



**ESIC Business & Marketing School**

**INFORME ANUAL DE TITULACIÓN  
Grado Oficial en Publicidad y  
Relaciones Públicas (GRPUB)  
CURSO ACADÉMICO 2013/14  
Comisión de Titulación  
Campus Madrid**

**Fecha Aprobación del Informe  
por parte de la Comisión de Titulación:  
27/07/2015**

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)**  
**Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

**Contenido del Informe**

<b>1</b>	<b>OBJETIVO DEL INFORME</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE</b>	<b>5</b>
2.1	Información previa a la matrícula	5
2.2	Características del plan de estudios	6
2.2	Justificación del Título	6
2.3	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos	7
2.4	Atribuciones profesionales del Título	7
2.5	Competencias que caracterizan el Título	7
2.6	Perfil de Ingreso y Egresado	8
2.7	Datos de Matrícula	9
2.7.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas	9
2.7.2	Número de alumnos matriculados y bajas	9
<b>3</b>	<b>PARA EL ESTUDIANTE</b>	<b>10</b>
<b>3.1</b>	<b>Guías docentes</b>	<b>10</b>
<b>3.2</b>	<b>Planificación temporal del despliegue del plan de estudios</b>	<b>10</b>
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas)	10
3.2.2	Grado de cumplimiento	11
<b>3.3</b>	<b>Información relativa a la extinción del plan antiguo</b>	<b>12</b>
<b>3.4</b>	<b>Programas de movilidad</b>	<b>13</b>
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	13
<b>3.5</b>	<b>Orientación Profesional de la Titulación</b>	<b>14</b>
	Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación	15
<b>3.6</b>	<b>Prácticas Profesionales</b>	<b>16</b>
<b>3.7</b>	<b>Inserción laboral de los egresados</b>	<b>17</b>
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales	18
<b>3.8</b>	<b>Otros</b>	<b>19</b>
3.8.1	Premios a la Excelencia	19
3.8.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos	19
3.8.3	Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios	19
3.8.4	Aula Multimedia	20
<b>4</b>	<b>PROFESORADO</b>	<b>21</b>
<b>4.1</b>	<b>Categoría del Profesorado</b>	<b>21</b>
<b>4.2</b>	<b>Actividad investigadora</b>	<b>22</b>
<b>4.3.</b>	<b>Calidad del Profesorado:</b>	<b>23</b>
<b>4.4.</b>	<b>Programas de Movilidad del Profesorado</b>	<b>24</b>
<b>5</b>	<b>OTROS RECURSOS</b>	<b>25</b>
<b>5.1.</b>	<b>Recursos físicos</b>	<b>25</b>

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

<b>5.2. Recursos humanos (PAS).....</b>	<b>26</b>
<b>6 MEMORIA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>27</b>
<b>6.1 Actividades desarrolladas .....</b>	<b>27</b>
<b>7 GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN .....</b>	<b>29</b>
<b>7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos).....</b>	<b>29</b>
<b>7.2 Políticas.....</b>	<b>30</b>
<b>7.3 Comisión de la Titulación .....</b>	<b>31</b>
<b>7.4 Comité Académico de Grado.....</b>	<b>32</b>
<b>7.5 Reuniones otros equipos.....</b>	<b>32</b>
<b>7.6 Evaluación del Aprendizaje .....</b>	<b>36</b>
7.6.1 Análisis Evaluación del Aprendizaje.....	36
7.6.2 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación).....	37
7.6.3 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento .....	38
<b>7.7 Gestión de sugerencias y reclamaciones .....</b>	<b>39</b>
7.7.1 Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias).....	39
<b>7.8 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés .....</b>	<b>40</b>
7.8.1 Satisfacción de los Alumnos .....	40
7.8.2 Satisfacción de Egresados .....	41
7.8.3 Satisfacción de Personal Docente.....	43
7.8.4 Satisfacción de Personal No Docente .....	44
7.8.5 Satisfacción Agentes Externos .....	45
7.8.6 Satisfacción Prácticas Profesionales.....	45
7.8.7 Satisfacción Programas de Movilidad .....	46
<b>8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN .....</b>	<b>47</b>
<b>9 PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE .....</b>	<b>50</b>
9.1.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2013/2014 .....	50
9.1.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2014/2015 .....	51
<b>10 CUADRO DE INDICADORES.....</b>	<b>52</b>

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## 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/Programas/AUDIT/Fase-de-certificacion-de-la-implantacion-de-los-SGIC>

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
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.

#### **Vía de acceso al Primer Curso**

	<b>2012/13</b>	<b>2013/14</b>	<b>Variación</b>
Selectividad, PAU (todos los tipos de selectividad)	93,2%	91,47%	-1,8%
FP DE 2º GRADO O MODULO III	4,2%	3,88%	-7,6%
Traslado desde los mismos estudios	2,5%	4,65%	86%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente Secretaría General de ESIC

#### **Nota media de acceso (PAU)**

<b>2012/13</b>		<b>2013/14</b>	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
7,1	6,7	6,4	5,8

Fuente Secretaría General de ESIC

#### **Notas de corte**

<b>2012/13</b>		<b>2013/14</b>	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
5	5	5	5

Fuente Secretaría General de ESIC

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se observa un notable incremento de la vía de acceso al Primer Curso procedente del traslado desde los mismos estudios (86%), lo que en cierto modo indica el grado de conocimiento y percepción positiva que tiene el grado de Publicidad y Relaciones Públicas impartido en ESIC, frente a otros Centros. En cuanto a la nota media de acceso (PAU), aunque si bien se observa un descenso con relación al curso 2012/13, teniendo en cuenta que todavía se sitúa por encima de la nota de corte, no se establece ninguna propuesta de mejora.

#### **Propuestas de Mejora al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14 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

	2012/13	2013/14	Variación
Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas			
<b>Total (RRPP)</b>	109	16	-85%
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP)			
<b>Total (GRPP)</b>	490	601	23%
<b>TOTAL</b>	599	617	3%

Fuente Secretaría General de ESIC

### Análisis de Datos y Conclusiones:

En cuanto a la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, está presente un descenso del -85%, un ratio que entra dentro de los parámetros normales, habida cuenta que se trata de una titulación a extinguir.

Por otra parte de observa un incremento en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (GRPP) de un 23%. Se hace notar que, debido a la enseñanza personalizada que mantiene ESIC como filosofía, todo incremento en el número de alumnos en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas tiene como consecuencia la creación de un nuevo grupo, en el momento que se supere al número máximo de 40 alumnos por grupo.

### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

## 2.2 Justificación del Título

La creciente importancia concedida por las empresas, públicas y privadas y las organizaciones en general, a las políticas de Publicidad y Relaciones justifican plenamente el Título, respondiendo a la 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 de alumnos desde la implantación de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en 1974.

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2012/13	2013/14	Variación
Plazas Ofertadas (A)	150	135	-10%
Plazas Demandadas (B)	222	150	-32%
<b>Ratio: Relación B/A</b>	1,48	1,11	

Fuente Secretaría General de ESIC

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos permiten concluir que se ha corregido favorablemente el ratio de la relación plazas Demandadas / Plazas Ofertadas, acercándose a baremos más ajustados y racionales.

### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 2.3 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/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?s=sec15>

	2012/13	2013/14	Variación
Nº Traslado de Expedientes	21	5	-76%

Fuente Secretaría General de ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa una importante disminución del número de Traslado de Expedientes procedentes de otros Centros.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

### 2.4 Atribuciones profesionales del Título

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

### 2.5 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/?s=sec12>

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Debido al impacto que las nuevas tecnologías están tenido tanto a nivel de la profesión como de la investigación académica en las áreas de Publicidad y de Relaciones Públicas, se han ido incorporando nuevos contenidos en diferentes asignaturas que abordan los temas digitales y multimedia para mejorar las competencias y empleabilidad de los futuros graduados.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 2.6 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 \*

	2012/13	2013/14	Variación
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	49,58%	64%	29%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	50,43%	36%	-29%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	10,08%	11%	9%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	4,20%	1,5%	-64%
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 contemplarán tanto los Indicadores solicitados por el Sistema de Calidad de la URJC como las variables descritas en la Política de Perfil de Ingreso y Egresado de ESIC.

A continuación se anexa la tabla que se reporta a la URJC. Esta información se iniciará al completar la primera cohorte de entrada los 4 años más 1.

	2013/2014
Tasa de graduación por modalidad	
TIEMPO COMPLETO	100,00%
Tasa de graduación por sexo	
HOMBRES	32,94%
MUJERES	67,06%
Tasa de graduación por país de procedencia	
ESPAÑA	97,65%
RESTO	2,35%
Tasa de graduación por edad	
18 AÑOS O MENORES A 18	0,00%
19 - 25	90,59%
26 - 29	7,06%
30 - 39	2,35%
40 - 45	0,00%
46 AÑOS O MÁS	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/?s=sec32>

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

En lo que se refiere al perfil de ingreso, los datos apuntan, como por otra parte ha venido siendo habitual en la Titulación, a un mayor número de mujeres. Por otra parte, también se observa un incremento de un 9% en los alumnos procedentes de fuera de la Comunidad Autónoma de Madrid.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

## 2.7 Datos de Matrícula

### 2.7.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

La Titulación oferta anualmente un número de plazas bajo aprobación de la URJC para dar respuesta a la demanda que tiene la Titulación.

