

Memoria Anual del Programa

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas **(CESUGA)**

Curso Académico 2020-2021



CONTENIDOS

DIMENSIÓN 1. GESTIÓN DEL TÍTULO	5
Criterio 1. Organización y desarrollo	5
1. DATOS DE MATRÍCULA	5
1.1. Plazas de nuevo ingreso ofertadas	5
1.2. Número de alumnos matriculados	5
1.3. Número de alumnos matriculados en los diferentes cursos académicos	5
1.4. Vía de acceso al primer curso de los estudios	6
1.5. Nota media de acceso (PAU)	6
1.6. Análisis datos de matrícula	6
1.7. Tamaño de los grupos	6
1.8. Mecanismos de coordinación docente.....	6
2. CAMBIOS INTRODUCIDOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS	9
2.1. Modificaciones realizadas para el curso académico actual	9
2.2. Modificaciones comunicadas al Consejo de Universidades para el próximo curso académico	9
Criterio 2. Información y transparencia	9
Criterio 3. Sistema de garantía interno de calidad (SGIC)	10
3. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	10
3.1. Situación del sistema: modificaciones realizadas.....	10
3.2. Quejas y reclamaciones	10
3.2.1. <i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas</i>	10
3.2.2. <i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas)</i>	11
3.2.3. <i>Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones</i>	11
DIMENSIÓN 2. RECURSOS	11
Criterio 4. Personal académico	11
4. PROFESORADO	11
4.1. Datos profesorado	11
4.1.1. <i>Profesorado 2020-2021</i>	11
4.1.2. <i>Promedio de dedicación al título del profesorado</i>	13
4.1.3. <i>Perfil profesorado</i>	13
4.1.4. <i>Categoría del profesorado</i>	14
4.1.5. <i>Ratio alumnos/profesor</i>	14
4.1.6. <i>Participación del profesorado en proyectos en innovación docente</i>	15
4.2. Análisis profesorado.....	15
4.3. Calidad del profesorado	15
4.3.1. <i>Número de profesores/materia evaluados</i>	15
4.3.2. <i>Resultados de evaluación parcial del profesorado</i>	16
4.3.3. <i>Resultados de evaluación completa del profesorado</i>	16
4.3.4. <i>Análisis evaluación profesorado</i>	16
4.3.5. <i>Cursos de formación</i>	17
4.3.6. <i>Valoración de la actividad investigadora del profesorado</i>	17

Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios	22
5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	22
5.1. Infraestructuras	22
5.2. Personal de apoyo	23
5.3. Calidad de las prácticas externas	23
5.3.1. Evaluación de las prácticas externas	23
5.3.2. Entidades externas donde se han realizado las prácticas.....	23
5.3.3. Análisis calidad prácticas externas	24
5.4. Calidad del programa de movilidad	24
5.4.1. Evaluación del programa de movilidad	24
5.4.2. Destino de alumnos outgoing.....	24
5.4.3. Origen de alumnos incoming.....	24
5.4.4. Análisis calidad programa de movilidad	25
Criterio 6. Resultados de aprendizaje	26
6. MEMORIA DE ACTIVIDADES	26
6.1. Actividades destacadas	26
6.2. Actividades realizadas con empresas y otras entidades externas	27
6.3. Principales hitos del curso académico	27
7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	27
7.1. Distribución de calificaciones	27
7.2. Distribución de calificaciones por materia.....	27
7.3. Tasas de rendimiento	29
7.4. Tasa de rendimiento por materia	30
7.5. Tasa de éxito por materia	31
7.6. Tasa de evaluación por materia	32
7.7. Alumnos egresados	34
7.8. Conclusiones Junta de Evaluación	34
7.9. Acciones implementadas para fomentar la participación de estudiantes en el proceso de aprendizaje.....	35
7.10. Análisis evaluación del aprendizaje.....	35
Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento	35
8. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO	35
8.1. Satisfacción de los alumnos	35
8.1.1. Encuestas de evaluación.....	35
8.1.2. Reuniones de delegados.....	36
8.1.3. Análisis satisfacción alumnos.....	36
8.2. Satisfacción de los egresados	37
8.2.1. Encuestas de evaluación.....	37
8.2.2. Análisis satisfacción de egresados.....	37
8.3. Satisfacción del personal docente.....	37
8.3.1. Encuesta de satisfacción de los profesores con el programa.....	37

8.3.2.	<i>Reuniones de planificación, coordinación y evaluación</i>	38
8.3.3.	<i>Análisis satisfacción del profesorado</i>	38
8.4.	Satisfacción del personal no docente.....	38
8.4.1.	<i>Reuniones de personal no docente</i>	38
8.4.2.	<i>Análisis satisfacción personal no docente</i>	38
8.5.	Inserción laboral de los graduados.....	38
8.5.1.	<i>Datos inserción laboral al finalizar los estudios</i>	38
8.5.2.	<i>Análisis inserción laboral</i>	39
Orientación a la mejora		39
9.	SATISFACCIÓN DE AGENTES EXTERNOS	39
9.1.	Evaluador externo	39
9.2.	Seguimiento de recomendaciones de ANECA y ACPUA en sus informes	39
10.	PROPUESTAS DE MEJORA	39
10.1.	Mejoras implantadas durante el curso académico 2020-2021.....	39
10.2.	Propuestas de mejora para el curso académico 2021-2022.....	39
11.	REVISIÓN DE OBJETIVOS 2020-2021	40
12.	PLAN DE ACCIÓN 2020-2021	42
ANEXO 1: CUADRO DE INDICADORES		43

DIMENSIÓN 1. GESTIÓN DEL TÍTULO
Criterio 1. Organización y desarrollo
1. DATOS DE MATRÍCULA
1.1. Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de plazas de nuevo ingreso	40	40	40	40	40	40
Nº de grupos de teoría en 1º	1	1	1	1	1	1
Número de pre-inscripciones	10	20	12	16	16	18
RATIO PLAZAS DEMANDADAS / OFERTADAS	0,25	0,50	0,30	0,40	0,40	0,45

1.2. Número de alumnos matriculados

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Alumnos de nuevo ingreso en primer curso	8	15	11	13	19	14
Alumnos de nuevo ingreso en otros cursos	0	0	0	0	0	0
Alumnos matriculados curso anterior	NP	8	22	32	44	54
Graduados curso anterior	NP	NP	NP	NP	5	13
Bajas	0	1*	1**	1	4	2
TOTAL	8	22	32	44	54	53

* Un alumno cambió de grado en el segundo cuatrimestre.

** Baja a mitad de curso.

1.3. Número de alumnos matriculados en los diferentes cursos académicos

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Nº alumnos matriculados en 1º	8	16*	11	13	19	14
Nº alumnos matriculados en 2º	NP	7	16**	11	12	18
Nº alumnos matriculados en 3º	NP	NP	6	14	10	11
Nº alumnos matriculados en 4º	NP	NP	NP	6	13	10

* Un alumno cambió de grado en el segundo cuatrimestre.

** Un alumno se dio de baja a mitad de curso

1.4. Vía de acceso al primer curso de los estudios

VÍA DE ACCESO	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
PAU	6	14	4	1	1	0
EVAU	0	0	5	12	16	12
Bachillerato sin PAU	0	0	0	0	0	0
Formación Profesional	1	1	1	0	1	1
Con título universitario	1	0	0	0	0	0
Mayores de 25 años	0	0	0	0	0	0
Mayores de 40 años	0	0	0	0	0	0
Convalidación estudios extranjeros	0	0	1	0	1	1
Otros casos	0	0	0	0	0	0
TOTAL	8	15	11	13	19	14

1.5. Nota media de acceso (PAU)

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Nota de corte	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Nota media de acceso PAU	6,4	6,1	6,2	6,3	6,4	NP
Nota media de acceso EVAU	NP	NP	6,4	6,5	6,5	6,9

1.6. Análisis datos de matrícula

La **nota media** de acceso obtenida por los alumnos de CESUGA sigue subiendo en la EVAU. La nota de corte de nuestro competidor más próximo, el grado público que se imparte en Pontevedra (8,335) ha subido un poco respecto al año anterior.

La matrícula ha sufrido un leve descenso respecto del año pasado; entendemos que la situación COVID, no colaboró en absoluto en este punto.

1.7. Tamaño de los grupos

Con el número de alumnos matriculados se ha formado un único grupo en cada uno de los cursos existentes, lo que ha permitido realizar una destacada labor formativa y de seguimiento individual.

La nota media de satisfacción del alumnado con la labor docente del profesorado se ha situado en el notable (8,5) y es levemente superior al año anterior. El índice de respuesta ha sido muy positivo.

1.8. Mecanismos de coordinación docente

La coordinación de la labor docente del profesorado se ha procurado a través de:

- a) **Reuniones del claustro de profesores.** Además de la reunión de presentación e inicio de cada curso (punto b), con carácter mínimo y obligatorio, al menos se realiza una reunión cuatrimestral en la que se traten los resultados obtenidos por los alumnos en ese periodo y previa a la calificación final. Este

año las fechas fueron las siguientes: 7/02/2021 en el 1º cuatrimestre, y 20/05/2021 en el 2º cuatrimestre. De igual forma se realizó una reunión para la convocatoria extraordinaria de julio (13/01/2021). En estas reuniones participan la dirección del centro, la secretaría general académica y los responsables PAT, además del profesorado del grado.

De igual manera se realizan sendas reuniones, aproximadamente a mitad de cada cuatrimestre con la dirección del grado, que este año se llevaron a cabo en el primer cuatrimestre el 1/02/2021, y el 20/05/2021, para evaluar la marcha de la actividad docente y aportar sugerencias y posibles mejoras. Las reuniones de coordinación y evaluación tuvieron lugar el 5/10/2021, 21/05/2021 y el 7/06/2021. Hubo una reunión de profesores del grado con carácter extraordinario el día 11/02/2021 para tratar calendario de actividades. La incidencia del Covid ha supuesto que actividades de los docentes y reuniones se vieses reducidas desde marzo del 2020 por lo que se realizan con medios digitales lo que no altera el número de reuniones ni su frecuencia

- b) **Reuniones del profesorado con la dirección del centro** para tratar tanto temas individuales como generales respecto a la titulación. Este punto está asociado también a las reuniones citadas en el punto anterior. Este año hubo tres reuniones específicas de los directores de grado con la dirección del centro, (23/10/2020, 13/11/2020, 01/02/2020)
- c) **Reunión de la dirección del centro y responsables académicos con los delegados de estudiantes.** Se realizan dos reuniones al año, una por cuatrimestre (15/10/2020) y (2/03/2021), para recoger las peticiones de los estudiantes, sugerencias, etc., así como acordar iniciativas en las que estén interesados.
- d) **Reuniones periódicas de la responsable PAT con los delegados de estudiantes y con los estudiantes** a título individual.
- e) **Reuniones puntuales del coordinador de grado con delegados y/o alumnos para tratar temas de formación extracurricular, fundamentalmente, y temas académicos.**
- f) **Reuniones/consulta de la responsable tutorial con los profesores** para el seguimiento individual de los estudiantes, en especial con el Coordinador del grado.
- g) **Sesiones de organización/consulta entre los profesores de un mismo curso** (sistema de coordinación horizontal), especialmente en las materias que están vinculadas entre sí. Las actividades llevadas a cabo entre materias afines nos permitieron alcanzar un nivel de coordinación y cooperación muy elevado, especialmente para la creación de un grupo de investigación (10/05/2021, 18/05/2021)



The poster features the logos of 'ETHIC LAB' (with letters E, T, L, B in colored squares) and 'CESUGA' at the top left. The main title 'Networking session' is in large blue font. A QR code is shown with the URL 'https://mooli.me/n2C4g' above it. An illustration of a woman sitting at a desk with a laptop is on the right. The text on the left describes the session's purpose, location, and contact information.

