones de comunicación desde el Área Unidad de Calidad vía mail y vía presentación en aula.

Responsables: Unidad de Calidad y Responsable de Calidad de Campus Valencia.

Tiempo Realización: 13/14

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.001

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13
ESIC Business & Marketing School

7.7 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.7.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

Se ha buscado mejorar el nivel de respuesta de los alumnos en las Encuestas de Satisfacción, por Titulaciones y Campus, con un objetivo y un indicador de seguimiento.

Media global del Titulo 7,5 y de 7,3 para la titulación (GRPUB+TSMK).

El curso donde mejor calificación recibieron fue en el tercer curso donde la evaluación del profesorado alcanzó un 7,7.

Satisfacción con la titulación

Se ha conseguido alcanzar una valoración final cercana al 6 en las encuestas de valoración sobre la titulación, destacándose por parte de los alumnos la Formación Integral y el personal docente que forma parte del programa.

Las infraestructuras alcanzaron un 6 de media y la atención al estudiante es el apartado que debemos revisar al no alcanzado el 5.

La valoración con los resultados fueron muy positivos, lo cual supuso una valoración en las preguntas sobre Expectativas de futuro con ESIC que van del 5,4 al 6,2.

La tasa de respuestas se acercó el 20% en el Grado Oficial y casi al 26% en la Doble Titulación.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Debido al cambio de Modelo de Encuestas cumpliendo con los requisitos del Programa Docentia, se produce una rotura de las series históricas en la evaluación del Profesorado.

Poca y desigual participación. No representatividad de resultados, se debe acotar quien puede contestar y actualizar el cuestionario. Establecer mecanismos para aumentar respuestas de los cuestionarios, según el nuevo Programa Docentia que se implanta en el curso 2013/2014.

Propuestas de mejora al Indicador

Mejora: Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa Docentia (Encuestas de valoración de Docentes)

Causa: Baja participación del alumnado.

Acciones a Desarrollar: Acciones de comunicación y nuevo plan de encuestas bajo nueva plataforma de encuestas.

Responsables: Secretaria General (plataforma), Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 13/14

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.002

7.7.2 Satisfacción de Egresados

ESIC tiene en proceso el lanzamiento de un plan de encuesta para la satisfacción del egresado de 2013/14. Su lanzamiento y recepción de datos permitirá conocer las motivaciones y pensamientos de sus alumnos al salir de la escuela.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Sin datos.

Propuestas de mejora al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

7.7.3 Satisfacción de Personal Docente

En el informe anual de Recursos Humanos se ofrece información más completa sobre estas valoraciones.

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

Durante el curso 2012/2013 se ha diseñado e implementado una prueba piloto de **Encuestas dirigidas a Profesores** de todo el área de Grado, y que se ha desarrollado por una comisión compuesta por dos Directores de Departamento y el Vicedecano.

- La participación ha sido del 62% y no ha habido ningún Campus por debajo del 40%, porcentaje mínimo establecido.
- Se va a remitir a los Campus los resultados, y se comentarán en los diferentes claustros las conclusiones más significativas.
- Consideramos muy positivo el trabajo realizado y la vía que hemos abierto en este ámbito hasta ahora inexistente, así como las opciones de mejoras que nos plantean las respuestas recibidas.

Conclusiones

- Participación del 62%, por encima a la estimada en el diseño de la prueba piloto.
- Elevada desviación típica en varias preguntas, por encima de 2,5, en el campus de Pozuelo. Cualquier resultado con desviación típica superior a 2,0 puede no ser representativo.
- De las 18 preguntas del cuestionario, en media global, 4 están por encima de 8, 7 por encima de 7, 5 por encima de 6 y 2 por encima de 5.
- En el campo A (Profesorado) la media ha sido de 7,2, para el B (ESIC) la media ha sido de 7,4, y en C (Alumnado) la media ha sido del 6,8. La media global se ha situado en el 7,2.
- El trabajo realizado para la prueba piloto se considera bastante positivo y nos permite afrontar con cierta experiencia el proceso formal a realizar con la Plataforma Operativa de ESIC.
- Es importante profundizar en las posibles causas de las desviaciones típicas superiores a 2,0
- Es necesario analizar en detalle los resultados inferiores a 6,5 y actuar en consecuencia.

Encuestas de Satisfacción

Se ha realizado a través del *Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCO 2012)*, recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC, incluido los puestos docentes, y se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Se preguntó sobre tres grandes bloques como son la **calidad laboral**, la **marca empleador** y la **reputación interna** de la empresa.

En lo referente a **calidad laboral**, ESIC obtiene valoraciones siempre superiores al 6 y en algunos casos con notas cercanas al 7,5 siendo la importancia media para los empleados del 8.