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2012/13	2013/14	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	150	135	-10%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	119	135	13%
<b>Tasa de Cobertura: Matriculados/Plazas Ofertadas</b>	0,79	1,00	

Fuente Secretaría General de ESIC

### 2.7.2 Número de alumnos matriculados y bajas

	2012/13	2013/14
Tasa de abandono por modalidad		
TIEMPO COMPLETO	100,00%	100,00%
Distribución de abandonos por sexo		
HOMBRES	50,00%	50,00%
MUJERES	50,00%	50,00%
Distribución de abandonos por país de procedencia		
ESPAÑA	100,00%	100,00%
OTRO	0,00%	0,00%
Distribución de abandonos por edad		
19 - 25	100,00%	81,82%
26 - 29	0,00%	18,18%
30 - 39	0,00%	0,00%

Fuente Secretaría General de ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Tal y como se señaló en el punto 2.2. en lo referente al ratio de plazas ofertadas / plazas demandadas, se ha producido un ajuste en el número de plazas de nuevo ingreso ofertadas, que han sido cubiertas al 100% con el número de matriculaciones de nuevo ingreso.

En cuanto al número de abandonos, ESIC, a través del sistema de Tutores personalizados para cada grupo, tiene una información de primera mano sobre los posibles abandonos y sus circunstancias.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

**Mejora:** Incluir en la información contenida el cuadro de abandonos la tipificación de la causa del mismo.

**Causa:** Tener acceso a la información de la causa de las bajas, para ver cuáles son las más frecuentes; su evolución y anticipar las soluciones.

**Acciones a Desarrollar:** Recopilar los datos de Coordinación Académica y de los Tutores. Establecer las principales causas de abandono.

**Responsables:** Coordinación Académica; Tutores; Miembros del equipo de trabajo.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.001

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 3 PARA EL ESTUDIANTE

#### 3.1 Guías docentes

Las Guías Docentes constituyen una herramienta clave y un instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos. Las mismas contienen toda la información general sobre la asignatura: Descripción y Contenidos generales; Objetivos y Resultados de Aprendizaje; Competencias; Actividades formativas; Metodologías docentes; Programa analítico y desarrollado de la asignatura y Fuentes de información recomendadas.

Existe una única Guía Docente por asignatura, independientemente del número de profesores que la imparten. En la realización, revisión de Guías Docentes, participan activamente, los profesores que imparten dicha materia, el coordinador en su caso de la asignatura y el Director del Departamento de la que depende la asignatura.

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

El acceso a las Guías Docentes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se puede realizar a través del siguiente enlace,

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?s=sec14>

Durante el presente curso académico, los Directores de Departamento, los Coordinadores de Asignatura, así como del Director de Grado en el Campus de Valencia, han trabajado en una 4<sup>a</sup> edición de las Guías Docentes. Por otra parte, desde el inicio del 2º semestre se puso en marcha una comisión compuesta por un Director de Departamento, 1 representante de Calidad y 1 profesora/tutora/coordinadora de asignatura para diseñar un nuevo Modelo de Guía Docente, adecuándola, además a los requisitos reflejados en las Memorias Oficiales aprobadas por ANECA.

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Dada la importancia de las Guías Docentes para el eficaz desarrollo docente, se mantiene el proceso de revisión constante y actualización de las mismas con la implicación de todos los grupos de interés.

#### Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede

#### 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 2014 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 los títulos. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna del área de Grado.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	3	2	2
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo y Complementario (PR.3)	6	5	3
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	0	0	0
<b>Total Mejoras Curos Académico</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>5</b>

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

### **Análisis de Datos y Conclusiones**

Se han implantado 2 mejoras en Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado y 3 más en lo que se refiere a los procesos de Prestación del Servicio Formativo y Complementario. Las mismas tendrán efectos positivos en la mejora de calidad y su percepción en los distintos grupos de interés.

### **Propuestas de Mejora al Indicador**

No procede

### **3.2.2 Grado de cumplimiento**

Los procedimientos que se han mejorado del 2013 al 2014 son:

1. Realización del Informe de la Titulación del Grado de Publicidad del curso 12/13.
2. Puesta en marcha de los Equipos de Mejora. Reuniones periódicas para tratar distintos aspectos del funcionamiento de cualquier procedimiento vinculado a la Titulación.
3. Puesta en marcha Docentia.
4. Puesta en marcha de la Comisión de la Titulación. Reuniones periódicas para hacer seguimiento de los programas bajo la Política de Comisiones y en cumplimiento de los requisitos oficiales que regulan los programas (Verifica, Monitor y Acredita)
5. Revisión de los informes tanto de AVAP como de ACAP, así como los de Aneca por Verifica y Monitor, y se han incorporado la gran mayoría de las observaciones.
6. Realización de encuestas al personal docente y de gestión para valoración de Infraestructuras del campus.
7. Realización de encuestas a los egresados de ESIC respecto a su situación laboral y su adecuación de la formación recibida y la realidad empresarial.
8. Realización de encuestas a los alumnos que han realizado prácticas en el 2013.
9. Realización de encuestas tanto a los tutores externos como académicos sobre las prácticas que han tutelado en el 2013.
10. Todos los informes mencionados en los puntos anteriores han sido revidados y públicos en nuestra web de ESIC, apartado de Garantía de Calidad, Resultados del Sistema.

2013/14	
Mejoras Propuestas año anterior e implantadas	10

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

### **Análisis de Datos y Conclusiones**

Durante el periodo que recoge el presente Informe anual, se ha mejorado y puesto en marcha procedimientos que redundan en una mejora de la calidad de la Titulación.

### **Propuestas de Mejora al Indicador**

No procede

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

### **3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo**

	<b>2012/13</b>	<b>2013/14</b>	<b>Variación</b>
Nº Alumnos pendientes del Plan Antiguo de la misma Titulación o asimilada	109	16	-85%

**Fuente Secretaría General de ESIC**

**Análisis de Datos y Conclusiones:**

El número de alumnos pendientes del Plan Antiguo (antigua Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas) tiende, de una manera muy rápida, a decrecer. Esto pone de manifiesto el interés de los alumnos en finalizar sus estudios antes de la extinción completa del Plan Antiguo.

**Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 3.4 Programas de movilidad

El área Internacional de ESIC ofrece acuerdos de intercambios académicos a nuestros alumnos del Título con algunas de las universidades más prestigiosas de 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 (Anexo II), FARO y ARGO, en las que se pueden realizar tanto prácticas en el extranjero, como cursar estudios en gran variedad de países.

Consultar los diferentes programas internacionales que ESIC pone a disposición de sus alumnos en el siguiente enlace: <http://www.esic.edu/grado/internacional/official/>

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha trabajado de manera muy especial por parte del Área Internacional de ESIC en el incremento de la oferta de Universidades y Centros Universitarios, donde los alumnos del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas pueden mejorar sus competencias en contextos internacionales.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

### 3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2012/13	2013/14	Variación
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS			
Alumnos ESIC de ERASMUS	22	40	82%
Alumnos ERASMUS en ESIC	11	18	64%
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE			
Alumnos ESIC en MUNDE	5	7	40%
Alumnos MUNDE en ESIC	0	12	100%
<b>Total Alumnos ESIC en movilidad</b>	<b>27</b>	<b>47</b>	<b>74%</b>
<b>Total Alumnos de Movilidad en ESIC</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	<b>173%</b>
<b>Total de Convenios Internacionales de ESIC Con otras Universidades</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>-14%</b>

Fuente Oficina Internacional de ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha producido un incremento sustancial en todos los indicadores que conforman los ratios de alumnos en movilidad por Convenidos en la Titulación. Destaca especialmente el número de alumnos Munde en nuestras instalaciones, lo que sin duda redunda en valor para los alumnos de ESIC al tener la posibilidad de relacionarse con alumnos de todo el mundo.

El número total de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades se reduce un 14%, lo que parece normal atendiendo al importante esfuerzo realizado durante el curso 2012/13 en firmas de Convenios Internacionales.

#### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)**  
**Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

### 3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC recoge las valoraciones sobre la **satisfacción de alumnos 2013/14 a cuestiones de orientación profesional** en su encuesta de satisfacción.

TITULACIÓN Campus: Madrid	Despertar inquietudes emprendedoras	Oferta de prácticas de empresa	Formación en habilidades de directivas	Actividades de orientación profesional y personal
<b>GRPUB – 2º Curso</b>	6,5	*	6,1	4,8
<b>GRPUB – 4º Curso</b>	8,0	7,1	7,8	6,7

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Del análisis de los datos se desprende que existe un incremento sustancial en los indicadores desde los alumnos de 2º a los alumnos de 4º.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

**Mejora:** Optimizar la difusión de la información del departamento de Carreras profesionales, y sobre las actividades de emprendimiento desarrolladas en ESIC entre los alumnos de 2º curso.

**Causa:** Mejorar el ratio de “Actividades de orientación profesional y personal” entre los alumnos de 2º curso

**Acciones a Desarrollar:** Establecer una sesión informativa por parte del Departamento de Carreras Profesionales a los alumnos de 2º durante el 2º semestre. Invitar a clases a alumnos egresados y profesionales para que transmitan sus experiencias profesionales.