Networking session

Reunión para desarrollar líneas y grupos de trabajo e investigación estratégicos de cara a publicaciones científicas y presentación de los posibles ámbitos en Humanidades digitales y Ética.
Lugar: Sala de Profesores
Día y hora a convenir por los asistentes.
Tiene carácter voluntario, para conocernos mejor y poner en valor nuestro trabajo.
Escanead este BIDI para conversar vía chat y concretar fecha. Gracias. Arantxa Serantes

Todas las actividades extraordinarias que se realizan en las diversas materias (presencia de invitados, charlas, visitas a empresas, exposiciones...) se coordinan internamente para buscar las mayores sinergias posibles con los grupos existentes en los cursos implantados e incluso otros grados, de forma que todos los potenciales interesados puedan beneficiarse de ellas. Se traducen además con anticipación en redes sociales.

Se realizaron también reuniones de coordinación para la web del centro el día 23/02/2021 entre departamentos comerciales y académicos.

En cuanto a calidad, se realizó una reunión el día 12/05/2021 y se entendió la necesidad de generar un sistema de calidad interno y propio.

h) **Sesiones de organización/consulta con los responsables de los distintos departamentos transversales** del centro y de la Universidad (Secretaría General Académica, Unidad Técnica de Calidad, Ordenación Académica, dirección de grado, plató). En especial, las conversaciones de profesores coordinadores de grado con la directora del grado en la Universidad San Jorge ha sido continua y satisfactoria, especialmente a la hora de coordinar temas académicos.

En resumen, con la ya definitiva implantación del grado, **los mecanismos de coordinación se han estabilizado** entre los componentes del grado y la tutora, manteniendo una especial colaboración permanente dirigida al seguimiento personalizado de los **resultados académicos del estudiantado**, complementados con las reuniones con la dirección y otros departamentos del centro y universidad.

2. CAMBIOS INTRODUCIDOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS

2.1. Modificaciones realizadas para el curso académico actual

MODIFICACIÓN	VALORACIÓN DE LA MODIFICACIÓN
NP	NP

2.2. Modificaciones comunicadas al Consejo de Universidades para el próximo curso académico

DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACIÓN	JUSTIFICACIÓN
NP	NP

Criterio 2. Información y transparencia

La información sobre la titulación de grado en CESUGA y en la Universidad San Jorge está organizada en dos tipologías generales:

1. Información abierta.
2. Información de acceso restringido a alumnos matriculados en la titulación correspondiente.

La información abierta consiste en toda la información acerca de la titulación publicada en la página **web** de la Universidad de San Jorge, en la página web del centro adscrito CESUGA, en páginas web o aplicaciones de otras organizaciones (ANECA, SIIU, CRUE, etc.) y en **folletos, redes sociales y otro material impreso**.

Durante el pasado curso se intensificó la campaña de marketing y comunicación dirigida a **estudiantes potenciales del centro**. La renovación de la web y una presencia muy activa en redes sociales nos trajo tráfico y captó el interés de muchos potenciales alumnos. Las visitas al centro y las consultas se intensificaron ampliamente.

Como ejemplo de esta actividad comparto el vídeo de la promoción del grado:

https://www.youtube.com/watch?v=X00kRVaeC_0

El público general tiene acceso libre a la información en la página web y cualquier persona que así lo solicita tendrá acceso a la información publicada en otros formatos. A destacar que se dispone de un **protocolo establecido para proporcionar información sobre el grado vía email** a quienes se dirigen al centro por este canal. <https://cesuga.com/contacto/>.

De igual forma, se continuó la labor de **promoción del centro a colegios, aunque las visitas presenciales tuvieron que anularse** debido a las condiciones COVID

La **información de acceso restringido** se trata de información más específica sobre los contenidos y organización del plan de estudios de la titulación por lo que únicamente los alumnos matriculados en la titulación tendrán acceso a la misma. La información está publicada en la **intranet** de la Universidad – la Plataforma Docente Universitaria (**PDU**) – en zonas específicas dedicadas a **Secretaría Académica** y otros departamentos y servicios del centro, como Calidad.

Los soportes de información que se utilizan son: página web, folletos publicitarios, guía informativa, guía de acceso, admisión y matrícula, plataforma docente universitaria (PDU), guía académica y guía docente.

Publicación de guías docentes en la web

<https://cesuga.com/plan-de-estudios/>

% GUÍAS DOCENTES PUBLICADAS EN PLAZO	JUNIO 2021		CURSO 2021-2022	
	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS
100%	1º, 2º, 3º, 4º	-	1º, 2º, 3º, 4º	-

La coordinación con USJ en la materia ha sido excelente, lo que ha permitido cumplir con las expectativas de publicación que se habían establecido.

Criterio 3. Sistema de garantía interno de calidad (SGIC)

3. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

3.1. Situación del sistema: modificaciones realizadas

No se han realizado modificaciones significativas en el sistema de gestión a lo largo del curso 2020-2021. Se realizó la reunión de la Comisión de Calidad el 30 de diciembre de 2019 para aprobar la Memoria correspondiente al curso académico anterior. Asimismo, se ha actualizado la documentación existente en el sistema de gestión según las necesidades detectadas por las distintas áreas, que se ha añadido al sistema de gestión.

PÁGINA WEB DE NORMATIVA Y CALIDAD:

<https://cesuga.com/normativa/>

3.2. Quejas y reclamaciones

3.2.1. Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas

TIPO	ALUMNOS	PERSONAL DOCENTE	PERSONAL NO DOCENTE	OTROS	TOTAL
Sugerencias	1	0	0	0	1
Incidencias	0	0	0	0	0
Reclamaciones	1	0	0	0	0
Agradecimiento	0	0	0	0	0
Comentario	0	0	0	0	0
Consulta	0	0	0	0	0

No conformidad	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0
Queja	0	0	0	0	1
TOTAL					2

3.2.2. Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas)

TEMA	TOTAL
Cafetería	0
Deportes	0
Transporte	0
Docencia	0
Ordenación académica	0
Plan de estudios	0
Prácticas externas	0
Movilidad	0
Otros	2
TOTAL	2

3.2.3. Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones

Existen mecanismos de seguimiento de sugerencias con los alumnos a través de las reuniones con los delegados y con el feedback diario a través del coordinador. Estas sugerencias no merecen ser tratadas en la memoria por ser insubstanciales.

Se aporta como única sugerencia por parte del alumnado, la adquisición de libros específicos de algunas materias que se echan en falta en la biblioteca.

Se formalizó una queja que no tiene nada que ver con los estudios, sino que expresaba el malestar de los alumnos ante la realidad incierta de si sus padres podrían acompañarles el día de su graduación en el hotel elegido para tal fin. Se resolvió sin problema.

DIMENSIÓN 2. RECURSOS

Criterio 4. Personal académico

4. PROFESORADO

4.1. Datos profesorado

4.1.1. Profesorado 2020-2021

CURSO: PRIMERO				
MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	1A	FERNÁNDEZ DE ROTA IRIMA	ANTONIO JOSÉ	6
LENGUA ESPAÑOLA Y COMUNICACIÓN	1A	GONZÁLEZ AMENEIRO	LYDIA	6
DOCUMENTACIÓN	1A	MARTÍNEZ RODRÍGUEZ	BEATRIZ	6

LENGUAJE AUDIOVISUAL	1A	GARCIA CHAS	LETICIA	6
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	1A	GARCIA ABAD	JOSÉ LITO	6
ENGLISH	1A	GONZALEZ DEL PONT	GLORIA	6
COMUNICACIÓN ESCRITA	1A	VELO	EMMA	6
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	1A	BORREGUERO VILLANUEVA	MARGARITA	6
HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	1A	FERNANDEZ DE ROTA IRIMA	ANTONIO JOSÉ	6
ARTE Y CULTURA CONTEMPORÁNEOS	1A	BLANCO	SILVIA	6
TOTAL				60

CURSO: SEGUNDO				
MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
HUMANISMO CÍVICO	2A	VARELA TEMBRA	JUAN	6
LITERATURA Y ANÁLISIS DE TEXTOS	2A	GONZALEZ DEL PONT	GLORIA	6
ECONOMÍA	2A	SALCINES	VENANCIO	6
DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE	2A	ARÉVALO GARCÍA MEJUTO	LORENA ANTONIO	3/3
FUNDAMENTOS DE MARKETING	2A	ALVAREZ FORTES	FRANCISCO	6
SOCIOLOGÍA	2A	FERNÁNDEZ DE ROTA IRIMA	ANTONIO JOSÉ	6
SISTEMAS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	2A	MARTÍNEZ RODRÍGUEZ	BEATRIZ	6
INTERCULTURAL COMMUNICATION	2A	GONZALEZ DEL PONT	GLORIA	6
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA RADIO	2A	GARCÍA CHAS	LETICIA	6
IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA	2A	BORREGUERO ARÉVALO	MARGARITA LORENA	3/3
TOTAL				60

CURSO: TERCERO				
MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
EXPRESIÓN GRÁFICA Y DIBUJO	3A	BLANCO AGUIEIRA	SILVIA	6
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	3A	GARCÍA MEJUTO	ANTONIO	6
CREATIVIDAD	3A	ARÉVALO	LORENA	6
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	3A	SUÁREZ TORRENTE	LUIS	6
PLANIFICACIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS	3A	BORREGUERO	MARGARITA	6
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	3A	GÓMEZ BARREIRO	SILVIA	6
ÉTICA	3A	SERANTES	ARANTXA	6
EMPRESA COMUNICATIVA	3A	ABAD	NEREA	6
PUBLICIDAD INTERACTIVA	3A	SUAREZ MOURIÑO	ADRIÁN	6
PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	3A	VELO	ENMA	6
MEDIA TRAINING	3A	CASTRO	MAR	6

COMUNICACIÓN Y MARKETING POLÍTICO	3A	FERNANDEZ	ANGELES	6
TOTAL				72

CURSO: CUARTO				
MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
PRÁCTICAS EN EMPRESAS	4A	BORREGUERO	MARGARITA	6
TRABAJO FIN DE GRADO	4A	BORREGUERO ARÉVALO GARCÍA ABAD	MARGARITA LORENA LITO	3/3/3
DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	4A	MARTINEZ	BEATRIZ	3
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	4A	BORREGUERO	MARGARITA	6
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	4A	FARALDO	CRISTINA	6
LIDERAZGO Y DESARROLLO PERSONAL	4A	PEREZ PALLAS	LARA	6
BRANDING	4A	BEMBIBRE	DANIEL	6
COMUNICACIÓN INTERNA	4A	RODRIGUEZ ARCA	LUISA	6
PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS	4A	CASTRO	MAR	6
ISSUE MANAGEMENT	4A	GARCÍA ABAD	JOSÉ LITO	6
COOLHUNTING	4A	PÉREZ PALLAS	LARA	6
RETAIL MARKETING	4A	VAZQUEZ LORENZO	SILVIA	6
NUEVAS FORMAS DE MARKETING	4A	SUAREZ MOURIÑO	ADRIÁN	6
TOTAL				78

4.1.2. Promedio de dedicación al título del profesorado

2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
60,8%	53,6%	68,8%	66,9%	74,1%	67,9%