La **marca empleador** es el apartado donde la escuela recibe sus mejores calificaciones ya que ronda calificaciones superiores al 8 en casi todas las cuestiones. Más importante aun cuando es uno de los pilares para los empleados.

Quedan reflejados los valores éticos y profesionales de la empresa en la **reputación interna** valorándose con notas que van del 6,75 hasta el 8,3.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

La valoración recibida por el personal docente de la escuela refleja la importancia de mantener un ambiente laboral adecuado donde todos los empleados sientan esa cercanía y buena apreciación de las prácticas que hace su empresa.

La encuesta de clima laboral reflejó el trabajo como muy adecuado y ayudó a detectar indicadores sobre los que seguir trabajando.

Propuestas de mejora al Indicador No procede.

7.7.4 Satisfacción de Personal No Docente

Se ha realizado a través del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCO 2012), recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC, y se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Se preguntó sobre tres grandes bloques como son la **calidad laboral**, la **marca empleador** y la **reputación interna** de la empresa.

En el informe anual de Recursos Humanos se ofrece información más completa sobre estas valoraciones.

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

Como conclusión al estudio MERCO, la **calidad Laboral** refleja la menor importancia que se da al sueldo, aumentado a la vez el desarrollo profesional junto a buenas relaciones con mandos intermedios y las diferentes acciones de conciliación de la vida personal y laboral.

Como **marca empleador**, ESIC recibe en los aspectos de buena imagen y reputación, atracción de talento, recomendación como lugar de trabajo y empresa exitosa en su actividad valoraciones en su mayoría superiores al 8, lo que demuestra lo bien que se están trabajando en estos apartados.

La **reputación interna**, alcanza sus máximas puntuaciones en la identificación con el proyecto empresarial al puntuarse con un 8,5, estando muy cercano a esta nota los valores éticos y profesionales y el orgullo por formar parte de la empresa. Estar rodeados de altos directivos profesionales y con buena reputación y las oportunidades de desarrollo iguales entre hombres y mujeres rondan puntuaciones del 7.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las calificaciones de satisfacción obtenidas del personal no docente de la empresa, muestra buenos datos sobre el día a día en ESIC, incluso mejorando en algunos de los casos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7.5 Satisfacción Agentes Externos

A través de los representantes externos en las Comisiones de titulación, las evaluaciones externas realizadas por ANECA, ACAP, y evaluadores ISO 9001:2008, junto al Consejo Asesor de ESIC, representado por Directivos de Empresas de reconocido prestigio internacional y nacional, se realiza una revisión continuada de expertos que apoyan la calidad del programa.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Un nivel muy adecuado de seguimiento y aceptación del Título por todos los agentes externos que han participado de su análisis y seguimiento.

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

A través del plan de encuestas se buscará conocer los datos en un corto plazo, ya que los resultados deberían estar obtenidos para el curso 2013/ 2014.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Para ESIC es muy importante conocer los datos de satisfacción de sus alumnos en la realización de sus prácticas y es por ello que se puso en marcha en la recogida de datos para su informe y valoración de aspectos relevantes.

Propuestas de mejora al Indicador:

Mejora: Plan de Encuestas a Alumnos de Prácticas Profesionales, Tutores Externos y Tutores Académicos.

Causa: necesidad de análisis de las prácticas profesionales por parte de todos los grupos de interés

Acciones a Desarrollar: Plan de Encuestas

Responsables: Dirección de Dpto. de Prácticas Profesionales.

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.005

7.7.7 Satisfacción Programas de Movilidad

La información sobre la satisfacción de los alumnos en Programas de Movilidad está disponible en la web de ESIC:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/resultados-de-satisfaccion-alumnos-respecto-a-programas-movilidad-20122013.pdf>

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). Grado de implantación

ESIC solicita Evaluaciones externas con carácter voluntario/obligatorio a Organismos de Certificación o Acreditación Internacionales Oficiales o Privados. Las Evaluaciones cuentan con un proceso inicial de análisis de la documentación, con posterior auditoria presencial, y finalizan con elaboración y comunicación del Informe de Evaluación.

Como consecuencia de las Evaluaciones externas, ESIC recibe aportaciones relevantes de mejora por parte de expertos académicos y/o profesionales de la Mejora de Gestión de la Calidad. Además, ESIC recibe el reconocimiento mediante la obtención de Certificado o Acreditación del Modelo de Referencia sobre el que ha sido evaluado. (Ver apartado Certificaciones y Acreditaciones).

A continuación se detallan las solicitudes de acciones correctivas o mejoras propuestas con origen ANECA y ACAP:

Informe del Diseño de ANECA 2009

No se recogen ninguna solicitud de mejora.

Informe de Seguimiento de ACAP 2012

A continuación se desglosan las advertencias y recomendaciones y el grado de implantación de los mismos.

Información pública

- El Título no consta como verificado para su implantación en este centro.