**Responsables:** Departamento de Carreras Profesionales; Vicedecanato; Directores Departamentos; Miembros de la Comisión.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.002

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### **Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación**

En el área de grado de ESIC, la empleabilidad y el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, es un objetivo estratégico en un doble sentido: Primero, dotando a los alumnos de todos los conocimientos y herramientas necesarias para que incrementen su empleabilidad en los campos de la Comunicación, la Publicidad y las Relaciones Públicas y/o tengan un mejor desarrollo profesional. Y segundo, asesorándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y Bolsa de Empleo, para que encuentren su primer empleo, en el caso de los jóvenes recién titulados sin experiencia profesional a través de prácticas en empresas y/o desarrollen su carrera profesional (alumnos con experiencia profesional).

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

	<b>Curso</b>	<b>2012/13</b>	<b>%</b>	<b>2013/14</b>	<b>%</b>
<b>Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)</b>	1º	6	8%	6	8%
	2º	0	0%	0	0%
	3º	0	0%	0	0%
	4º	30	36%	30	36%
<b>Total (GRPUB)</b>		36		36	
<b>Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (Titulación Oficial - URJC) + Título Superior en Marketing (ESIC). (GRPUB+TSMK)</b>	1º	9	12%	9	12%
	2º	9	12%	9	12%
	3º	7,5	11,1%	7,5	11,1%
	4º	33	40%	33	40%
	5º			15	25%
<b>Total (GRPUB+TSMK)</b>		58,5		73,5	

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se ha producido un incremento en el número de Créditos con 100% Orientación Profesional especialmente en el Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas y Título Superior en Marketing, En el Grado Oficial se observa un % mayor de créditos 100% orientación profesional en 4º, tal y como preconiza la Memoria Oficial de la Titulación aprobada por ANECA.

#### **Propuestas de Mejora al Indicador:**

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 3.6 Prácticas Profesionales

Dentro de la organización de ESIC figura el departamento de Prácticas Empresariales, 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/?s=sec51>

INDICADOR	2012-13 <sup>3</sup>	2013-14
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS)	590 <sup>4</sup>	590 <sup>6</sup>
VALORACIÓN ACADÉMICA PRÁCTICAS	9,87	8,94
VALORACIÓN ADECUACIÓN FORMACIÓN	8,38	8,55
CALIFICACIÓN MEDIA	9,02	9,09
Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	98	127
Nº DE ESTUDIANTES APROBADOS	87	109
Nº DE ESTUDIANTES REALIZANDO PRÁCTICAS	86	107
Nº DE ENTIDADES / EMPRESAS OFERTADAS	0.00 <sup>5</sup>	0.84%
Nº DE PLAZAS ASIGNADAS	86	107
TASA DE SUPERACIÓN	100%	100%
ESTUDIANTES REALIZANDO PRACTICAS / Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	88%	84.25%

Fuente Departamento de Prácticas ESIC

**3:** Todos los datos se han actualizado con dos decimales.

**4:** Dato modificado de 597 a 590, por incluir horas extracurriculares.

**5:** Dato no existente.

**6:** La duración media es de 728.74 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se destaca un incremento en la mayoría de los indicadores que conforman la variable Prácticas Profesionales, una de las actividades donde ESIC realiza un esfuerzo importante. En ellos destaca el incremento en el número de estudiantes realizando prácticas, así como el número de prácticas asignadas.

#### Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 3.7 Inserción laboral de los egresados

Para el análisis de la inserción laboral de los egresados del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas 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 Titulo (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/?s=sec81>

Los resultados sobre la Encuesta de Inserción Laboral se recibieron por primera vez en el curso 2013/14 y se analizan en el apartado 7.8.2 de este informe.

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación se listan las publicaciones de la revista durante el 2013/2014:

#### 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>

#### 2014

Número 29. <https://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/22809&lng=es>

Número 30. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/24171&lng=es>

Número 31. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/25369&lng=es>

Número 32: <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/26871&lng=es>

Número 33: <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/27784&lng=es>

Este año también se dispone del primer **informe de Inserción laboral de los egresados universitarios** realizado por el Ministerio de Educación. En él se muestra la perspectiva de la afiliación a la Seguridad Social de los egresados y se analizan variables como el tipo de contrato, porcentaje de autónomos, tipo de jornada, grupos de cotización y otros aspectos que pueden verse en el informe completo que se encuentra en la web del Ministerio:

<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/informes/Insercion-laboral-egresados-universitarios.pdf>

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

El informe de Inserción Laboral de ESIC ha tenido un porcentaje de respuesta muy bajo, por lo que no es representativo. Debido a esto no se pueden obtener conclusiones.

Un reflejo de algunos datos, vendrían a indicar que los egresados que encontraron su primer trabajo o cambiaron el empleo que estaban desarrollando durante el programa, lo hicieron en puestos de "Staff" (72,9%), sobre todo, en el área de "Marketing" (60,9%) y en diversos sectores, destacando el de "Marketing y Publicidad" (14,3%).

**Tabla 14. Primer empleo: puesto desempeñado**

	(%)
Staff	72,9
Responsable de Área	17,3
Propietario	6,0
Director Área	3,8

**Tabla 15. Primer empleo: área funcional**

	(%)
Marketing	60,9
Finanzas	8,3
Servicios Generales	8,3
Dirección General	3,0
Compras	2,3
Otro	17,3

**Tabla 16. Primer empleo: sector (%)**

Marketing, Publicidad	14,3
Empresas de Servicios	9,0
Enseñanza	8,3
Alimentación, Bebidas	7,5
Telecomunicaciones	5,3
Minoristas	4,5
Informática	3,8
Servicios Financieros	3,8
Internet	3,8
Vehículos, Recambios y Accesorios	3,0
Electricidad y Electrónica	3,0
Transportes y Trafico	2,3
Carbón, Gas, Petróleo	2,3
Construcción	2,3
Sanidad	2,3
Cultura, Ocio	2,3

Puede verse el informe completo en: <http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-de-insercion-laboral-de-grado-2013.pdf>

Este año también se dispone del primer informe de Inserción laboral de los egresados universitarios realizado por el Ministerio de Educación. En él se muestra la perspectiva de la afiliación a la Seguridad Social de los egresados y se analizan variables como el tipo de contrato, porcentaje de autónomos, tipo de jornada, grupos de cotización y otros aspectos que pueden verse en el informe completo que se encuentra en la web del Ministerio:

<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/informes/Insercion-laboral-egresados-universitarios.pdf>

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Debido a que el porcentaje de respuesta no es representativo, no se pueden obtener conclusiones al respecto.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

**Mejora:** Encuesta de egresados por titulación sobre aspectos como satisfacción, colocación o salario medio.

**Causa:** Es un dato muy importante para la titulación.

**Acciones a Desarrollar:** Reuniones con el Departamento de Calidad.

**Responsables:** Miembros del equipo de trabajo, Departamento de Calidad

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.003

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 3.8 Otros

Desde ESIC se pone a disposición del alumno algunas becas y ayudas para facilitar su día a día.

#### 3.8.1 Premios a la Excelencia

Este año se ha celebrado la 2<sup>a</sup> Edición Premios Excelencia, y tal como se planificó el curso pasado, se han actualizado los criterios de adjudicación de los Premios y el proceso de avales de los profesores, así como en los procesos de comunicación de los Premios.

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.

Los excelentes resultados demuestran que tenemos un buen número de alumnos excelentes, entre los que destacan alumnos del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Nos consta 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.

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

#### Propuestas de Mejora al Indicador

**Mejora:** Nueva web con diseño responsive y digitalización de la documentación para Premios Excelencia.

**Causa:** Mejorar la navegación web y facilitar la recogida de documentación.

**Acciones a Desarrollar:** Reuniones con el equipo de Marketing para proponer nueva web.

**Responsables:** Miembros del equipo de trabajo, Departamento de Marketing.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.004

#### 3.8.2 Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 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.

Se realizó rápidamente el nombramiento de Tutores Académicos para que pudiesen empezar su actividad desde el primer día con un seguimiento muy cercano de las faltas de asistencia.

Se programaron al inicio del curso los "Cursos 0", básicamente en Matemáticas y en Contabilidad. A lo largo del curso también se llevaron a cabo Cursos de Refuerzo, sobre todo, para las asignaturas cuantitativas junto al plan "Generación de Hábitos de Estudio", con unos resultados muy positivos.

El curso pasado se preparó un Manual de Bienvenida para Nuevos Alumnos, siendo entregado por primera vez a los alumnos tanto de Pozuelo como del resto de Campus.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?s=sec72>

#### 3.8.3 Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios

Se ha notado un incremento significativo en la calidad de los trabajos presentados en las diferentes convocatorias.

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

Ver Memoria de ESIC 2013 (<http://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2013-version-espanol.pdf>)

En cuanto al Concurso ESICREA, en su 9<sup>a</sup> Edición, y siguiendo su vocación de ser un certamen de creatividad para organizaciones sociales y actividades humanitarias, el patrocinador fue Aldeas

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

Infantiles, y el premio al mejor trabajo consistió en la publicación del mismo en los canales propios de esta institución, así como prácticas en el Departamento de Comunicación de la misma.

### 3.8.4 Aula Multimedia

Durante este curso se han celebrado 14 seminarios incrementándose un 4,5% las inscripciones hasta alcanzar 162 alumnos con 136 horas de cursos. Por segundo año se ha permitido la inscripción de personas de fuera de ESIC, a un precio más elevado (50%) que para los actuales alumnos.

Asimismo, durante el mes de julio, con el nombre de *Coffee & Kits* se llevaron a cabo 3 seminarios de 8 horas cada uno, sobre Photoshop, Illustrator y Premiere, 3 herramientas fundamentales en el diseño digital y multimedia.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

**Mejora:** Incrementar la participación e involucración de los alumnos de la titulación en los concursos extra académicos (Esicrea).