4.1.3. Perfil profesorado

APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS	CATEGORÍA ACADÉMICA	ACREDITADO ANECA/ACSUG	SEXENIOS
MARTÍNEZ RODRÍGUEZ	BEATRIZ	15	Doctora	SI	-
GONZALEZ AMENEIRO	LIDIA	6	Doctora	SI	-
GARCÍA CHAS	LETICIA	12	Licenciada	NO	-
GARCÍA ABAD	JOSÉ LITO	15	Doctor	SI	-
FERNÁNDEZ DE ROTA IRIMA	ANTONIO JOSÉ	18	Doctor	SI	-
SUAREZ TORRENTE	LUIS	6	Licenciado	NO	-
ARÉVALO	LORENA	12	Doctora	NO	-
BLANCO AGUEIRA	SILVIA	12	Doctora	SI	-
BORREGUERO VILLANUEVA	MARGARITA	18	Doctora	NO	-
SERANTES	ARANTXA	6	Doctora	NO	-
CASTRO	MAR	12	Doctora	SI	-
GARCÍA MEJUTO	ANTONIO	9	Doctorando	NO	-
VAZQUEZ LORENZO	SILVIA	6	Licenciada	NO	-

VELO	ENMA	6	Licenciada	NO	
ALVAREZ FORTES	FRANCISCO	6	Doctor	NO	
VARELA TEMBRA	JUAN	6	Doctor	SI	
ABAD	NEREA	6	Licenciada	NO	
SALCINES	VENANCIO	6	Doctor	SI	
SUAREZ MOURIÑO	ADRIÁN	12	Doctor	NO	
PÉREZ PALLAS	LARA	6	Doctora	NO	
FARALDO CABANA	CRISTINA	6	Doctora	SI	
GONZÁLEZ DEL PONT	GLORIA	12	Licenciada	NO	
BEMBIBRE BELDA	DANIEL	6	Licenciado	NO	
GÓMEZ BARREIRO	SILVIA	6	Doctora	SI	

4.1.4. Categoría del profesorado

% profesores en cada categoría

	PREVISIÓN MEMORIA DE VERIFICACIÓN*	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018	2018- 2019**	2019- 2020	2020- 2021
% doctores acreditados	42,2%	37,5%	41,7%	47,6%	48,1%	39,3%	38,5%
% doctores no acreditados	21,1%	37,5%	33,3%	4,8%	11,1%	21,4%	23,0%
% doctorandos	36,8%	25,0%	0,0%	4,8%	3,7%	0,0%	7,6%
% licenciados/diplomados			25,0%	42,9%	40,7%	39,3%	30,9%

(*) Previsión para implantación completa de la titulación

% ECTS impartidos por cada categoría

	PREVISIÓN MEMORIA DE VERIFICACIÓN	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018	2018- 2019	2019- 2020	2020- 2021
% doctores acreditados	48,9%	33,3%	35,0%	58,9%	59,6%	61,6%	34,8%
% doctores no acreditados	20,0%	46,7%	37,5%	1,6%	10,0%	23,8%	31,5%
% doctorandos	31,1%	20,0%	0,0%	3,1%	1,1%	0,0%	7,6%
% licenciados/diplomados			27,5%	36,5%	30,4%	14,7%	26,1%

(*) Previsión para implantación completa de la titulación.

4.1.5. Ratio alumnos/profesor

	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018	2018- 2019	2019- 2020	2020- 2021
Alumnos matriculados EJC	8	22	33,1	42,5	53,1	54
PDI EJC	3,5	7,1	11,3	12	7,3	7,9
RATIO ALUMNOS/PROFESOR	2,3	3,1	2,9	3,5	7,3	6,8

4.1.6. Participación del profesorado en proyectos en innovación docente

PROYECTO	MATERIA	PROFESORES PARTICIPANTES
LAS HERRAMIENTAS AUDIOVISUALES COMO MEDIO DE EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE	Fundamentos de la Publicidad y las RRPP	Margarita Borreguero Villanueva
EL PODCAST COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	Teoría y técnica de la radio	Leticia Gonzalez Chas

4.2. Análisis profesorado

La labor de Cesuga desde la incorporación del grado de Publicidad y RRPP se ha centrado en la continua incorporación de nuevos profesores al grado en los que pesara notablemente la formación de doctorado. A mayores, se ha compaginado con un segundo criterio en la selección de docentes, consistente en la búsqueda de **profesionales con experiencia en la empresa**. La contratación ha buscado, pues, un equilibrio entre perfiles con solvencia y experiencia académicas previas, y otros que, manteniendo una reconocida trayectoria profesional, la compaginaran con una sólida formación para no renunciar así a ese vínculo que debemos mantener en el futuro entre la formación teórica del estudiante y su capacitación profesional. De cualquier forma, la ubicación geográfica de una carrera como esta hace extremadamente difícil la contratación de profesores doctores (y en su caso, acreditados), por lo que se prosiguió en la labor iniciada previamente de **gestión de posibles escenarios futuros** mediante una triple vía:

- 1) fomentando la acreditación de la plantilla existente,
- 2) fomentando doctorandos (en este momento cuatro profesores están en esta situación)
- 3) buscando nuevas posibilidades en el mercado que nos permitan tener unos cuantos candidatos potenciales para cubrir futuras necesidades.

Al mismo tiempo, se continuó la labor de investigación con vías a la acreditación de nuevos profesionales o de los ya existentes en ACSUG.

4.3. Calidad del profesorado

De forma habitual se venía evaluando la calidad del profesorado mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora de la Actividad Docente del Profesorado de Grado. Procedimiento verificado por ANECA dentro del Programa DOCENTIA.

Hemos evaluado al profesorado con la entrega de la Memoria individual de evaluación y su necesaria ponderación cuantitativa, así como con la revisión con la coordinadora del Plan de Acción de mejora.

La calidad del profesorado fue encuestada al alumnado a lo largo de los dos cuatrimestres

4.3.1. Número de profesores/materia evaluados

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de profesores/materias	10	20	32	45	28	26
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	19	32	45	14	25
% PROFESORES EVALUADOS	100%	91,7%	100%	100%	50%	92,3%

4.3.2. Resultados de evaluación parcial del profesorado

PROFESORES	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de profesores/materias	10	20	32	45	28	26
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	19	32	45	14	25
% profesores sometidos a evaluación parcial	100%	95,0%	100%	100%	50%	92,3%
Valoración: Excelente (8,75-10,00)	3	5	12	15	9	17
Valoración: Muy bueno (7,5-8,74)	1	3	10	14	5	4
Valoración: Bueno (6,25-7,4)	3	7	6	5	0	4
Valoración: Adecuado (5,00-6,24)	3	2	2	5	0	0
Valoración: Deficiente (0,00-4,99)	0	2	4	6	0	0
Baja tasa de respuesta	0	0	0	0	0	0
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	7,4	7,4	7,7	7,7	8,7	9,0
VALORACIÓN MEDIA CENTRO	7,1	7,5	7,8	7,9	-	8,8

Casi el total del profesorado ha realizado la memoria de Evaluación Docente y de estos 24 profesores el 100% ha diseñado el plan de Acción de la asignatura con su coordinador correspondiente. De entre dichos planes de acción caben destacarse dos aspectos: mayor número de prácticas, así como modelos de docencia más innovadores y la posibilidad de realizar acciones transversales entre asignaturas.

4.3.3. Resultados de evaluación completa del profesorado

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de profesores sometidos a evaluación completa	NP	5	6	NP	NP	26
Valoración: Excelente	NP	3	2	NP	NP	17
Valoración: Muy bueno	NP	1	3	NP	NP	4
Valoración: Bueno	0	2	2	NP	NP	3
Valoración: Adecuado	0	0	0	NP	NP	0
Valoración: Deficiente	0	2	0	NP	NP	0
Baja tasa de respuesta	0	0	0	NP	NP	0
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	7,4	7,4	7,7	NP	NP	8,6
VALORACIÓN MEDIA CENTRO	7,1	7,5	7,8	NP	NP	8,6

Nota: El número de valoraciones está referido al total de asignaturas impartidas por los profesores (en total, 45)

4.3.4. Análisis evaluación profesorado

Las encuestas sobre profesorado arrojan resultados muy satisfactorios. En este sentido las asignaturas de 1º de Publicidad fueron puntuadas en varias ocasiones con una puntuación de más de 9, incluso hubo un 10 y, en las restantes alrededor de un 8 a excepción de una de ellas, la más baja, con un 6,7. En 2º de publicidad la nota media de las diez asignaturas alcanzó más de un 8,5-9. Ya en 3º de publicidad y en base a mayor número de asignaturas por los itinerarios de carrera la puntuación media de asignaturas superó el 9 excepto una con un 6,9. Y por último en 4º de nuevo la puntuación media también superó esta cifra, sólo una asignatura estuvo por debajo del 7. Superamos pues la cifra de años académicos anteriores.

Los resultados de las encuestas son muy satisfactorios y consolidan nuestro cuadro docente como competente y adecuado para impartir las asignaturas del grado. Superamos la media de la titulación y seguimos creciendo en satisfacción del alumnado.

4.3.5. *Cursos de formación*

DENOMINACIÓN	OBJETIVO	HORAS
Uso del plató	FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN LAS ÁREAS DE INVESTIGACIÓN DE LOS DOCENTES	5

Este curso se incorporaron pocos profesores a plantilla por lo que la enseñanza de las herramientas básicas para la docencia (GDWEB, PDU) se realizó de forma tutorizada e individual desde la coordinación del grado. Curso sobre PDU y Moodle USJ, así como en Teams.

Sin embargo, se puso en marcha una línea de investigación asociada a la innovación docente y se realizó un curso de competencias básicas para profesores en materia de uso del plató y la radio para la docencia de 5 horas de duración.

4.3.6. *Valoración de la actividad investigadora del profesorado*

En este curso académico se ha continuado priorizando la labor docente del equipo ya incorporado y la formación de un equipo de calidad que aúne una sólida formación académica con una buena experiencia profesional, que es la directriz que ha presidido la progresiva incorporación de profesorado hasta el curso presente. Por tener ya el grado completo estamos en condiciones de afirmar que es un equipo solvente y estable.

Al mismo tiempo, se ha fomentado la investigación como labor complementaria de la labor docente, buscando la incorporación de nuevos profesores (hasta el momento sin labor investigadora) al mundo de la investigación y difusión de los resultados obtenidos. El escenario del COVID el año pasado no nos ha permitido despegar en este sentido, aunque nuestros docentes tienen una gran actividad profesional que también ha de ser tenida en cuenta.

La participación del profesorado en este apartado se había traducido fundamentalmente en presencias en congresos internacionales y en la publicación de artículos con difusión internacional. La estela del escenario COVID ha provocado que la actividad investigadora en este curso académico sea muy baja con respecto al año pasado

Posiblemente se prime a partir de ahora la creación de equipos de trabajo con vistas a años futuros y a líneas de investigación donde el centro pueda mantener una fuerte posición competitiva.

De forma detallada:

GRUPOS DE INVESTIGACIÓN/PROYECTOS INVESTIGACIÓN OFICIALES:

1. BLANCO AGÜEIRA, S. Miembro del grupo de investigación "Women in Spanish (Post)Modern Architecture Culture (1965-2000)". Proyecto de I+D "Generación de Conocimiento" del Programa Estatal

de Generación de Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico del Sistema de I+D+I, Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, Gobierno de España (2019-2021).