Grado de Implantación: La evaluación resultó favorable como indica la evaluación de ANECA. http://srv.aneca.es>ListadoTítulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_825-2009.pdf

- La información puede conducir a error respecto a los créditos que tiene que cursar el estudiante en el Grado y los adicionales correspondientes a las materias de realización obligatoria pero que no forman parte de su currículo oficial. Se debe clarificar esta información.

Grado de Implantación: En la web ya aparece diferenciados los créditos correspondientes a las asignaturas oficiales respecto a las del Título propio. <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

- No se evidencia de forma adecuada en la web la adscripción del Centro a la Universidad Rey Juan Carlos. Se recomienda corregir esta deficiencia.

Grado de Implantación: Queda indicado en la página principal del Título <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/>

- La información sobre los requisitos de acceso que figura en la Memoria diverge de la que aparece en la Web, en la que se hace mención, además de a los requisitos generales, a pruebas de admisión cuya naturaleza no se explica.

Grado de Implantación: Modificada la web para dar respuesta a la memoria del Título.

- Aunque aparece una relación de los profesores no se indica su categoría académica. Se recomienda especificar.

Grado de Implantación: Como indicamos en el apartado 4.1 de este informe accediendo al apartado de profesorado de la titulación en la web podríamos ver la categoría académica de cada uno.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

- Hay que revisar la información sobre el sistema de reconocimiento de créditos y la relativa al programa de movilidad, pues también se han detectado divergencias en este aspecto.

Grado de Implantación: ESIC como centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos, se rige por el Acuerdo de aprobación de la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Títulos Oficiales de Grado y Máster de la URJC como se indica en el apartado 2.4 de este informe. Se puede consultar en el siguiente enlace:

http://www.esic.edu/pdf/normativa_neconocimiento_de_creditos.pdf

Los programas de Movilidad de la web han sido modificados para dar respuesta a la Memoria y pueden ser consultados en <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/> Apartado Programas de Movilidad.

- Se recomienda adaptar la información sobre transferencia y reconocimiento de créditos al Real Decreto 1618/2011 de 14 de noviembre sobre Reconocimiento de Estudios en el ámbito de la Educación Superior.

Grado de Implantación: ESIC como centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos, se rige por el Acuerdo de aprobación de la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Títulos Oficiales de Grado y Máster de la URJC como se indica en el apartado 2.4 de este informe. Se puede consultar en el siguiente enlace: http://www.esic.edu/pdf/normativa_neconocimiento_de_creditos.pdf

Autoinforme

- Se recomienda extender la recogida de información a otros colectivos, principalmente a profesores, PAS y personal externo que participen en la docencia, así como ampliar la información sobre las fuentes de recogida de información en el caso de los alumnos.

Grado de Implantación: Ya se dispone de la información en la web www.esic.edu/calidad en el apartado Procedimientos y Resultados del Sistema, ofreciendo información de procedimientos de recogida de información, así como los resultados de la recogida de información de los diferentes colectivos en Informes Institucionales así como de Titulación, respectivamente.

- Aportar análisis crítico de los mecanismos de coordinación docente, más allá de la mera descripción de los mismos. Así mismo, resulta conveniente explicar las medidas concretas aplicadas para la mejora de la calidad derivada de estos mecanismos.

Grado de Implantación: Se realiza una descripción del puesto y actividades a realizar en el Manual de Recursos Humanos del Área Académica de Grado.

- Se recomienda profundizar más en los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del Título.

Grado de Implantación: La calidad de la Docencia se realiza a través del procedimiento de Evaluación del Profesorado bajo Docencia, aprobado por ANECA, y cuya implantación se realizará en el curso 2013/2014. Además se realiza anualmente el seguimiento de la Evaluación Docente a través de la Comisión de Titulación tal y como se evidencia en este Informe en el Apartado 4.

- Es necesario explicitar los mecanismos y procesos implantados para la evaluación, seguimiento y mejora de la calidad de los programas de movilidad y proceder al análisis de los datos aportados.

Grado de Implantación: Se puede acceder a los informes de los análisis de movilidad y de alumnos de grado en la web <http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

- Es conveniente ofrecer el análisis de los datos aportados acerca del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

Grado de Implantación: Se dispone del Procedimiento de Reconocimiento de Sugerencias en http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf

**Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)
Curso Académico 2012/13**
ESIC Business & Marketing School

A CONTINUACIÓN SE DETALLAN LAS SOLICITUDES DE ACCIONES CORRECTIVAS O MEJORAS PROPUESTAS CON ORIGEN INFORMES DE AUDITORIA INTERNA Y EXTERNA BAJO LA NORMA ISO 9001:2008

- Falta poner la fecha de evaluación en algunas fichas de los proveedores. Cuestión puntual.