Mejorar la difusión de la información de los cursos del Aula Multimedia.

**Causa:** Mejorar el ratio relativo a la participación tanto en los concursos como en los Cursos del Aula Multimedia.

**Acciones a Desarrollar:** Poner en marcha y optimizar los canales propios (blog y Redes Sociales) utilizados para la difusión de la información sobre los Concursos y sobre los cursos del Aula Multimedia.

**Responsables:** Miembros del equipo de trabajo.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.005

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

## **4 PROFESORADO**

Puede visualizarse el claustro de profesores de la Titulación en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?s=sec16>

### **4.1 Categoría del Profesorado**

Con la plantilla de profesorado de ESIC se puede cubrir la carga docente de los cursos del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, 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/?s=sec16>

#### **Perfil Profesorado**

	<b>2012/13</b>	<b>2013/14</b>	<b>Variación</b>
Total Profesores de la Titulación	48	41	-15%
Licenciados/Ingenieros	48	41	-15%
Doctores	21	20	-5%
Doctores Acreditados	13	12	-8%
Tasa % Doctores Acreditados	62%	60%	

**Fuente Secretaría General de ESIC**

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

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 de profesorado bastante adecuados.

#### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 4.2 Actividad investigadora

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año 2013/2014 en la Memoria de Investigación:

[http://www.esic.edu/pdf/memoria\\_de\\_investigacion\\_esic\\_2013\\_2014.pdf](http://www.esic.edu/pdf/memoria_de_investigacion_esic_2013_2014.pdf)

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

#### DATOS DEL PROFESORADO DE ESIC

	2012/13	2013/14	Variación
Nº Notas Técnicas Publicadas	9	6	-33%
Nº Libros de texto/prácticas publicados	12	20	66%
Nº Casos de Estudio	8	12	50%
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	36	24	-33%

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

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

	2012/13	2013/14	Variación
Nº artículos publicados en Revistas científicas Nacionales	14	30	114%
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	14	30	114%
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	18	20	11%
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	18	21	17%
Nº Proyectos de Investigación Aprobados	2	1	-50%

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

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

El número de todos los proyectos de investigación aprobados se ha visto reducido, igual que la Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente. Los casos de estudios y libros de texto vieron aumentar su número de publicaciones en el curso 13/14, reduciéndose únicamente las notas técnicas publicadas.

Por otro lado, los artículos publicados y el número de comunicaciones se han visto incrementado en porcentajes que van desde el 11 hasta el 114% 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 Mejoras al Indicador

**Mejora:** Incrementar el número de publicaciones de casos de empresa relacionados con la publicidad y la comunicación, y de notas técnicas por parte de los profesores.

**Causa:** Mejorar el ratio de notas técnicas publicadas por parte de los profesores de la Titulación.

**Acciones a Desarrollar:** Puesta en marcha de un canal de información que conecte a los diferentes profesores con proyectos de investigación.

**Responsables:** Miembros del equipo de trabajo. Vicedecanato. Directores de Departamentos Académicos.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.006

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 4.3. Calidad del Profesorado:

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado.

- Incremento del sentido de fidelización del Profesorado:
  - Jornadas Anuales de Departamentos/Cursos de Verano.
    - Realización de 8 Jornadas Departamentales.
    - El número de asistentes totales asciende a 159 más los inscritos del departamento de Marketing que se celebrará en Septiembre, el año pasado contó con 31 asistentes.
    - Celebradas en la primera quincena julio 2014, salvo la Jornada Anual de MKT que es en septiembre 2014.
  - El Departamento de Idiomas mantiene una reunión global al año en Madrid, y otra en cada Campus, con los profesores correspondientes.
  - Asistencia a los claustros mayor al 70%, lo que se valora muy positivamente.
- 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 sigue trabajando para elevar el nivel de inglés de los equipos directivos y del profesorado.
- Curso de emprendimiento para profesores en el Campus de Pozuelo.

En el curso 2012/13 se implantó un nuevo cuestionario bajo criterios Docentia de ANECA de los que ya tenemos resultados.

ESIC ha pasado en positivo el primer año del proceso DOCENTIA donde se evalúa la Actividad Docente del Profesorado.

Del total de profesorado auditado, 25 impartían clase en el Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas, de los cuales 22 fueron evaluados con una nota final de **NOTABLE**, y 2 con **FAVORABLE**. El informe completo puede verse en la web de ESIC:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-final-convocatoria-docentia-esic-2014.pdf>

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Tanto la formación continuada a través del portfolio de cursos de verano para profesores de ESIC, de diversas temáticas, como los datos positivos del proceso Docentia, donde se evaluaron a los profesores con mayor carga docente de la Titulación vienen a corroborar la mejora continua en la Calidad de los Profesores de la Titulación.

### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

#### **4.4. Programas de Movilidad del Profesorado**

En el curso 13/14 fueron 7 los profesores del Título que han participado en programas de movilidad por ERASMUS, siendo 4 y 3 en los años anteriores.

	<b>2012/13</b>	<b>2013/14</b>	<b>Variación</b>
Profesores con acuerdos ERASMUS	3	7	133%

**Fuente Oficina Internacional de ESIC**

##### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se ha incrementado considerablemente el número de profesores interesados en los programas de Movilidad de Erasmus, así como el número de plazas ofertadas.

##### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 5 OTROS RECURSOS

#### 5.1. Recursos físicos

El Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas de ESIC se imparte dentro del Campus de ESIC Pozuelo, el cual está dividido en las Áreas de Grado y Postgrado. El Área de Grado se encuentra localizado en el edificio principal de la Universidad.

Algunos recursos con los que cuenta este Área son:

- 39 aulas de formación con superficie aproximada de 2.200 metros cuadrados. (Todas las aulas están dotadas de equipos audiovisuales con cañón de proyección, atril, DVD, sonido y pantalla retráctil, ordenador, y conexión a Internet).
- 5 aulas de informática con 200 ordenadores completamente equipados tanto de hardware como de software (Entorno Microsoft, Programas específicos de diseño gráfico, estadístico y profesional).
- Salas de estudio en la Biblioteca para trabajo en grupo (6/8 alumnos) dotadas de aire acondicionado y conexión WiFi.
- 1 salón de Actos con capacidad para 200 personas
- Departamento de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales
- Departamento de Antiguos alumnos
- Departamento de Investigación
- Oficina Internacional
- Biblioteca física y virtual
- Aula Multimedia
- Editorial y Venta de Libros
- ESIC Idiomas
- TIC
- Cafetería y Autoservicio comedor y comedores privados
- Agencia de Viajes
- Servicio de Reprografía
- Capilla

Los alumnos del Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas, además de las instalaciones comunes, han usado este curso 15 aulas.

A escasos metros ESIC ha inaugurado este curso la nueva Biblioteca de Pozuelo de Alarcón que cuenta con más de 2.000 metros cuadrados, 155 puestos de estudio, 10 salas de estudio, 1 sala de conferencia para 45 personas y que podrá ser usada tanto por los alumnos de ESIC como alumnos de fuera del Campus.

Algunas mejoras realizadas sobre las Instalaciones del Campus han sido:

- El Edificio central del Campus de Pozuelo (Área Universitaria) se realizó la pintura del edificio para mantenimiento de Aulas y Pasillos.
- Nueva Plataforma Operativa y preparación del despacho para Agresso.

Además ESIC pone a disposición del alumno:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?s=sec60>

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14

## ESIC Business & Marketing School

### 5.2. Recursos humanos (PAS)

Existe una cultura de gestión de los Recursos Humanos centrada en la cercanía y en el mantenimiento del personal.

Se está produciendo un aumento de incorporación de Personal a diferentes áreas y campus de la Escuela para dar respuesta a las necesidades existentes.

Anualmente ESIC realiza una encuesta para conocer la opinión de los Trabajadores de ESIC. Los resultados de este estudio pueden verse en el apartado 7.8.3 y 7.8.4 de este mismo Informe.

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en la finalización del curso 2013/2014 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 ha sumido las funciones de Director del Departamento Académico de Formación Humana, hasta la fecha dirigido por Simón Reyes Martínez-Córdova.
- Julio Alard, al inicio del nuevo curso 2013/14, se hace cargo como 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 ha asumido la Dirección del Departamento Académico de Dirección de Empresas, responsabilidad que tenía hasta su fallecimiento Enrique Roldán.
- Daniel del Castillo sustituye, como Coordinador Nacional de Grado, a Alicia Coronil, que ha pasado a desempeñar nuevas responsabilidades profesionales en el “Círculo de Empresarios”, manteniendo su vinculación docente con ESIC.
- Al finalizar el curso 2013/14, el departamento de Matemáticas se integra en el departamento de Investigación de Mercados, que cambia su denominación a “Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos”.