2. FARALDO CABANA, C: Miembro del grupo "Política criminal y reforma penal en una sociedad en transformación (DER2017-82390-R)". Universidad de Coruña, Ministerio de Economía y Competitividad.
3. FERNANDEZ RAMIL, M.A: Integrante del Consejo Asesor del Observatorio de Reformas Políticas de América Latina, proyecto de investigación impulsado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México [IIJ-UNAM] y la Secretaría para el Fortalecimiento de la Democracia de la Organización de los Estados Americanos [OEA] desde el 27 de enero de 2020 a la fecha.
4. FERNANDEZ RAMIL, M.A: - Investigadora del proyecto "El estado de la democracia en América Latina", capítulo "Retrosos democráticos", del Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH), año 2020.
5. MARTINEZ RODRIGUEZ B. Estancia internacional de investigación en la Universidade de Minho, en Braga, a cargo del IACOBUS, de cooperación cultural, científica e pedagógica entre as Universidades e os Centros de Ensino Superior da Eurorexión Galicia-Norte de Portugal. 17/02/2020 a 28/02/2020
6. Martí Pellón, D., Martínez López de Castro, R. & Arévalo Iglesias, L. (2020). "Instagram, imaxinarios de xénero da mocidade. Estudo comparativo entre espazos virtuais dos campus galegos". Proyecto realizado en el marco de la Cátedra Feminismos 4.0. Investigador principal: Daniel Martí Pellón. Financiación: Universidade de Vigo y Deputación de Pontevedra.

LIBROS PUBLICADOS

7. SUAREZ, A (2021) "He soñado que soñaba. Interpretando videojuegos japoneses de narración compleja". StART-T Magazine Books
8. MEJUTO, A. Editor Libro 'Poemario Geométrico' de Rosendo Cid. Estraperlo Editora, 2020. ISBN 978-84-949791-8-7
9. MEJUTO, A. Editor Libro 'BLOQUE' de Iván Nespereira. Estraperlo Editora, 2021. ISBN 978-84-122607-2-4

CAPÍTULOS DE LIBROS

10. FERNÁNDEZ DE ROTA, A. (2020). "Prolegómenos a una genealogía del capital". En ECHAVES, M., GÓMEZ, A. y RUIDO, M., Working Dead, 133-160. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
11. AREVALO IGLESIAS, L. & MARTINEZ LOPEZ DE CASTRO, R. (10-11 diciembre 2020). Fotografía e identidad de género. El papel de las/os artistas en la construcción de un corpus fotográfico contrahegemónico. En Bandrés Goldáraz, E. (Coordinadora) Estudios de género en tiempo de amenaza. Dykinson, pp. 522-546.

ARTÍCULOS

12. FERNÁNDEZ DE ROTA, A. (2020). Sexo e monstrosidade. Unha genealogía da policía do sexo. En Bestiário, 2: 914-935. [Traducción al portugués de un ensayo originariamente publicado en español]

13. DOMÍNGUEZ QUINTAS, S., & ARÉVALO IGLESIAS, L. (2020). La evolución del reportaje en televisión: infoentretenimiento y espectacularización de la realidad. Un nuevo género en el cambio de milenio. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26 (2), 519-528. <https://doi.org/10.5209/esmp.67793>.

CONGRESOS

14. MARTINEZ LOPEZ DE CASTRO, R. & ARÉVALO IGLESIAS, L. (7-8 de octubre de 2020). Experiencias críticas en torno a la feminidad en la publicidad de Barbie. En Fernández-Pacheco García, A. (Moderador), Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy X (CUICIID). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
15. ARÉVALO IGLESIAS, L. & MARTINEZ LOPEZ DE CASTRO, R. (10-11 diciembre 2020). Fotografía e identidad de género. El papel de las/os artistas en la construcción de un corpus fotográfico contrahegemónico. En Bandrés Goldáraz, E. (Coordinadora), Congreso Internacional NODOS del Conocimiento. LADECOM (Laboratorio de Estudios de la Comunicación). Celebración online.
16. CASTRO, M. XX Conferencia Internacional galaico-protuguesa MINOM-ICOM 2020. 22-23 julio de 2020.
17. CASTRO, M. I Congreso Internacional Digital de Estudiantes de Turismo, ANET Argentina. 24-27 septiembre de 2020.
18. CASTRO, M. Social Media Fest 2020, Florida. Diciembre 2020.

JORNADAS/SIMPOSIOS/ CONFERENCIAS

19. GARCÍA ABAD, L. La comunicación institucional y el periodismo en tiempo de COVID19. Universidad San Jorge, Zaragoza, 12/05/2020
20. FERNANDEZ RAMIL M.A: - Expositora principal en encuentro con la red Alumni de Laboratoria en América Latina con la conferencia "Discurso público femenino: desafíos de la era digital", 11 de septiembre de 2020.
21. FERNANDEZ RAMIL, M.A: - Expositora del Seminario Permanente "Democracia y Elecciones en el mundo", organizado por la Universidad Nacional de México (UNAM), el Consejo de Europa y el Instituto Nacional Electoral de México en la sesión "Elecciones en Chile", integrando panel con Patricio Santamaría (ex director del Servel de Chile) y José Miguel Insulza (senador de Chile), 19 de marzo de 2021.
22. FERNANDEZ RAMIL, M.A: Expositora en el webinar "Presentación del informe informe Nuestra Voz 2020: 16 mil voces para construir Chile futuro con una perspectiva de género", organizado por la Fundación Hay Mujeres y Nuestra Voz, 9 de abril de 2021.
23. FERNANDEZ RAMIL, M.A: - Expositora en el webinar: "Mujeres, participación y tecnología: 16 mil voces un año después", organizado por la Fundación Hay Mujeres y Nuestra Voz, 9 de septiembre de 2021.
24. ALVAREZ FORTES, F.J: Conferencia "El Marketing Emocional: de Bambi a Hommer Simpson", 24/02/21 en D.P.I. Consultores de Estrategia.
25. ALVAREZ FORTES, F.J: Conferencia "El Plan de Marketing: 10 Pasos y 10 Errores", 25/03/21 en D.P.I. Consultores de Estrategia.
26. ALVAREZ FORTES, F.J. Conferencia "La Importancia de la Marca en un Mundo Global", 20/07/21 en Vigo Emprende.

27. ALVAREZ FORTES, FJ: Conferencia: "Radiografía del Nuevo Cliente", 15/07/21 en SANTOS, S.A.
28. ALVAREZ FORTES, F.J: Conferencia "El final del Cliente que conocíamos", 14/01/21 en SANTOS, S.A.
29. ARÉVALO IGLESIAS, L. (12 de septiembre de 2020). A arte urbana desde o colectivo e contextual. En II Delas Fest. Festival feminista de arte urbano y contextual. Fondo Xacobeo 2021, Secretaría Xeral de Política Lingüística da Xunta.
30. ARÉVALO IGLESIAS, L. (27 de octubre de 2020). Fotoperiodismo. Tres dimensiones de una imagen relevante. Seminario online realizado en el marco de la asignatura Fotoperiodismo. Universidad San Ignacio de Loyola (Facultad de Humanidades, Carrera de Comunicaciones), Lima, Perú.
31. ARÉVALO IGLESIAS, L. (10 de marzo de 2021). Mulleres nos murais vigueses, "Expostas". Programa de actividades virtuales del Centro de Documentación y Recursos Feministas. Concellería de Igualdade, Concello de Vigo.
32. ARÉVALO IGLESIAS, L. (22 de abril de 2021). La creación visual como herramienta de (auto) evaluación del aprendizaje en Igualdad. Jornadas Prácticas para la Creatividad desde la Perspectiva de Género. Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte. Unidad de Igualdad, Universidad de Vigo.
33. ARÉVALO IGLESIAS, L. (03 de mayo de 2021). Como se fai un mural. Charla organizada por el Departamento de Matemáticas del IES O Castro. Auditorio Mar de Vigo.
34. MEJUTO, A. (17/10/2021) Participación Mesa Redonda 'Salas de Ayer/Hoy/Mañana' - Cormorán Film Fest - OCT 2021

SEMINARIOS/TALLERES IMPARTIDOS

35. BORREGUERO VILLANUEVA. M: Auditora para pymes gallegas en materia de Rsc dentro del Programa Responsabilízate de la Xunta de Galicia Servicio de Empleo
36. BORREGUERO VILLANUEVA M: Mentora en proyectos de emprendimiento en el proyecto Galicia Camiño emprendedor liderado por la Fundación Ronsel y la Secretaría de Empleo de la Xunta de Galicia
37. BORREGUERO VILLANUEVA. M: Docente acreditado por la Xunta de Galicia para la impartición de cursos AFD
38. BORREGUERO VILLANUEVA M: Docente del curso Comunicación y Oratoria para el programa Medrando Xuntas de la rede Eusumo y la Xunta de Galicia
39. BORREGUERO VILLANUEVA M: Mentora para el proyecto MujerS del Banco de Santander
40. BORREGUERO VILLANUEVA M: La RSC y las pymes gallegas, seminario ofrecido dentro del curso de Innovación y Responsabilidad Social de la Cátedra Inditex UDC
41. BORREGUERO VILLANUEVA M. Tutora-directora de TFG USJ-Cesuga
42. FERNANDEZ RAMIL, M.A: - Profesora del XIX Curso Interamericano de Derechos Humanos, impartido por el Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH) entre el 28 de septiembre y el 15 de octubre de 2020.
43. FERNANDEZ RAMIL, M.A: Profesora en el primer taller "Liderazgo femenino y voz pública" realizado entre la Fundación Hay Mujeres y la Pontificia Universidad Católica de Chile (a través de su Departamento de Formación Continua) entre el 6 de agosto y 27 de agosto de 2021.
44. GARCÍA ABAD, L. (2019-2020). Coordinación y profesor en el Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa, Universidad San Jorge, Zaragoza.

45. ALVAREZ FORTES F.J Tutorización de los alumnos para la realización de los TFM's en el "Master de Marketing Digital de la USC". Septiembre 2020-Julio 2021
46. CASTRO, M. Académica distinguida por el Instituto de Capacitación Dr. Juan Crisóstomo Lafinur, del Poder Judicial de la Provincia de San Luis, Argentina. Diciembre, 2020.
47. CASTRO, M Disertante en la actividad académica dirigida a Jueces y Ministros de Cortes y Superiores Tribunales de Justicia de Argentina.

OTROS

48. BLANCO AGÜEIRA, S: Editora-Jefe de la revista VAD, veredes, arquitectura y divulgación.
49. BLANCO AGÜEIRA, S: Revisora del Área de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.
50. BLANCO AGÜEIRA, S: Miembro de OARC, Observatorio de Arquitectura Religiosa Contemporánea.
51. BLANCO AGÜEIRA, S: Revisora de la revista Cuaderno de Notas (Universidad Politécnica de Madrid), ZARCH. Journal of interdisciplinary studies in Architecture and Urbanism (Universidad de Zaragoza), Academia XXII (México).
52. BLANCO AGÜEIRA, S: Revisión documental "Memory & Blood", Element Art Space Publication, Singapore.
53. BLANCO AGÜEIRA, S: Articulista invitada en la plataforma digital de arquitectura y divulgación Veredes (ISSN: 2603-6401).
54. ARÉVALO IGLESIAS L. Comisaria del proyecto *Vigo, ciudad de color* (octubre 2019/febrero 2020). Concello de Vigo.
55. GARCÍA ABAD, L: Revisor de los artículos en revista ROTUR, Revista de Ocio y Turismo, Universidad de A Coruña.
56. GARCÍA ABAD, L: Revisor de los artículos en revista Koiné, Universidad de San Jorge
57. FERNANDEZ RAMIL, M.A: Participante del "Observatorio de Innovación de Género a nivel de Iberoamérica", convocado por Ashoka con el objetivo de conectar a expert@a (innovadoras sociales, representantes del sector público y privado) a construir una agenda común con los grandes desafíos para la integración de género en la región), 8 de septiembre de 2021.
58. AREVALO IGLESIAS L. Asistencia artística. Proyecto Expostas, arte urbano (5ª edición, 4-11 septiembre 2020).
59. FERNANDEZ RAMIL, M.A: - Integrante del Consejo Asesor de Igualdad de Género del Gobierno Metropolitano de Santiago de Chile a partir de septiembre de 2021.
60. FERNANDEZ RAMIL, MA: ARTICULISTA. Entre 2020 y 2021 ha colaborado, tanto escribiendo columnas de opinión como en entrevistas en los siguientes medios de comunicación: El País (España), Eldiarios (España), El Correo Gallego (Galicia/España), La Tercera (Chile), Red de diarios ciudadanos MiVoz (Chile) y Radio Universidad de Chile (Chile).
61. FERNANDEZ RAMIL, M.A: - Coordinadora del diplomado on line sobre violencia contra las mujeres en la política para organismos judiciales de América Latina a solicitud del Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH) entre noviembre 2020 y enero 2021.
62. ARÉVALO IGLESIAS, L. Revisión de artículo Zapata Saldaña, E.E. (2020). Lectura, imagen y sentido en Los Cachorros de Mario Vargas Llosa (y también Xavier Miserachs). En FOT, Revista Peruana de Fotografía e Investigación Visual, 3 (1), 68-79. <https://doi.org/10.19083/fot.v4i4.1324>.