Grado de Implantación: Se revisan todas las fichas de proveedores para completar la fecha en las que faltaban

- Falta el Plan de Formación del área para el curso 2012/13

Grado de Implantación: El Plan de formación se realiza a finales de mayo de 2013

- No ha sido posible localizar el contrato del proveedor de la plataforma de gestión de Prácticas y Carreras: Infoempleo.

Grado de Implantación: Tras meses de búsqueda se sigue sin encontrar dicho contrato y tan sólo se ha ubicado la propuesta inicial. Se sugiere pedir una copia al proveedor.

- En el curso 2012/13 no se ha cumplido el procedimiento de prácticas asociadas a becas. Desde la Secretaría General, no se ha comunicado al Dpto. de Prácticas, el listado de alumnos becados y la cuantía de dicha beca, para que el Dpto. de prácticas pudiera gestionar el seguimiento de las acciones de dichos becarios

Grado de Implantación: revisión del procedimiento de BECAS, y de quién debe comunicar la lista de becados que deben hacer una colaboración en la Escuela una vez se haya asignado las becas.

- No se puede evidenciar un informe de impacto de las acciones de captación de Grado ni su coste (seguimiento) económico

Grado de Implantación: Se diseñará un formato para recoger información que sirva para analizar el impacto de cada campaña

- Faltan hojas de pedido de profesores que han solicitado libros a la biblioteca. No se documenta el pedido formalmente.

Grado de Implantación: Se deberá evidenciar el movimiento de libros en soporte electrónico o papel. Revisar el procedimiento.

- Indicar un Código de Edición en los folletos digitales y papel.

Grado de Implantación: El Dpto. de Marketing de ESIC ya realiza seguimiento de los folletos con la impresión de la fecha de edición en ellos.

- No existe Diseño de Programa del curso de Alemán para principiantes/ adultos que se ha empezado a impartir en Octubre de 2012.

Grado de Implantación: Ya existe.

Ver: http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_evaluacion.php

9 PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE

ESIC desarrolla proyectos de mejora para la consolidación de los niveles de calidad que hagan de nuestros participantes, personas que puedan desarrollar una vida personal y profesional de primer nivel.

Para el desarrollo de estos Proyectos colaboran participantes/estudiantes, empresas, proveedores, y personal de ESIC.

http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_mejora.php

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

9.1.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2012/2013

Las mejoras que se han implantado durante este año son:

- Al inicio del curso se trasladaron a ERIETE los procedimientos y procesos de la asignatura “Trabajo Fin de Grado”, con su correspondiente Calendario, identificándose el equipo que iba a coordinar todas las actividades.
- Se diseñaron y llevaron a cabo los Seminarios Metodológicos, tanto en Madrid y Valencia para 4º, como en los otros 4 Campus, para aquellos alumnos de 3º que no iban a continuar sus estudios.
- También se celebró una Reunión de Tutores al efecto de explicar los aspectos críticos a tener en cuenta en el desarrollo de los Trabajos.
- También se diseñó el máster pre-experience en “International Marketing Management and International Business”, bilingüe (65% en inglés y 35% en castellano), contemplando una estancia internacional de dos semanas en Shanghai, en formato opcional. Finalmente, y ante la escasa demanda de matrículas, se decidió no ponerlo en marcha.

9.1.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2013/2014

Las mejoras que se han propuesto para el año son:

- Mejorar la asistencia de los profesores a las reuniones departamentales en Campus, así como la relación entre los profesores del Campus, y con los profesores de la misma asignatura de otros Campus.
- Aumentar un 5% el número de alumnos nuevos en 1º curso.
- Apoyar y avanzar, desde Grado, en las Líneas estratégicas de ESIC: Global Business Competence y ESIC Emprendedores.
- Para el nuevo curso 2013/2014 se ha tenido en cuenta tanto el 5º año de implantación de Bolonia como los planteamientos derivados del Plan 2013 para la Titulación Propia, identificándose cinco Líneas Prioritarias de Desarrollo, detallándose para todas ellas una serie de actividades derivadas que habrá que implementar con su programación correspondiente.
- De cara a 2013/14 es necesario reajustar procedimientos en el Trabajo Fin de Grado, en base a las experiencias adquiridas este primer ejercicio. Básicamente:
 - Anticipar todo el proceso en el tiempo, estableciendo fechas tope para la elección de temas.
 - Incorporar una 4ª opción por título, contemplando siempre la posibilidad del desarrollo de una Iniciativa Emprendedora.
 - Realizar un seguimiento más cercano de la labor de los Tutores.
- En 2013/14 contemplamos 4 grupos íntegramente en inglés y un grupo adicional, el 2º cuatrimestre. La oferta se ha duplicado con relación a 2012/13.

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

http://www.esic.edu/pdf/resumen_de_indicadores_grpp_12_13.pdf