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

## **6 MEMORIA DE ACTIVIDADES**

### **6.1 Actividades desarrolladas**

- Desarrollo de nuevas Titulaciones para Grado.
  - International Business
  - Digital Business
- Fomento de la enseñanza de Inglés.
  - 159 alumnos han obtenido un Título Oficial en Idiomas (BEC), sobre 149 en 2012/2013.
  - Tres grupos han sido íntegramente en inglés.
- Seguimiento de Títulos.
  - Elaboración de los Informes de Titulación, tanto los de la URJC como los de Seguimiento de ESIC.
  - Sesión de formación e inmersión sobre los protocolos de Seguimiento y Renovación de Títulos, impartido por Carlos Arias, exvicorrector de Calidad de la Universidad de Sevilla y Jefe Auditor en el proceso de Auditoría externa bajo AUDIT.
- Calidad.
  - AUDIT. Formación Interna y Auditoria Interna y Externa.
  - Informe final recibido en julio, con resultado FAVORABLE.
  - Transición entre la gestión de la calidad centrada en ISO 9000 (Áreas Académicas) a la gestión de la calidad según AUDIT (Áreas Académicas y Titulaciones).
  - Auditoria Externa ISO 9000, se llevó a cabo las Auditorías internas y externas con resultado FAVORABLE.
- Participación en la elaboración de un nuevo Folleto de Carreras Universitarias
- Programa de Continuidad (+1) Másteres pre-experience. Nuevo esquema para las Sesiones Informativas.
- Fomento de la Iniciativa Emprendedora en Grado:
  - Este año el Meet de Empresas y Empleo se abrió también al emprendimiento.
  - Jornada sobre Emprendimiento, en la que participaron Alumnos y Antiguos alumnos de Grado.
  - Se cuenta con dos premios relacionados, Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora (Creación de Empresas) y Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora, en TFG.
  - En los Trabajos Fin de Grado se incorporó un nuevo tema en las diferentes carreras, para que en todas exista la posibilidad de desarrollar Iniciativas Emprendedoras, este año ya el 50% de los TFG se hicieron de este tema.

#### **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**

- 3<sup>er</sup> Encuentro Anual de profesores del Departamento de Dirección de Empresas (Valencia, julio 2014).

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

- 6º Workshop on Marketing Trends del Departamento de Dirección de Marketing (Navarra, septiembre 2013)
- 2º Encuentro Anual de los profesores de los Departamentos de Comunicación y de Publicidad (Salamanca, julio 2014).
- Dirección y Desarrollo de la Sección de Arte y Cultura (ESIC Alumni).
- Cursos de refuerzo para Alumnos.
- Cursos de Verano para profesores.
- Jornadas Anuales Departamentales (Madrid)
- 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.
- Foro de Debate, sobre Temas Sociales y Ética.
- Fight 2 Learn. Análisis de la posibilidad de implantación de un juego, vía móvil, para evaluar conocimientos en áreas específicas, con el apoyo de Executive Education.

**Actividades Externas**

- “Mesías”: Inteligencia de Marca España, a iniciativa del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Con la Dirección y Coordinación del Director del Dpto. de Dirección de Marketing. 10 Directores de Célula y 106 personas implicadas.
- 10ª edición Premios ESIC-CREA (Fundación CEA). Seguridad vial carnet por puntos.
- 10ª edición Premios Plan de Marketing en el Sector Hotelero ( CAREM )
- 6ª edición Premio ESIC a la Iniciativa Emprendedora (La Caixa / Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid).
- 1ª Edición Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora en TFG (La Caixa).
- Organización y Coordinación de la 7ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Marketing (AEDEM 14).
- Organización y Coordinación de la 7ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Administración de Empresas (AEDEM 14).
- Laboratorio de Marketing ESIC, 4 talleres con 437 participantes. “La Noche de los Investigadores” (URJC/ESIC).
- Participación en “Hoy es Marketing”.
- Concurso Marketing Predator, en Facebook.
- Participación en el “Modelo ESIC de Valoración de Deportistas”.
- Dirección y Organización actividades de Voluntariado ESIC.
- Dirección Técnica en los procesos de Acreditación y Evaluación del personal de CAJAMAR. (2 convocatorias)
- Revistas Científicas de ESIC.
  - Editor en ESIC Market.
  - Dos nuevos números (9 y 10) editados en aDResearch ESIC.
- Elaboración de artículos periódicos para diferentes medios de comunicación.

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

## **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.

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](http://www.esic.edu) en el Apartado Garantía de Calidad/Institucionales.

#### **Propuestas de Mejora al Indicador**

No procede

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

## **7.2 Políticas**

Con la publicación de la Política de Calidad de ESIC se persigue la consecución de objetivos de mejora relacionados con alumnos, titulaciones, relaciones con otras organizaciones, cumplimiento de requisitos y asegurar unos niveles de calidad.

La aprobación de esta Política de Calidad de ESIC hace de guía para los diferentes grupos de interés y colaboradores de la Escuela, y que así sepan qué camino seguir para todo lo relacionado con esta misma.

Documentación Unidad Calidad 2013/14		
	Nueva Edición	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	11	0
Nuevas Políticas	0	4
Nuevos Manuales	1	0

### **Nuevas Ediciones:**

Manual de Calidad Ed.6  
3.50 Procedimiento de Prestación de Servicios Complementarios Ed.8  
3.50.10 Procedimiento de Prácticas Ed.4  
3.50.20 Procedimiento de Carreras Profesionales Ed.2  
GR.3.10 Diseño/Rediseño y Suspensión de Planes de Estudios Ed.5  
POST.3.10 Diseño/Rediseño y Suspensión de Programas Ed.6  
5.80 Satisfacción de Clientes (Grupos de Interés) Ed.6  
GR.2.30 Matriculación ed.3  
GR.2.40 Bienvenida ed.3  
GR.2.50 Becas ed.5  
GR.3.50 Programación clases, horarios, grupos y exámenes Grado ed.5  
GR.3.60 Formación, Aprendizaje y Evaluación ed.3"

### **Nuevos Documentos:**

Política de Perfil de Ingreso y Egresado de Grado y Postgrado Ed.0  
Política de Orientación al Estudiante de Grado y Postgrado Ed.0  
Política de Comisión Académica de Titulación de Grado y Postgrado Ed. 0  
Política de Inserción Laboral Ed.0

### **Análisis de Datos y Conclusiones**

Se mantiene la tendencia de revisión y creación para la mejora continua.

### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 7.3 Comisión de la 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-titulacion-esic-madrid-grado-14-15.pdf>

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

#### Acta de Reunión de Comisión de Titulación

##### Acta 1

Fecha: 03/02/2014. 15:00/16:00

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

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

D. Julio Alard (Director de la Titulación)

Dª. Gema Martínez (Coordinador de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. Ángel Luis Cervera y D. Lorenzo García

Experto Externo: Dª. Belén Ávila

Alumnos por Titulación: Bárbara Fanegas Rodríguez y Pablo Domínguez Agregan excusan su asistencia.

Unidad de Calidad: Gracia Serrano excusa su asistencia.

---

##### Temas a tratar:

Sin temas pendientes (seguimiento)

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

##### Constitución de la Comisión

- Constitución y publicación en la página web de ESIC

##### Objetivos de la Comisión

- Análisis de la situación académica del Grado en Publicidad en ESIC
- Propuesta de mejoras
- Control sobre los compromisos establecidos en la memoria vigente

##### Líneas de actuación

- Comprobación del grado de cumplimiento respecto a la Memoria verificada
- Elaboración del Informe Anual de la Titulación
- Mayor cercanía con los Coordinadores de Título de la URJC

##### Ruegos y preguntas

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

**Acta 2**

Fecha: 11/07/2014. 10:00/11:30

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

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

D. Julio Alard (Director de la Titulación)

Dª. Gema Martínez (Coordinador de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. Francisco Moreno Rey

Experto Externo: Dª. Belén Ávila

Alumnos por Titulación: Pablo Domínguez Agregan y Jorge García Martínez excusan su asistencia.

Unidad de Calidad: Gracia Serrano

Temas a tratar:

**Revisión acta anterior**

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

**Importancia de los modelos AUDIT y DOCENTIA**

- Comunicación de los aspectos más relevantes del informe (AUDIT)
- Comunicación de la elaboración de un PAM (Plan de Acción de Mejora) con la estructura:
  - o Acciones
  - o Responsables
  - o Recursos
  - o Fecha de solución
- Proceso de evaluación DOCENTIA
  - o Participación de 42 profesores, 8 de Valencia y 34 de Pozuelo con un sistema de ponderación (20% Profesor, 30% Director de departamento y 50% Alumnos)

El Vicedecano recalca para terminar la importancia que tiene estos procesos de Calidad para el devenir de la Escuela y de sus títulos universitarios.

**Preparación auditoría**

- Análisis de la situación del título y revisión de la página web

## **7.4 Comité Académico de Grado**

El Comité Académico de Grado se reúne una vez al mes y las **Actas de las Reuniones** realizadas por el Comité están en el Área Académica de Grado Responsabilidad del Vicedecano de Grado.

## **7.5 Reuniones otros equipos**

**Tutores**

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

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

**Acta 1**

Fecha: 26/09/2013

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General y Vicedecano

Otros invitados: Coordinador Académico de Grado, 12 Tutores

Ausencia justificada de Rafael Ortega (Decano) y de Javier Uruñuela (Coordinador Académico de Grado)

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (16.07.2013)

Nuevos temas tratados:

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

Incorporación de los nuevos tutores para este curso.

Se reflejaron datos de las matriculaciones del año académico y se informe que ya se está trabajando en los Cursos "0" de este año.

Se trata la elección de delegados con paridad de sexo y se recomienda leer la Guía Académica en cuestiones como las condiciones para pasar al siguiente curso, niveles mínimos de asistencia para acceder a la evaluación continua, así como a las normas de disciplina.