63. ARÉVALO IGLESIAS, L. Jurado. Batalla Mural, Proyecto Vigo, ciudad de color (26 de septiembre de 2020). Sede de la Diputación de Pontevedra en Vigo.
64. GARCÍA ABAD, L. Cursos recibidos: Aspectos generales del SARS-CoV-2. Online. Quironprevención. Mayo, 2020 y Prevención de riesgos en puestos de oficina. Online. Quironprevención. Mayo, 2020
65. MEJUTO, A. Organización del Festival de Fotografía de A Coruña, FFOCO - NOV 2020 y NOV 2021
66. MEJUTO, A. Jurado Premio Editorial de Fotografía Documental Galega 'Cenfolas' - NOV 2021
67. MEJUTO, A. Proyección cortometraje 'Unidade Veciñal' - Semana de la Arquitectura de A Coruña - OCT 2021
68. MEJUTO, A. Proyección cortometraje 'Unidade Veciñal' - Play-Doc International Documentary Festival - SEPT 2020
69. MEJUTO, A. Proyección cortometraje 'Unidade Veciñal' - (S8) Festival Cinema Periférico - JUN 2021
70. VELO CASTRO, E. Actividad formativa en "BÚSQUEDA, GESTIÓN, EVALUACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA INFORMACIÓN CIENTÍFICA"

Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios

5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

5.1. Infraestructuras

El centro está ubicado en la calle Obradoiro, nº 47 de La Coruña, y a su puerta llega la línea 23 del servicio municipal de autobuses, y la línea 23A lo hace a sus proximidades. Tal y como se describe en la memoria de verificación/modificación, CESUGA cuenta con un edificio de 4.322 m² construidos con aulas, laboratorios, talleres, despachos, salas de juntas, salón de actos, biblioteca, reprografía y cafetería y comedor.

Las **instalaciones actuales son más que suficientes** para la implantación del curso del Grado en Publicidad y RR.PP. Se distribuyeron los tres primeros cursos en horario de mañana y cuarto en jornada de tarde para facilitar las prácticas curriculares de este curso, ya que las empresas las prefieren por la mañana. Para las sesiones prácticas y talleres se utilizaron también los laboratorios de informática (C1 y C2) y la Biblioteca, así como el plató de radio y tv y otras aulas y talleres con mobiliario más versátil para actividades específicas (talleres o prácticas de radio e imagen). El plató se utiliza para la realización de talleres y cursos, así como para su explotación necesaria en la adquisición de destrezas en materias como Lenguaje audiovisual, Radio, Fotografía, Dirección de Arte y Diseño. También se explota para realizar prácticas extracurriculares, ya que Cesuga ha firmado convenios de colaboración con entidades, buscando la producción de material audiovisual.

Asimismo, se continuó la labor de dotación a la biblioteca de **fondos bibliográficos específicos para el grado**, con la adquisición de obras de referencia de las materias ya implantadas.

5.2. Personal de apoyo

APELLIDOS	NOMBRE	ÁREA	CARGO	%DEDICACIÓN AL TÍTULO
Rodríguez	Maruxa	Secretaría	Secretaria General Académica	25%
Vázquez	Belén	Estudiantes	Responsable	25%
Pan Grela	Noelia	Contabilidad	Directora	25%
Yáñez Rodríguez	Néstor	Audiovisual	Responsable	50%
García Abad	José L.	Ordenación Académica	Director	25%
Pérez Dios	Carmen	Ordenación Académica	Administrativa	25%
Abad Itoiz	Nerea	Movilidad	Responsable	25%
Caride Eiras	Javier	Calidad	Responsable	25%

5.3. Calidad de las prácticas externas
5.3.1. Evaluación de las prácticas externas

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de alumnos matriculados en la materia de prácticas externas	NP	NP	NP	6	13	9
Número de alumnos que han realizado prácticas externas	NP	NP	NP	18	14	9
Número de alumnos que han superado la materia de prácticas externas	NP	NP	NP	6	13	9
Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	6,5 (83,0%)	ND	8,7
Satisfacción del tutor con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	ND	ND	7,1
Satisfacción de la entidad con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	ND	ND	9

5.3.2. Entidades externas donde se han realizado las prácticas

ENTIDAD EXTERNA	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	Satisfacción del alumno
WEKAB	NP	NP	NP	1	1	9,6
ATREVIÁ	NP	NP	NP	1	1	8,1
NORTE SEGUROS	NP	NP	NP	1	1	9
IUNI CONSULTING	NP	NP	NP	1	1	10
ALTIA	NP	NP	NP	2	1	NC
CHAVETAS	NP	NP	NP	1	1	4
BUSHIDO TALENT	NP	NP	NP	1	1	8,7
APORTA COMUNICACIÓN	NP	NP	NP	1	1	NC
ESCUELA DE FINANZAS	NP	NP	NP	1	1	9,1
DOKUTEN	NP	NP	NP	1	1	NC

5.3.3. Análisis calidad prácticas externas

La percepción recogida sobre el resultado de las prácticas en general es que los alumnos consideran que el período de prácticas les ha ofrecido la oportunidad de mejorar sus conocimientos, capacidades y competencias, valoran como positiva la experiencia y entienden su peso dentro de los créditos del grado. Esta información se obtiene de la memoria de prácticas y de la tutorización del alumno, además de una encuesta que algún alumno ha dejado sin responder.

A las empresas, y más concretamente a cada tutor, se le envía una encuesta específica referida a su mentorizado. La encuesta se les envía por correo electrónico, sin embargo, hay que insistir en algunos casos para su cumplimentación. Habría que valorar otro método de recogida de información o potenciar las bondades de la participación en este tipo de encuestas.

5.4. Calidad del programa de movilidad

Llegado el momento, la calidad del programa de movilidad se evalúa mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora del Programa de Movilidad.

5.4.1. Evaluación del programa de movilidad

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de alumnos participantes (outgoing)	NP	NP	NP	NP	NP	NP
% de alumnos participantes (outgoing)	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Número de destinos	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (outgoing)	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Número de alumnos no propios acogidos (incoming)	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Número de orígenes	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (incoming)	NP	NP	NP	NP	NP	NP

5.4.2. Destino de alumnos outgoing

DESTINO	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	Satisfacción del alumno
No procede	NP	NP	NP	NP	NP	NP
TOTAL	NP	NP	NP	NP	NP	

5.4.3. Origen de alumnos incoming

ORIGEN	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
No procede	NP	NP	NP	NP	NP	NP
TOTAL	NP	NP	NP	NP	NP	NP

5.4.4. Análisis calidad programa de movilidad

Los estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas no acaban de animarse a participar en el programa de movilidad erasmus+. En su momento y tras la pandemia, varios convenios se vieron afectados, por lo que para el año 2020-2021 sólo contábamos con un destino: Rumanía. Como medidas para potenciar las movilidades se abrirá el abanico de cursos y semestres- hasta el momento limitado al primer semestre de tercer año- y se continuará trabajando en la apertura de destinos para reforzar nuestra oferta.

PROGRAMA DE MOVILIDAD ERASMUS PLUS GENERAL

Evidentemente el programa de movilidad es uno de los aspectos que mayor grado de afectación contemplaron desde la realidad de la pandemia y es un tema sobre el que no se ha podido realizar ningún avance.

Aun así, durante el segundo cuatrimestre sí se realizaron algunos programas de movilidad, tanto salientes como entrantes, pero sólo por parte del alumnado y no en el grado de publicidad. El personal docente y no docente no ha participado en ninguna actividad de movilidad.

El impacto de la movilidad en los participantes ha sido positivo a nivel de competencia lingüística y aprendizaje informal. Presentan un elevado nivel de satisfacción y como puntos mejorables indican la posibilidad de optimizar el proceso de asesoría y planificación académica, sobre todo, a la hora de seleccionar las asignaturas que se van a convalidar en la universidad de destino.

En este sentido, los acuerdos de aprendizaje están bien protocolizados, si bien se sugiere ir generando un histórico de convalidaciones para futuros alumnos, lo que facilitaría enormemente la gestión de los convenios futuros. Es positivo que exista un acuerdo previo de convalidaciones pero que permita ligeros cambios si existiesen modificaciones de horarios, solapamientos etc. en la universidad de destino, facilitando siempre en última instancia la movilidad del estudiante.

Las particularidades de Cesuga como centro pequeño que se inicia en el programa Erasmus permite por ahora que la preparación de los estudiantes entrantes como salientes sea casi personalizada. Esta situación es ideal para este tipo de acciones, y debería mantenerse a medida que aumenten los acuerdos internacionales y el número de participantes.

Como actividades que dan soporte a la movilidad, tanto entrante como saliente, se ha realizado una preparación de idioma y charlas informales sobre comportamiento intercultural. También se han organizado para los estudiantes incoming visitas a patrimonio cultural de la ciudad, actividades deportivas y gastronómicas.

Para un futuro, cuando el número de experiencias se incremente, es recomendable realizar actividades informativas presenciales previas al proceso de solicitud de movilidad que permitan informar al estudiante y al profesorado sobre las distintas posibilidades y destinos de movilidad que ofrece el centro.

De cara a futuros cursos, nuestra intención es aumentar el número de convenios y plazas en el grado de publicidad en especial, por ser el que menos tiene.

Criterio 6. Resultados de aprendizaje
6. MEMORIA DE ACTIVIDADES
6.1. Actividades destacadas

1.	Septiembre-Desayuno emprendedor. Tino Fernández, presidente de Altia
2.	Inauguración curso académico
3.	Presentación Language Center
4.	Presentación Audiovisual Lab
5.	Presentación Design Center
6.	Presentación Professional Skills
7.	Presentación Club Alumni Cesuga
8.	Día internacional de la Traducción
9.	Exámenes DELE Instituto Cervantes
10.	Charla Mario Barcenilla Arquitectura, construcción y empresa
11.	Inauguración Aula Alumán
12.	Webinar Lobby y Public Affairs Com2be, Jennifer García
13.	Inauguración Innovation Hub Roberto Fraga Ceo Pilgrim
14.	Charla Biofeedback
15.	Visita Fogar do Santiso Modelo Aprendizaje Servicio para la asignatura RSC
16.	Masterclass Pablo Junceda, Banco Sabadell
17.	Afterwork Oscar Vales, Ceo de Vazva
18.	Charla Ignacio Rivera, CEO Estrella de Galicia El propósito en la empresa
19.	Curso Ambientación musical y sonido Pájaro Sunrise
20.	Inauguración Aula Net
21.	Convenio con la Universidad de Sto Tomás en Chile
22.	Charla la actitud filosófica de Xavier Recart CEO de Filosofía Viva
23.	Campaña cuento contigo a favor de niños sin recursos en Navidad
24.	Curso de cortos Francisco José Martínez
25.	Inauguración del canal de podcast
26.	Inauguración del canal de youtube Cesuga rtv por parte del Consejo de Redacción de Cesuga
27.	Concurso de postales navideñas
28.	Convenio con AFAGAN (familias numerosas)
29.	Convenio con Anglia
30.	Jornada de Puertas Abiertas
31.	Día internacional de la Mujer charla Ángeles Fernández
32.	Visita y entrevista de la alcaldesa de A Coruña para el programa de Tv Entrevista2 de Cesuga RTV
33.	Visita y entrevista del presidente de la Autoridad Portuaria Martín Fernández Prado para el programa de Tv Entrevista2 de Cesuga RTV
34.	Visita y entrevista a Emma Lustres, CEO de Vaca Films para el programa de Tv Entrevista2 de Cesuga RTV
35.	Exposición de Miradas Complementarias
36.	Curso de bolsa David Galán
37.	Charla presentación Briefing Gallego por parte de
38.	Talent Match de Hotusa
39.	Presentación del Clúster Audiovisual de Galicia por parte de su presidente Xosé Luis Reza
40.	Charla las funciones del lenguaje en la comunicación corporativa por parte de Irene Tomé, especialista en comunicación política y corporativa
41.	Charla Ignacio Rivera Ceo de Estrella de Galicia El equipo humano
42.	Charla Ignacio Rivera Ceo de Estrella de Galicia I+D
43.	Evento Innovación y Desarrollo Valhalla
40.	Taller merchandising aplicado al retail marketing por parte de Lucía Rodríguez de Rana Hispania
41.	Charla publicidad omnicanal por parte de José Estrada de Hijos de Rivera
42.	Curso de innovación docente El uso del plató por parte de Tono Mejuto
43.	Taller práctico de elaboración de cv por parte de Marga Borreguero y Ariadna Monje

44. Conferencia "Año I después del COVID" Francisco Javier Alvarez Fortes, especialista en estrategia en DPI Consultores
45. Acto de graduación

6.2. Actividades realizadas con empresas y otras entidades externas

Este curso cabe destacar la presencia de alumnos en eventos externos al centro, en especial su participación en el concurso inter-universitario Talent Match del Grupo Hotelero Hotusa, cuya final no pudo celebrarse de forma presencial.

En el primer cuatrimestre del curso la intensidad de visitas, charlas y actividades fue como se puede observar en los cuadros anteriores bastante elevada, ahora bien, las salidas formativas se resintieron por culpa de la situación de pandemia.

6.3. Principales hitos del curso académico

- La estructura docente de 28 profesores nos ha permitido afrontar con seguridad los retos próximos y alcanzar la madurez del grado. Se han realizado cambios en el cuadro docente para mejorar dicha estructura incorporando cada vez más docentes acreditados y doctores.

- Se ha intensificado el acercamiento al mundo empresarial para poner en marcha los **convenios formativos con organizaciones** con el fin de ofertar prácticas curriculares y extracurriculares a los alumnos ya desde el verano de 2019

-Se ha materializado el uso del nuevo plató de tv y radio y de la unidad móvil al centro, lo que ha supuesto grandes producciones de material audiovisual, podcasts, cortos, vídeos, retransmisiones en streaming, etc...

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1. Distribución de calificaciones

CALIFICACIÓN	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
No presentado	2,3%	0,0%	3,5%	1,0%	1,9%	1,3%
Suspenso	9,1%	7,7%	5,8%	4,1%	4,3%	2,7%
Aprobado	45,5%	39,0%	46,7%	42,0%	39,4%	30,0%
Notable	34,1%	44,9%	32,1%	45,0%	41,1%	44,1%
Sobresaliente	9,1%	7,7%	11,6%	7,9%	12,6%	20,3%
Matrícula de honor	0,0%	0,7%	0,3%	0,0%	0,7%	1,6%

7.2. Distribución de calificaciones por materia

MATERIA	No presentado	Suspenso	Aprobado	Notable	Sobresaliente	Matrícula de honor
ARTE Y CULTURA CONTEMPORÁNEOS	0,0%	0,0%	50,0%	42,9%	0,0%	7,1%
COMUNICACIÓN ESCRITA	12,5%	0,0%	43,8%	25,0%	12,5%	6,3%
DOCUMENTACIÓN	5,9%	0,0%	41,2%	47,1%	5,9%	0,0%

ENGLISH	0,0%	0,0%	50,0%	42,9%	7,1%	0,0%
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	6,7%	0,0%	40,0%	46,7%	6,7%	0,0%
HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	6,7%	0,0%	20,0%	60,0%	13,3%	0,0%
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	0,0%	5,6%	38,9%	44,4%	5,6%	5,6%
LENGUA ESPAÑOLA Y COMUNICACIÓN	0,0%	0,0%	25,0%	56,3%	18,8%	0,0%
LENGUAJE AUDIOVISUAL	0,0%	6,7%	33,3%	46,7%	13,3%	0,0%
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	0,0%	6,3%	6,3%	75,0%	6,3%	6,3%
DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE	0,0%	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	0,0%
ECONOMÍA	0,0%	0,0%	0,0%	41,2%	58,8%	0,0%
FUNDAMENTOS DEL MARKETING	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
HUMANISMO CÍVICO	5,9%	0,0%	17,6%	58,8%	17,6%	0,0%
IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA	0,0%	5,6%	27,8%	50,0%	16,7%	0,0%
INTERCULTURAL COMMUNICATION	0,0%	0,0%	55,6%	38,9%	5,6%	0,0%
LITERATURA Y ANÁLISIS DE TEXTOS	0,0%	0,0%	17,6%	47,1%	35,3%	0,0%
SISTEMAS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	0,0%	15,8%	36,8%	42,1%	0,0%	5,3%
SOCIOLOGÍA	0,0%	5,9%	52,9%	23,5%	17,6%	0,0%
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA RADIO	5,6%	5,6%	33,3%	50,0%	5,6%	0,0%
COMUNICACIÓN Y MARKETING POLÍTICO	0,0%	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	40,0%	0,0%
EMPRESA COMUNICATIVA	0,0%	0,0%	53,8%	46,2%	0,0%	0,0%
ÉTICA	0,0%	0,0%	0,0%	54,5%	36,4%	9,1%
EXPRESIÓN GRÁFICA Y DIBUJO	0,0%	0,0%	18,2%	36,4%	45,5%	0,0%
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	0,0%	0,0%	27,3%	45,5%	27,3%	0,0%
MEDIA TRAINING	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	0,0%	0,0%	14,3%	78,6%	7,1%	0,0%
PLANIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	0,0%	0,0%	42,9%	50,0%	7,1%	0,0%
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	0,0%	0,0%	16,7%	75,0%	8,3%	0,0%
PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	0,0%	0,0%	14,3%	57,1%	28,6%	0,0%
PUBLICIDAD INTERACTIVA	0,0%	0,0%	0,0%	57,1%	42,9%	0,0%
BRANDING	0,0%	0,0%	50,0%	40,0%	10,0%	0,0%
COMUNICACIÓN INTERNA	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%
COOLHUNTING	0,0%	0,0%	50,0%	25,0%	12,5%	12,5%

DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	0,0%	0,0%	30,0%	60,0%	10,0%	0,0%
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	0,0%	0,0%	50,0%	40,0%	10,0%	0,0%
ISSUE MANAGEMENT	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
LIDERAZGO Y DESARROLLO PERSONAL	0,0%	0,0%	50,0%	40,0%	0,0%	10,0%
NUEVAS FORMAS DE MARKETING	0,0%	0,0%	12,5%	62,5%	25,0%	0,0%
PRÁCTICAS EN EMPRESA	0,0%	0,0%	10,0%	20,0%	70,0%	0,0%
PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	0,0%	0,0%	40,0%	20,0%	30,0%	10,0%
RETAIL MARKETING	0,0%	0,0%	37,5%	37,5%	12,5%	12,5%
TRABAJO FINAL DE GRADO	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	90,0%	0,0%

7.3. Tasas de rendimiento

Tasa de rendimiento: Relación porcentual entre el número total de créditos superados y el número total de créditos matriculados en el programa

Tasa de abandono: Relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior.

Tasa de graduación: Porcentaje de estudiantes que finalizan el programa en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada.

Tasa de eficiencia: Relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo del programa el conjunto de graduados de un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.

Tasa de éxito: Relación porcentual entre el número total de créditos superados y el número total de créditos presentados a evaluación en el programa.

Tasa de evaluación: Relación porcentual entre el número total de créditos presentados a evaluación y el número total de créditos matriculados en el programa.

TASA	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Tasa de rendimiento	87,5%	91,3%	91,0%	92,7%	94,0%	96,6%
Tasa de abandono (10%*)	NP	NP	NP	0,0%	0,0%	9,1%
Tasa de graduación (70%*)	NP	NP	NP	NP	NP	75,0%
Tasa de eficiencia (65%*)	NP	NP	NP	90,5%	98,5%	94,3%
Tasa de éxito	89,7%	93,3%	94,4%	96,3%	95,8%	97,6%
Tasa de evaluación	97,5%	97,8%	96,4%	98,9%	98,1%	98,9%

* Tasas estimadas en la Memoria de Solicitud de Verificación

7.4. Tasa de rendimiento por materia

Materia	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ARTE Y CULTURA CONTEMPORÁNEOS	100,0%	93,3%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
BRANDING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
COMUNICACIÓN ESCRITA	87,5%	93,8%	100,0%	100,0%	89,5%	87,5%
COMUNICACIÓN INTERNA	NP	NP	NP	83,3%	100,0%	100,0%
COMUNICACIÓN Y MARKETING POLÍTICO	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
COOLHUNTING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	NP	NP	100,0%	92,3%	100,0%	100,0%
DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	NP	NP	NP	83,3%	100,0%	100,0%
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE	NP	100,0%	92,9%	81,8%	92,3%	83,3%
DOCUMENTACIÓN	87,5%	87,5%	76,9%	92,9%	85,0%	94,1%
ECONOMÍA	NP	100,0%	92,3%	90,9%	100,0%	100,0%
EMPRESA COMUNICATIVA	NP	NP	100,0%	72,7%	90,9%	100,0%
ENGLISH	87,5%	81,3%	61,5%	93,8%	100,0%	100,0%
ÉTICA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
EXPRESIÓN GRÁFICA Y DIBUJO	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	87,5%	81,3%	76,9%	92,9%	94,7%	93,3%
FUNDAMENTOS DEL MARKETING	NP	85,7%	92,3%	75,0%	92,3%	100,0%
HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	87,5%	93,8%	90,9%	92,9%	94,7%	93,3%
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	62,5%	94,4%	100,0%	100,0%	78,9%	94,4%
HUMANISMO CÍVICO	NP	100,0%	92,9%	90,0%	92,3%	94,1%
IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA	NP	71,4%	93,3%	83,3%	100,0%	94,4%
INTERCULTURAL COMMUNICATION	NP	100,0%	92,9%	90,9%	100,0%	100,0%
ISSUE MANAGEMENT	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
LENGUA ESPAÑOLA Y COMUNICACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	88,9%	100,0%
LENGUAJE AUDIOVISUAL	87,5%	93,8%	83,3%	92,9%	95,0%	93,3%
LIDERAZGO Y DESARROLLO PERSONAL	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
LITERATURA Y ANÁLISIS DE TEXTOS	NP	100,0%	86,7%	90,9%	100,0%	100,0%
MEDIA TRAINING	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	NP	NP	85,7%	92,9%	75,0%	100,0%