**Plan de acción y apoyo al alumno**

Lanzamiento de un plan de acción y apoyo al alumno denominado "Plan de Generación de hábitos de estudio" destinado a aquellos alumnos que tienen dificultades en asignaturas como Estadística, Matemáticas, Macroeconomía, Microeconomía, Contabilidad e Informática.

**Intervención de los tutores y coordinación académica**

Intervención para informar sobre las sensaciones que le han transmitidos los grupos de los que son responsables en las primeras semanas del curso.

Desde coordinación se hace hincapié en la importancia de los tutores en las primeras semanas de curso.

**Departamento de Humanidades**

Se pide comunicación de la existencia de actividades de voluntariado, grupos de reflexión, y preparación para la Confirmación, que la Escuela pone a su disposición.

El Director General da sus impresiones y se despide agradeciendo la colaboración a los asistentes y cerrando la reunión.

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

**Acta 2**

Fecha: 13/02/2014

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Otros invitados: los 2 Coordinadores Académicos, 12 Tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (26.09.2013)

Nuevos temas tratados:

El Decano Agradece la labor desempeñada por los tutores, ya que en su opinión es muy positiva tanto para los alumnos como para ESIC. Ofrece su disponibilidad y apoyo a los tutores.

El Vicedecano da a conocer los datos del Plan de “Generación de Hábitos de Estudio” y se tratan temas generales de la escuela. (Graduación, contestador de tutores, jornadas de Salamanca, ciclos Formativos Superiores, Campus, Plan de Continuidad 4(+1), nueva plataforma Informática y Calidad)

Intervención de los tutores para informar sobre las sensaciones de sus grupos y Coordinación Académica de Grado considera como tranquilo el primer semestre.

El Director General da sus impresiones respecto a la Calidad de la escuela y se despide agradeciendo la colaboración a los asistentes y cerrando la reunión.

**Acta 3**

Fecha: 09/07/2014

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Otros invitados: Anabel Arana, 11 tutores

Ausencia justificada de Javier Uruñuela (Coordinador Académico de Grado) y de Maite Palomo (tutora)

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (13.02.2014)

Nuevos temas tratados:

Se destacaron temas relevantes respecto a la labor de los tutores.

Otros temas tratados fueron el nuevo Campus Virtual, nuevas Titulaciones, sedes y Ciclos Formativos Superiores.

Intervención de los tutores para informar sobre las sensaciones de sus grupos y Coordinación Académica de Grado resume el año como normal, ya que se fueron solucionando diversos problemas que se plantearon durante el curso.

El Vicedecano trata varios temas como nuevas herramientas para los tutores, evolución de la asistencia durante las primeras semanas y actos de presentación del nuevo curso.

Para concluir el Director General agradece a los Tutores su dedicación y comenta la buena impresión que percibió el ponente en el curso de tutores, comentando que le gusta mucho la iniciativa de ESIC de utilizar la figura del tutor en una escuela universitaria dedicada a la empresa y al marketing.

Consolidación año tras año de la figura del tutor.

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

Finalmente se despide deseando al resto de asistentes que disfruten su periodo de vacaciones y con esto da como concluida la reunión.

**Delegados**

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

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

## **7.6 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, que también fue distribuido a nivel departamental. Es de cumplimiento obligatorio.
- 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 índices de Rendimiento inferiores al 65%.
  - Revisar con los Directores aquellas asignaturas que no alcancen ese índice.

### **7.6.1 Análisis Evaluación del Aprendizaje**

2012/13			2013/14		
TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO
92,20%	93,30%	86,00%	89,84%	92,26%	82,89%

Fuente Secretaría General de ESIC

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

**7.6.2 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)**

**Curso Académico 2013/14**

<b>Curso</b>	<b>Asignatura</b>	<b>T RENDIMIENTO</b>	<b>T SUPERACIÓN</b>	<b>T PRESENTACIÓN</b>
1	Fundamentos de la Publicidad	87,2%	91,9%	94,9%
1	Principios de Economía	62,2%	81,1%	76,7%
1	Marketing	86,0%	91,1%	94,4%
1	Teorías de la Comunicación	95,5%	96,2%	99,2%
1	Historia del Mundo Actual	75,3%	87,6%	85,9%
1	Lenguaje en la Publicidad y la Empresa	91,5%	93,8%	97,5%
1	Fundamentos de la Publicidad	86,5%	92,3%	93,8%
1	Fundamentos de las Relaciones Públicas	88,8%	89,5%	99,2%
1	Teoría de la Información	73,5%	88,7%	82,8%
1	Estructura Social Contemporánea	90,3%	94,5%	95,6%
1	Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información	86,8%	89,6%	96,9%
2	Organización y Administración de Empresas	95,8%	96,6%	99,1%
2	Planificación Estratégica Publicitaria	78,6%	88,1%	89,2%
2	Sociología del Consumo	83,5%	91,7%	91,0%
2	Documentación Informativa	83,1%	89,0%	93,3%
2	Derecho de la Comunicación	88,0%	92,6%	95,0%
2	Dirección de Comunicación	92,5%	93,3%	99,1%
2	Estrategias Creativas en Publicidad	91,1%	94,4%	96,6%
2	Lenguaje y Tecnologías Audiovisuales	70,1%	84,0%	83,5%
2	Pplos. Jurídicos Básicos: Deontología Profesional e Igualdad	75,6%	87,8%	86,1%
2	Idioma Moderno (Inglés IV)	76,8%	85,6%	89,7%
3	Creatividad en la Elaboración del Mensaje Publicitario	94,7%	96,0%	98,6%
3	Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas	89,7%	90,3%	99,2%
3	Técnicas y Recursos de Relaciones Públicas	94,5%	94,5%	100,0%
3	Diseño Gráfico y Dirección de Arte	91,6%	91,6%	100,0%
3	Estructura del Sistema de Medios	87,4%	89,9%	97,2%
3	Procesos Periodísticos y Relaciones con los Medios	78,0%	87,3%	89,3%
3	Gestión de la Comunicación	92,5%	94,6%	97,8%
3	Empresa Publicitaria y Gestión de Cuentas	89,0%	91,6%	97,2%
3	Investigación de Audiencias y Planificación de Medios	86,8%	92,8%	93,6%
3	Comunicación Multimedia	92,6%	93,2%	99,3%
4	Métodos de Investigación en Comunicación	81,4%	93,0%	87,5%
4	Publicidad Interactiva	87,7%	94,3%	93,0%
4	Estadística Aplicada a la Comunicación	81,5%	88,5%	92,2%
4	Psicología de la Comunicación	95,1%	96,7%	98,3%
4	Seminarios de Informática	84,7%	89,3%	94,9%
4	Prácticas Externas	87,4%	87,4%	100,0%
4	Proyecto Fin de Grado	70,3%	70,3%	100,0%

**Fuente Secretaría General de ESIC**

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)**  
**Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

**7.6.3 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento**  
**Curso Académico 2013/14**

<b>Curso</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Matriculados</b>	<b>Aprobados</b>	<b>Suspensos</b>	<b>No Presentados</b>	<b>Presentados</b>
1	Fundamentos de la Publicidad	86	75	11	7	79
1	Principios de Economía	143	89	54	27	116
1	Marketing	157	135	22	14	143
1	Teorías de la Comunicación	132	126	6	5	127
1	Historia del Mundo Actual	186	140	46	23	163
1	Lenguaje en la Publicidad y la Empresa	129	118	11	8	121
1	Fundamentos de la Publicidad	52	45	7	4	48
1	Fundamentos de las Relaciones Públicas	143	127	16	15	128
1	Teoría de la Información	151	111	40	17	134
1	Estructura Social Contemporánea	145	131	14	8	137
1	Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información	144	125	19	15	129
2	Organización y Administración de Empresas	119	114	5	4	115
2	Planificación Estratégica Publicitaria	126	99	27	15	111
2	Sociología del Consumo	121	101	20	10	111
2	Documentación Informativa	118	98	20	13	105
2	Derecho de la Comunicación	108	95	13	8	100
2	Dirección de Comunicación	120	111	9	8	112
2	Estrategias Creativas en Publicidad	124	113	11	7	117
2	Lenguaje y Tecnologías Audiovisuales	144	101	43	23	121
2	Pplos. Jurídicos Básicos: Deontología Profesional e Igualdad	131	99	32	16	115
2	Idioma Moderno (Inglés IV)	125	96	29	18	107
3	Creatividad en la Elaboración del Mensaje Publicitario	150	142	8	6	144
3	Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas	145	130	15	14	131
3	Técnicas y Recursos de Relaciones Públicas	145	137	8	8	137
3	Diseño Gráfico y Dirección de Arte	155	142	13	13	142
3	Estructura del Sistema de Medios	159	139	20	16	143
3	Procesos Periodísticos y Relaciones con los Medios	150	117	33	19	131
3	Gestión de la Comunicación	147	136	11	8	139
3	Empresa Publicitaria y Gestión de Cuentas	154	137	17	13	141
3	Investigación de Audiencias y Planificación de Medios	152	132	20	11	141
3	Comunicación Multimedia	148	137	11	10	138
4	Métodos de Investigación en Comunicación	129	105	24	9	120
4	Publicidad Interactiva	122	107	15	7	115
4	Estadística Aplicada a la Comunicación	130	106	24	15	115
4	Psicología de la Comunicación	123	117	6	4	119
4	Seminarios de Informática	131	111	20	14	117
4	Prácticas Externas	127	111	16	16	111
4	Proyecto Fin de Grado	145	102	43	43	102

**Fuente Secretaría General de ESIC**

**Análisis de Datos y Conclusiones:**

Del análisis de la Distribución de Calificaciones se observan unas tasas de rendimiento muy altas para las distintas asignaturas que conforman el Plan de Estudios de la Titulación. Todo ello avala las bondades de la evaluación continua implantada en todas las asignaturas.