NUEVAS FORMAS DE MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PLANIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	NP	NP	83,3%	93,3%	63,6%	100,0%
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	NP	NP	100,0%	92,9%	81,8%	100,0%
PRÁCTICAS EN EMPRESA	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
PUBLICIDAD INTERACTIVA	NP	NP	100,0%	87,5%	100,0%	100,0%
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
RETAIL MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
SISTEMAS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	NP	85,7%	86,7%	83,3%	91,7%	84,2%
SOCIOLOGÍA	NP	85,7%	85,7%	80,0%	92,9%	94,1%
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	87,5%	93,8%	91,7%	100,0%	88,9%	93,8%
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA RADIO	NP	85,7%	93,3%	81,8%	92,3%	88,9%
TRABAJO FINAL DE GRADO	NP	NP	NP	83,3%	100,0%	100,0%

7.5. Tasa de éxito por materia

Materia	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ARTE Y CULTURA CONTEMPORÁNEOS	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
BRANDING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
COMUNICACIÓN ESCRITA	87,5%	100,0%	100,0%	100,0%	89,5%	100,0%
COMUNICACIÓN INTERNA	NP	NP	NP	83,3%	100,0%	100,0%
COMUNICACIÓN Y MARKETING POLÍTICO	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
COOLHUNTING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	NP	NP	100,0%	92,3%	100,0%	100,0%
DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	NP	NP	NP	83,3%	100,0%	100,0%
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE	NP	100,0%	100,0%	90,0%	100,0%	83,3%
DOCUMENTACIÓN	100,0%	87,5%	90,9%	100,0%	89,5%	100,0%
ECONOMÍA	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
EMPRESA COMUNICATIVA	NP	NP	100,0%	72,7%	90,9%	100,0%
ENGLISH	87,5%	86,7%	72,7%	100,0%	100,0%	100,0%
ÉTICA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
EXPRESIÓN GRÁFICA Y DIBUJO	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	87,5%	86,7%	76,9%	100,0%	100,0%	100,0%
FUNDAMENTOS DEL MARKETING	NP	85,7%	92,3%	81,8%	92,3%	100,0%
HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	100,0%	100,0%	90,9%	100,0%	94,7%	100,0%
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	62,5%	94,4%	100,0%	100,0%	78,9%	94,4%
HUMANISMO CÍVICO	NP	100,0%	92,9%	100,0%	100,0%	100,0%
IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA	NP	71,4%	93,3%	90,9%	100,0%	94,4%
INTERCULTURAL COMMUNICATION	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ISSUE MANAGEMENT	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
LENGUA ESPAÑOLA Y COMUNICACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	88,9%	100,0%
LENGUAJE AUDIOVISUAL	87,5%	93,8%	90,9%	100,0%	100,0%	93,3%
LIDERAZGO Y DESARROLLO PERSONAL	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
LITERATURA Y ANÁLISIS DE TEXTOS	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
MEDIA TRAINING	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	NP	NP	85,7%	100,0%	75,0%	100,0%
NUEVAS FORMAS DE MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PLANIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	NP	NP	83,3%	93,3%	70,0%	100,0%
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	NP	NP	100,0%	92,9%	90,0%	100,0%
PRÁCTICAS EN EMPRESA	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
PUBLICIDAD INTERACTIVA	NP	NP	100,0%	87,5%	100,0%	100,0%
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
RETAIL MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
SISTEMAS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	NP	85,7%	86,7%	90,9%	100,0%	84,2%
SOCIOLOGÍA	NP	85,7%	92,3%	88,9%	100,0%	94,1%
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	87,5%	93,8%	91,7%	100,0%	88,9%	93,8%
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA RADIO	NP	85,7%	100,0%	100,0%	100,0%	94,1%
TRABAJO FINAL DE GRADO	NP	NP	NP	83,3%	100,0%	100,0%

7.6. Tasa de evaluación por materia

Materia	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ARTE Y CULTURA CONTEMPORÁNEOS	100,0%	93,3%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

BRANDING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
COMUNICACIÓN ESCRITA	100,0%	93,8%	100,0%	100,0%	100,0%	87,5%
COMUNICACIÓN INTERNA	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
COMUNICACIÓN Y MARKETING POLÍTICO	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
COOLHUNTING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE	NP	100,0%	92,9%	90,9%	92,3%	100,0%
DOCUMENTACIÓN	87,5%	100,0%	84,6%	92,9%	95,0%	94,1%
ECONOMÍA	NP	100,0%	92,3%	90,9%	100,0%	100,0%
EMPRESA COMUNICATIVA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ENGLISH	100,0%	93,8%	84,6%	93,8%	100,0%	100,0%
ÉTICA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
EXPRESIÓN GRÁFICA Y DIBUJO	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	100,0%	93,8%	100,0%	92,9%	94,7%	93,3%
FUNDAMENTOS DEL MARKETING	NP	100,0%	100,0%	91,7%	100,0%	100,0%
HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	87,5%	93,8%	100,0%	92,9%	100,0%	93,3%
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
HUMANISMO CÍVICO	NP	100,0%	100,0%	90,0%	92,3%	94,1%
IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA	NP	100,0%	100,0%	91,7%	100,0%	100,0%
INTERCULTURAL COMMUNICATION	NP	100,0%	92,9%	90,9%	100,0%	100,0%
ISSUE MANAGEMENT	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
LENGUA ESPAÑOLA Y COMUNICACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
LENGUAJE AUDIOVISUAL	100,0%	100,0%	91,7%	92,9%	95,0%	100,0%
LIDERAZGO Y DESARROLLO PERSONAL	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
LITERATURA Y ANÁLISIS DE TEXTOS	NP	100,0%	86,7%	90,9%	100,0%	100,0%
MEDIA TRAINING	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	NP	NP	100,0%	92,9%	100,0%	100,0%
NUEVAS FORMAS DE MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PLANIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	NP	NP	100,0%	100,0%	90,9%	100,0%
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	NP	NP	100,0%	100,0%	90,9%	100,0%

PRÁCTICAS EN EMPRESA	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
PUBLICIDAD INTERACTIVA	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
RETAIL MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%
SISTEMAS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	NP	100,0%	100,0%	91,7%	91,7%	100,0%
SOCIOLOGÍA	NP	100,0%	92,9%	90,0%	92,9%	100,0%
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA RADIO	NP	93,3%	93,3%	81,8%	92,3%	94,4%
TRABAJO FINAL DE GRADO	NP	NP	NP	100,0%	100,0%	100,0%

7.7. Alumnos egresados

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Alumnos egresados	NP	NP	NP	5	13	10
Duración prevista de los estudios	NP	NP	NP	4,0	4,0	4,0
Duración media en los estudios	NP	NP	NP	4,0	4,1	4,2
VARIACIÓN	NP	NP	NP	0,0	0,1	0,2

7.8. Conclusiones Junta de Evaluación

Los resultados académicos del curso han sido **satisfactorios**. Con el tamaño de los grupos existentes y con las oportunas diferencias significativas en madurez y procedencia formativa, se alcanzó una tasa de **éxito del 100% en 38 asignaturas**. Hemos mejorado nuestra tasa de éxito respecto al año anterior (35).

Las tasas de rendimiento que podemos manejar hasta este momento se mantienen en los niveles recomendables, siendo Comunicación escrita la que presenta la ratio más baja de evaluación con cerca del 87.3 %.

Las **materias impartidas en inglés suponen un gran reto para alumnos y docentes**, pero las sesiones de refuerzo para mejorar la competencia lingüística de los estudiantes han sido positivas. Se organizaron cursos de idiomas de forma permanente en el centro con gran éxito por parte del alumnado

Existe todavía la posibilidad de incrementar el uso, tanto por parte del alumnado como del profesorado, **de la Plataforma Docente Universitaria**, aprovechando las posibilidades que ofrece esta herramienta en el día a día de nuestro centro. En este sentido, tanto alumnos como profesores hemos alcanzado experiencia ante la necesidad de encontrar formas y recursos para la educación a distancia.

7.9. Acciones implementadas para fomentar la participación de estudiantes en el proceso de aprendizaje

Durante este curso académico, y al menos en el primer cuatrimestre, el centro y el cuadro docente hizo un gran esfuerzo significativo en ser más práctico y acercarse en mayor medida a la realidad profesional. Se acompañó al alumno en el aula y fuera del aula, con actividades muy beneficiosas (visitas, charlas, talleres, cursos...), además de poner en práctica un protocolo de tutorías personalizadas. Se asumieron dos desafíos por parte de empresas externas (Hotusa y Fogar do Santiso). Se ha firmado un convenio con Creatividade galega, de la que somos miembros académicos, que nos acercará la profesión al mundo académico a través de charlas y actividades.

La incorporación del plató ha supuesto un revulsivo para el centro y el alumnado, que se ha volcado en el uso de estos recursos y los ha incorporado a su proceso de aprendizaje, adquiriendo destrezas muy beneficiosas para sus competencias. Grupos de todos los grados y el propio profesorado lo ha introducido en sus asignaturas, de hecho, estamos creando un proyecto de innovación que implica el uso del plató y del podcast como herramientas de aprendizaje.

7.10. Análisis evaluación del aprendizaje

Dentro de la dimensión de los grupos y las dispares características de cada uno de sus integrantes, los resultados han resultado satisfactorios a la vista de los resultados alcanzados. Se comenzó a detectar carencias en la formación para el uso de herramientas informáticas aplicadas al grado, una realidad que comenzó a solventarse este año con una oferta de cursos combinada en horario de tarde. La inauguración de Design Lab, con cursos de programas de diseño gratuitos para el alumnado ha supuesto un salto significativo en sus competencias, también el Consejo de Redacción de Cesuga, con gran producción audiovisual.

Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento

8. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO

8.1. Satisfacción de los alumnos

8.1.1. Encuestas de evaluación

ASPECTOS GENERALES	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Satisfacción con el proceso de incorporación de nuevos alumnos	8,0 (28,9%)	8,2 (93,3%)	8,3 (100%)	8,2 (92%)	NP	8,7
Satisfacción con el programa de acción tutorial	9,4 (87,5%)	5,5 (69,6%)	3,6 (87%)	3,4	NP	8
Satisfacción con el servicio de biblioteca	7,1 (100%)	NP	6,7 (77%)	7,5	NP	8
Satisfacción con las instalaciones y recursos materiales	6,1 (100%)	5,4 (66,7%)	5,7 (88%)	6,9	NP	8
Satisfacción con la Secretaría General Académica	7,5 (100%)	8,2 (66,7%)	7 (88%)	8	NP	8
Satisfacción con los sistemas de información	7,9 (28,9%)	6,0 (66,7%)	8,5 (100%)	6,5	NP	8
Satisfacción con el servicio de actividades deportivas	2,5 (100%)	3,6 (66,7%)	1,5 (88%)	1,7	NP	NP
Satisfacción con los servicios de restauración	7,0 (100%)	6,9 (66,7%)	8 (88%)	7,8	NP	9,0
Satisfacción con el servicio de transporte	3,0 (100%)	4,7 (66,7%)	2,7 (88%)	3,6	NP	5,0

En paréntesis tasa de respuesta

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Satisfacción de los estudiantes con la organización del plan de estudios	NP	NP	ND	NP	NP	NP
Satisfacción de los estudiantes con los materiales didácticos	7,3	7,3	7,5	7,4	NP	NP
Satisfacción de los estudiantes de nuevo ingreso con la información de la web	8,4	9,2	9	8,8	8,6	9,6
Satisfacción de los estudiantes con las metodologías docentes	7,2	7,2	7,5	7,5	NP	NP
Satisfacción de los estudiantes con los sistemas de evaluación	7,5	7,3	7,8	7,8	NP	NP
Satisfacción de los estudiantes con la labor docente del profesor	7,4	7,4	7,6	7,6	8,3	8,6

8.1.2. Reuniones de delegados

Las reuniones con los delegados se llevaron a cabo en el primer y segundo semestre y discurrieron de forma positiva. Se abordaron aspectos como la incertidumbre de la situación y los planes de contingencia que hubiesen de llevarse a cabo. Cabe explicar en este punto que el COVID fue amable con el centro y que no hubo muchas bajas. Sólo hubo dos semanas de retirada a los hogares y se solventaron con clases on line y comunicación constante. En este sentido los alumnos se mostraron satisfechos. Otros temas centrales fueron la realidad del centro, sugerencias de cursos y actividades, demandas de mayor número de enchufes por aula, profesorado, sugerencias, etc...