**Propuestas de Mejoras al Indicador** No procede

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 7.7 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](http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php)

Proceso de reconocimiento y sugerencias: [http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso\\_sugerencias\\_E.pdf](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:

#### 7.7.1 Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)

##### Reconocimientos

		2012/13	2013/14	Variación
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	0
	Nº Felicitaciones	0	1	100%
	Nº Quejas	0	0	0%
Área Gestión	Nº Sugerencias	1	12	1100%
	Nº Felicitaciones	0	1	100%
	Nº Quejas	1	14	1300%
TOTAL	Nº Sugerencias	1	12	1100%
	Nº Felicitaciones	0	2	100%
	Nº Quejas	1	14	1300%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

##### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa un incremento tanto en el número de sugerencias, como en el de felicitaciones y quejas. Estos incrementos han sido como consecuencia de 2 hechos puntuales: 1. Cambio de Plataforma y la adaptación consiguiente a la misma y, 2. Cambio de horario de la graduación (por motivo de aforo) de los alumnos, lo que provocó un recelo inicial al nuevo horario

Hacemos notar que todas las reclamaciones y sugerencias hacen referencia a Áreas de Gestión no Académicas.

##### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

## **7.8 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés**

### **7.8.1 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. Debido a un cambio de plataforma informática de gestión, no se tienen accesibles los datos de valoración del 2º semestre.

Media global de 7,42 que se ha reducido desde el 7,5 del curso pasado. Analizándolo por curso es en cuarto y en segundo donde mejor puntuación recibe el profesorado superando en ambos años el 7,5.

#### **Satisfacción con la titulación**

Se ha conseguido alcanzar una valoración final superior a 7,3 en las encuestas de satisfacción sobre la titulación, destacándose por parte de los alumnos la Formación Integral, los resultados del programa y sobre todo el personal docente que forma parte de la Titulación.

Las infraestructuras alcanzaron un 6,9 y la atención al estudiante 6,4. Si se analizan estos mismos aspectos al preguntar en 2º Curso, las mismas respuestas en las encuestas alcanzaban un 6,5 y un 4,9.

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se observan resultados positivos, destacándose la satisfacción global por la Titulación, en los índices de Formación Integral, Resultados del Programa y Personal Docente del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Esto se refuerza valorándose con cerca del 7,3 las expectativas de futuro del título. En 2º no alcanzaba el 5.

#### **Propuestas de mejora al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 7.8.2 Satisfacción de Egresados

ESIC lanzó un plan de encuestas para la satisfacción del egresado recibiendo los datos en el curso 2013/14. Su lanzamiento y recepción de datos ha permitido conocer las motivaciones y pensamientos de sus alumnos al salir de la escuela.

La encuesta se hizo para todos los títulos de Grado con los siguientes resultados:

El 57,4% de los egresados son hombres, de nacionalidad española (96,1%) y donde el 71,5% tiene menos de 29 años.

Para el 62,9% de los egresados el título de ESIC fue su primera opción en el momento de la preinscripción y el 89,8% lo cursó en los años establecidos para el mismo.

La nota media obtenida por los egresados fue un 11,3% sobresaliente, un 67,2% notable y un 21,5% aprobado.

La mayoría de los egresados (69,5%) realizó **prácticas en empresas** a través del departamento de prácticas de ESIC con un nivel medio de satisfacción de 7,22 en una escala de 0 a 10.

Un 16,0% de los egresados realizó algún programa de movilidad en el extranjero a través de los convenios de ESIC, de los cuales, el 36,6% desarrolló el programa en Francia, un 14,6% en Reino Unido y un 2,4% en Alemania.

El nivel de **satisfacción medio con el programa de movilidad** realizado en el extranjero fue de 8 sobre 10 de valoración.

Aunque son numerosas las **razones que determinaron la decisión final de estudiar en ESIC**, la principal, con diferencia, es la "reputación que ESIC tiene en el área de marketing" (65,6%). A continuación, se sitúan "tendré trabajo cuando termine la carrera" (28,5%), "me la recomendaron en el instituto/colegio" (22,3%) o "conozco buenos profesionales que estudiaron en ESIC" (21,9%).

El **nivel medio de satisfacción** obtenido por los egresados al finalizar el programa fue de 7,56 sobre 10. Un 52,0% de los egresados encontraron su primer trabajo o cambió el empleo que estaba desarrollando durante el programa. Éstos lo hicieron en menos de 3 meses desde que empezaron a hacerlo de manera activa (69,2%).

Los egresados que encontraron su **primer trabajo** o cambiaron el empleo que estaban desarrollando durante el programa desempeñaron este empleo en empresas de "más de 500 empleados" (31,6%), ubicadas en Madrid (66,9%) y alcanzaron un salario medio neto mensual entre los "601 y 1.200 euros" (63,2%).

Sobre el **empleo actual**, el 54,3% de los egresados están trabajando actualmente por cuenta ajena, un 24,6% está desempleado y en busca de empleo, un 10,9% continúa su proceso de formación, un 7,0% está trabajando por cuenta propia y un 3,1% creando su propia empresa.

Respecto al tramo salarial, un 87,9% tiene **salario medio neto mensual** "inferior a los 2.000 euros". Los "contactos personales" (35,8%), la "auto-candidatura" (24,9%) y el "departamento de carreras profesionales de ESIC" (13,3%) fueron útiles como medio para encontrar el empleo actual. El nivel de satisfacción medio con el empleo actual es de 7,24 y una desviación de 2,29.

El "trabajo en equipo", la "expresión oral" y la "formación práctica" son los **aspectos mejor valorados por los egresados en relación con la formación recibida en ESIC**.

Los "idiomas" y la "habilidad de documentación" son los aspectos con la valoración media más baja. En relación con la utilidad y repercusión en su actual/último empleo, los aspectos relacionados con la "formación práctica", la "expresión oral" y la "gestión" son los que se han considerado de **mayor utilidad por los egresados**. Por el contrario, la "formación teórica" y los "idiomas" son los aspectos considerados de menor utilidad/repercusión en su actual/último empleo.

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

La mayoría de los egresados se muestran satisfechos con los estudios realizados, de hecho el 74,2% volvería a estudiar el programa cursado y un 79,7% volvería a estudiar en ESIC si tuviese que elegir de nuevo.

Respecto a las **expectativas**, el 45,3% de los egresados considera que su actual situación laboral es mejor o igual de lo esperado que cuando inició el título de ESIC.

Puede verse el informe completo en: <http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-de-insercion-laboral-de-grado-2013.pdf>

**Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se considerar que el nivel medio de satisfacción obtenido por los egresados al finalizar el programa 7,56 sobre 10 es un ratio óptimo. Aunque se intenta mantener una alta proximidad a los alumnos egresados, es necesario mantener esa cercanía y la apuesta por el colectivo Alumni de la Titulación.

**Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 7.8.3 Satisfacción de Personal Docente

Durante el curso 2013/2014 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigidas a los Profesores** que imparte clases en este título, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,8 y el 9,5 sobre 10. La variable mejor valorada fue haber podido realizar las actividades de evaluación previstas junto a las prácticas y temario en plazo. Otros aspectos destacados fueron el desarrollo de las tutorías y el seguimiento docente para mejorar los resultados de la materia. Todos los aspectos sobre los que se preguntaron se dan por válidos al tener desviaciones adecuadas excepto las dos preguntas donde su desviación fue superior a 2, y por ello hace que deban ser estudiadas más a fondo en un futuro, esto ocurrió en los conocimientos previos del alumno sobre la materia y en la valoración sobre las salas de reuniones o despachos.

Preguntas	Media
¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	9,3
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,4
¿Se han desarrollado las tutorías?	8,9
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,5
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,8
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,6
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,7
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	8,3
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	8,1
Aula	8,3
Salas de Reuniones y/o Despachos	7,7
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,5
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	9,0
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	8,5
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,7

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observan resultados positivos en todas las cuestiones planteadas. Destacamos que la evaluación continua, es percibida por el profesorado como una herramienta que permite mejorar los resultados de la materia (9 sobre 10).

El índice más bajo “*los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia*” se sitúa en una puntuación cercana a 7. Hacemos notar, que este dato puede variar de una materia a otra, y que a lo largo del periodo de impartición de la asignatura el profesorado, junto con el coordinador de la asignatura y los Directores de Departamento, trabajan para mejorar ese gap.

#### Propuestas de mejora al Indicador

**Mejora:** Trabajar con informes propios para conocer la situación del personal docente.

**Causa:** Trabajo con datos propios que mejoren la eficacia del indicador

**Acciones a Desarrollar:** Puesta en marcha de las encuestas (tanto para el personal de apoyo como para el personal docente) y permitir lanzarlas desde la plataforma propia.

**Responsables:** Miembros del equipo de trabajo, Departamento de Calidad y Sistemas.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.007

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

### 7.8.4 Satisfacción de Personal No Docente

Durante el curso 2013/2014 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigida al Personal de Apoyo** de este título, con unos resultados positivos que variaron entre el 5,9 y el 8,3 sobre 10. La variable mejor valorada fue la gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito. Otros aspectos destacados fueron el trato con los alumnos y el profesorado del título. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y que han dado desviaciones mayores a 2, en este caso la mitad de las respuestas superaban este indicador.

Preguntas	Media
Disponibilidad de la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.).	7,8
Trato con los estudiantes del título.	8,2
Trato con el profesorado del título.	7,9
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.).	8,0
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.).	8,3
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título.	7,0
Plantilla suficiente de personal de administración para atender correctamente la gestión administrativa del título.	5,9
Plantilla suficiente de personal de servicios (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título.	6,2
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título.	7,5

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Aunque la mayoría de los datos relativos al personal de apoyo no docente, son positivos, se destaca una baja puntuación relativa a la suficiente plantilla de personal de administración para atender correctamente la gestión administrativa del título. Se hace notar que se han incorporado personal para atender estas labores administrativas.

#### Propuestas de mejora al Indicador

**Mejora:** Trabajar con informes propios para conocer la situación del personal no docente.

**Causa:** Trabajo con datos propios que mejoren la eficacia del indicador

**Acciones a Desarrollar:** Puesta en marcha de las encuestas (tanto para el personal de apoyo como para el personal docente) y permitir lanzarlas desde la plataforma propia.

**Responsables:** Miembros del equipo de trabajo, Departamento de Calidad y Sistemas.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.008

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**ESIC Business & Marketing School**

**7.8.5 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:**

Los representantes externos de apoyo a la Comisión de Titulación de Publicidad y Relaciones Públicas ejercen una importante función, actuando como “antenas” sobre la evolución de las competencias y necesidades de la profesión. Todo esta información es tenida puntualmente en cuenta.

**Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

**7.8.6 Satisfacción Prácticas Profesionales**

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.

El objetivo del Proyecto es resumir la información aportada por los alumnos participantes en Programas de Prácticas, obtenida mediante el cuestionario de Valoración de Prácticas.

Todas las valoraciones que han dado los alumnos en la encuesta a las preguntas planteadas han alcanzado medias desde 5,2 hasta 8,6, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10.

Los alumnos valoran positivamente la acogida por parte de la empresa y por el tutor en su incorporación a las prácticas y también el ambiente de trabajo durante el periodo en el que las han realizado. Otros aspectos muy bien valorados por los alumnos del título fueron la disponibilidad de medios, la información proporcionada sobre la empresa, el seguimiento por parte del tutor y las competencias adquiridas.

Deberían estudiarse algunos aspectos como la gestión y orientación prestada por el Departamento de Prácticas, la compatibilidad con las obligaciones académicas presenciales y la información en la web. Todo ello hace que la satisfacción general con el departamento de prácticas sea el aspecto peor valorado en la encuesta.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

Preguntas	Media
Información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC	5,7
Satisfacción con la amplitud de la oferta de prácticas en empresa	6,0
Información recibida acerca del proyecto formativo de tus prácticas externas (objetivos, actividades a realizar, criterios de evaluación...)	5,9
Procedimiento de selección y adjudicación de prácticas externas	6,0
Adecuación del momento de realización de las prácticas externas dentro del Plan de Estudios	5,8
Gestión y orientación prestada por el Departamento de Prácticas de ESIC	5,5
Adecuación de la estancia en la empresa o institución en relación con el periodo que estimas conveniente para tu formación práctica	7,1
Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la Universidad	5,5
Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC	5,5
Acogida por parte de la empresa o institución en mi incorporación a las prácticas	8,6
Adecuación de las tareas encomendadas a la titulación cursada	8,0
Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas	8,5
Disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas	8,4
Asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas	6,6
Atención brindada por el tutor académico cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea	6,5
Compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo	6,4
Sistema de evaluación académica de las prácticas externas	6,2
Acogida por parte del tutor de la empresa o institución	8,5
Organización de la actividad a desarrollar	8,1
Información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés	8,4
Formación complementaria que el tutor te ha proporcionado para la realización de las prácticas	8,1
Atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea	8,4
Seguimiento y supervisión por parte del tutor de la empresa o institución	8,4
Adquisición y desarrollo de competencias profesionales	8,4
Grado de relación entre las competencias adquiridas en la titulación y en las prácticas externas	8,1
Grado de posibilidad de aplicar en las prácticas los conocimientos adquiridos en tu titulación	7,9
Orientación profesional recibida durante la realización de las prácticas	8,1
Satisfacción con el cumplimiento del proyecto formativo de las prácticas externas	7,9
Valor añadido por las prácticas a la formación académica	8,0
Una vez finalizadas las prácticas externas ¿en qué medida han aumentado tus expectativas de obtener un empleo?	7,3
Satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas externas	8,2
Satisfacción general con el tutor de la empresa o institución	8,2
Satisfacción general con el tutor académico de ESIC	6,4
Coordinación tutor académico - tutor externo - estudiante	5,7
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC	5,2
Satisfacción global con las prácticas externas	7,7

### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Aunque los alumnos valoran positivamente la acogida por parte de la empresa y la satisfacción con el ambiente de trabajo, es necesario mejorar los índices que estén por debajo del 6. La mayor parte de ellos tienen que ver con el nivel de información, asistencia, o asesoramiento recibido.

### **Propuestas de Mejoras al Indicador:**

No procede

### **7.8.7 Satisfacción Programas de Movilidad**

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 2014/ 2015.

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14**  
**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>ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal\\_825-2009.pdf](http://srv.aneca.es>ListadoTitulos/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 currículum 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 (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# 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](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](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](http://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](http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf)

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
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](http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_evaluacion.php)

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)

## Curso Académico 2013/14

# ESIC Business & Marketing School

## 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](http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_mejora.php)

### 9.1.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2013/2014

**Las mejoras que se han implantado durante este año por Área son:**

- Incrementar la Oferta de Grados Oficiales con dos nuevos productos (International Business, en Valencia)
- Puesta en marcha Plan Especial para alumnos de 1º y 2º
- Consolidación de los Premios a la Excelencia (2ª edición), generando un clima de esfuerzo, exigencia y valores.
- Fomento del espíritu emprendedor entre los alumnos.
- Se ha generado una mayor vocación internacional.
- Mejorada la coordinación Global en base a las visitas a Campus y a los Cursos de Verano/Jornadas Departamentales.
- Mejorada 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.
- Mejora de la evaluación del desempeño académico y satisfacción del profesorado.
- Generar una percepción de mayor cercanía por parte de la Dirección Académica.

**Las mejoras que se han implantado durante este año por título son:**

- Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual Danos tu opinión entre todos los grupos de interés del Campus.

**Grado de Implantación:** Existe un enlace directo en la página principal de ESIC, con la pestaña “Tu opinión cuenta” en la parte inferior de la web.

Además dentro de cada título también se integra un apartado para el buzón de calidad.  
[http://www.esic.edu/calidad/buzon\\_virtual.php](http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php)

- Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa Docentia.

**Grado de Implantación:** Sin completar: No pudo llevarse a cabo dado que la plataforma planificada en inicio no funcionó para el curso 2013/2014, y no se pudo aplicar la asignación de encuestas a alumno con el mínimo de asistencia adecuado. Será una mejora para este próximo curso.

- Mayor participación de los alumnos en la respuesta de las encuestas.

**Grado de Implantación:** Realizado: Se realizarán encuestas a través de la nueva plataforma para mejorar la participación.

- 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.

**Grado de Implantación:** Realizado: Se realizó y está publicado en web:

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

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

- Plan de Encuestas a Alumnos de Prácticas Profesionales, Tutores Académicos.

**Grado de Implantación:** Realizado: Se realizó y está publicado en web:

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

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

**Grado de Implantación:** Realizado: nueva edición ajustándose a la Memoria verificada

## 9.1.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2014/2015

**Las mejoras que se han propuesto para este año por Área son:**

- Aumentar un 7% el número de alumnos en el próximo curso.
- Incrementar la Oferta de Grados Oficiales en los Campus.
- Progresar hacia un nuevo Modelo de Gestión que optimice tanto el seguimiento de las diferentes Titulaciones como las tradicionales Áreas de Conocimiento.

**Las mejoras que se han propuesto para este año por Título son:**

**Mejora:** Incluir en la información contenida el cuadro de abandonos la tipificación de la causa del mismo.

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.001

**Mejora:** Optimizar la difusión de la información del departamento de Carreras profesionales, y sobre las actividades de emprendimiento desarrolladas en ESIC entre los alumnos de 2º curso.

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.002

**Mejora:** Encuesta de egresados por titulación sobre aspectos como satisfacción, colocación o salario medio.

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.003

**Mejora:** Nueva web con diseño responsive y digitalización de la documentación para Premios Excelencia.

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.004

**Mejora:** Incrementar la participación e involucración de los alumnos de la titulación en los concursos extra académicos (Esicrea).

Mejorar la difusión de la información de los cursos del Aula Multimedia.

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.005

**Mejora:** Incrementar el número de publicaciones de casos de empresa relacionados con la publicidad y la comunicación, y de notas técnicas por parte de los profesores.

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.006

**Mejora:** Trabajar con informes propios para conocer la situación del personal docente.

**Tiempo Realización:** 2014/2015

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.007

**Mejora:** Trabajar con informes propios para conocer la situación del personal no docente.

**Código:** 2014.MEMORIA.GRPUB.008

**Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB)  
Curso Académico 2013/14  
ESIC Business & Marketing School**

## **10 CUADRO DE INDICADORES**

Ver información sobre indicadores en:

<http://www.esic.edu/pdf/resumen-de-indicadores-grpub-13-14.pdf>