Las fechas en las que se desarrollaron las reuniones con los delegados fueron las siguientes: 15/10/2020 y 02/03/2021.

8.1.3. Análisis satisfacción alumnos

Las encuestas de satisfacción arrojan comentarios que se detallan a continuación:

CONDICIONES ESTRUCTURALES, ORDEN, LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO.

La iluminación y ergonomía del aula son dos factores a mejorar. También se ha hablado de la necesidad de tener más enchufes en las aulas.

ACTIVIDADES Y OCIO.

Los alumnos están satisfechos con las charlas académicas y visitas a empresas, que siguen reduciéndose por prevención.

ACCIÓN TUTORIAL.

Los estudiantes están bastante satisfechos con las habilidades y destrezas personales de la figura del tutor de Cesuga y consideran bastante necesario el servicio de acción tutorial. En general, y en el grado de publicidad y RRPP no abusan de esta oferta.

BIBLIOTECA.

Se realizaron muchos cambios en materia de decoración, diseño, funcionalidad y se colocaron equipos informáticos aislados en salas para funcionar por grupos de trabajo. Creemos que estos cambios les gustaron mucho a los alumnos por las charlas con los delegados

COMUNICACIÓN.

Los canales de comunicación funcionaron de forma muy intensa y adecuada durante todo el curso, incluidas las dos semanas de aislamiento, de hecho, los alumnos han destacado como muy positivo este punto en sus comentarios

NUEVO INGRESO

La encuesta de satisfacción de los estudiantes de nuevo ingreso del año pasado arrojó unas cifras muy elevadas de satisfacción: 9,1.

8.2. Satisfacción de los egresados

8.2.1. Encuestas de evaluación

ASPECTOS GENERALES	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Satisfacción con el programa	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Media Universidad	NP	NP	NP	NP	NP	NP

En paréntesis tasa de respuesta

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Satisfacción de los egresados con la organización del plan de estudios	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Satisfacción de los egresados con la información recibida sobre el programa	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Satisfacción de los egresados con las metodologías docentes	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Satisfacción de los egresados con los sistemas de evaluación	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Satisfacción de los egresados con el personal de apoyo	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Satisfacción de los egresados con los resultados alcanzados	NP	NP	NP	NP	NP	NP

8.2.2. Análisis satisfacción de egresados

No se llevó a cabo

8.3. Satisfacción del personal docente

8.3.1. Encuesta de satisfacción de los profesores con el programa

ASPECTOS GENERALES	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Satisfacción de los profesores con el programa	8,3 (70%)	NP	8,5 (78%)	NP	NP	NP
Media Centro	8,3 (70%)	NP	8,2 (88%)	NP	NP	NP

En paréntesis tasa de respuesta

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Satisfacción del profesorado con la organización del plan de estudios	7,7	NP	7,6	NP	NP	NP
Satisfacción del profesorado con la coordinación docente	8,1	NP	8,3	NP	NP	NP
Satisfacción del profesorado con la información de la web	8,4	NP	7,5	NP	NP	NP
Satisfacción del profesorado con los recursos materiales	8,9	NP	8,5	NP	NP	NP
Satisfacción del profesorado con los resultados alcanzados por los estudiantes	7,3	NP	9,2	NP	NP	NP
Satisfacción del profesorado con la Biblioteca	NP	7,7	NP	ND	NP	NP

8.3.2. Reuniones de planificación, coordinación y evaluación

A lo largo de las reuniones mantenidas y descritas en el apartado 1.8, los temas abordados estuvieron relacionadas con:

- **Presentación** del profesorado nuevo y normas académicas de la USJ.
- **Evaluación** de los alumnos, con especial atención a los criterios en cada materia en la USJ.
- **Coordinación** de las fechas clave de evaluación de cada asignatura para evitar una excesiva concentración en fechas determinadas.
- **Coordinación con profesores para protocolos COVID, sistemas de impartición de clases, y cambios en los procesos de evaluación**
- **Tutorías formativas** para el manejo de las plataformas digitales disponibles en el USJ para la evaluación (PDU, GDweb...) para el profesorado de nueva incorporación.
- Constitución de un **equipo interesado en desarrollar temas de investigación** en el centro y puesta en marcha de las primeras iniciativas.

8.3.3. Análisis satisfacción del profesorado

No procede, no se ha realizado encuesta.

8.4. Satisfacción del personal no docente

8.4.1. Reuniones de personal no docente

No procede.

8.4.2. Análisis satisfacción personal no docente

No procede.

8.5. Inserción laboral de los graduados

8.5.1. Datos inserción laboral al finalizar los estudios

De los nueve egresados la gran mayoría se encuentran trabajando en el sector de la comunicación. Concretamente: una agencia de medios, una agencia de comunicación interna, un gabinete de comunicación, una agencia de influencers, como community manager, en un estudio fotográfico. Dos personas han continuado su formación realizando un master en marketing digital.

8.5.2. Análisis inserción laboral

Los datos de inserción se consideran muy favorables, además varios de ellos han continuado tras sus prácticas curriculares en las empresas asignadas. Sólo dos personas han querido seguir formándose, y una de ellas también está trabajando.

Orientación a la mejora

9. SATISFACCIÓN DE AGENTES EXTERNOS

9.1. Evaluador externo

INFORME	RECOMENDACIONES	SEGUIMIENTO	ESTADO
Informe de evaluación externa 12/07/2019	- PAT: Revisión de la acción tutorial.	Se crea el Departamento de Estudiantes en colaboración directa con los responsables de los Grados.	CERRADO

9.2. Seguimiento de recomendaciones de ANECA y ACPUA en sus informes

INFORME	RECOMENDACIONES	SEGUIMIENTO	ESTADO
Informe de acreditación ACPUA 05/08/2015	Incrementar la actividad y producción investigadora del profesorado.	En desarrollo.	ABIERTA

10. PROPUESTAS DE MEJORA

10.1. Mejoras implantadas durante el curso académico 2020-2021

Se ha dado visibilidad al centro en la web de USJ y se ha continuado el programa de fomento de investigación como parte de los objetivos anuales de Publicidad y RR.PP. Asimismo, se puso en marcha el plan de formación extracurricular vinculado a las asignaturas del plan docente y de forma complementaria a la oficial, con retos planteados directamente por las empresas en un modelo de Aprendizaje Servicio.

10.2. Propuestas de mejora para el curso académico 2021-2022

Las propuestas se centran en dos vías señaladas ya en los objetivos:

- **Desarrollar el área audiovisual** del centro, con una fuerte actividad y presencia en radio y televisión por Youtube.
- **Seguir involucrando** a los alumnos en actividades extracurriculares que permitan una formación complementaria que les ayude a mejorar sus competencias profesionales, especialmente a través del área audiovisual.
- **Aumentar el número de convenios** con empresas para prácticas curriculares y extracurriculares
- **Dar visibilidad a través de herramientas digitales de los trabajos** realizados por los alumnos del grado en el seno de sus asignaturas

11. REVISIÓN DE OBJETIVOS 2020-2021

OBJETIVO	ANÁLISIS CUMPLIMIENTO OBJETIVO	INDICADOR Y RESULTADO PREVISTO	RESULTADO OBTENIDO	ESTADO		MEDIDAS A TOMAR (SI NO CUMPLE OBJETIVO)
				%	● ●	
Desarrollo del área audiovisual	Actualmente estamos en condiciones excelentes en material audiovisual, fotográfico y en instalaciones a utilizar para las diversas materias. Es necesario darle el último impulso a las acciones realizadas en cursos pasados, que nos permitan que el área audiovisual sea una materia transversal a todos los grados y un foco de marketing permanente para la captación de alumnos.	<ul style="list-style-type: none"> o-Adquisición de material o-Cursos a docentes y alumnos o-Firma de convenios o-Realizar concursos de participación y generar un departamento de redacción formada por alumnos voluntarios - Plazo: Julio 2021 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de al menos 8 horas de programa anual para Radio Cesuga en formato programa o podcast - Elaboración de una parrilla de contenidos para Cesuga TV con al menos cinco horas de programas anuales. Creación de canal - Aumento de plantilla audiovisual en una persona 		●	
Reforzar la oferta de acciones formativas y complementarias a la formación del grado	La formación complementaria que se está realizando, principalmente con la incorporación de profesionales que ofrezcan visiones paralelas a los contenidos docentes, constituyen un medio de formación a impulsar en el grado como elemento diferencial.	<ul style="list-style-type: none"> Programar ciclos de conferencias y seminarios de formación Programar actividades complementarias de los alumnos - Plazo: Julio, 2021 - Responsable: Claustro docente - Recursos: Dedicación docente con programación de actividades dentro de la oferta de cada materia del grado, sujetas a aprobación de la dirección y dos primeros docentes con contrato a tiempo completo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en un certamen competitivo nacional - Al menos 18 acciones complementarias formativas: charlas, visitas... 		●	

Obtener respuestas de egresados (evaluación)	No disponemos de indicador alguno que nos informe sobre los egresados habidos más allá de nuestro contacto personal	Realizar encuesta de egresados - Plazo: Julio, 2021 - Responsable: Belén Vázquez - Recursos: No se precisan recursos.	- Al menos 70 % de encuestados potenciales con satisfacción de notable.		●	No se ha llevado a cabo aunque se manejan datos de egresados por el escaso número de estos
Incrementar la matrícula	En la actualidad la matrícula ha bajado respecto al año anterior afectada por el escenario COVID. Teníamos 30 solicitudes y se han materializado 13	Promoción en redes, prensa, colegios, visitas, políticas de open house en cuanto sea viable, menciones en medios, entrevistas en medios Plazo: Julio 2021 Responsable: Dirección y dpto prensa/comercial Recursos: campañas de publicidad y RRPP	Incrementar la matrícula de nuevo ingreso en al menos 4 personas para igualarla a la del año 2018 que alcanzó los 19 matriculados.		●	Proseguir en la estrategia de dar visibilidad los logros de los alumnos a través de redes sociales
Creación de cátedras universitarias para impulsar el conocimiento universitario y empresarial	Se está trabajando para obtener varias cátedras y acuerdos de colaboración	Firmar al menos dos acuerdos para la creación de cátedras universitarias. Plazo: Julio 2021 Responsable: Dirección Académica	Organizar el contenido previsto de cada cátedra, e impartir al menos tres seminarios		●	Los convenios de las cátedras se llevaron a cabo pero en otros grados
Aumentar labor investigadora	Se está incentivando la labor de investigación a través de la creación de grupos de profesorado interesado	Grupo de profesorado	Aumentar el número de aportaciones respecto al año anterior en un 10%		●	Hay que considerar la falta de oferta académica en materia de congresos, etc...

12. PLAN DE ACCIÓN 2021-2022

OBJETIVO	SITUACIÓN ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR (Plazo, responsable y recursos)	INDICADOR Y RESULTADO PREVISTO
Continuar con la creación de contenidos para nuestros canales de RTV y radio	Nuestra situación actual en esta materia es la de consolidación en la producción de contenidos con participaciones constantes de materias y alumnos, especialmente en publicidad	Producir contenidos audiovisuales y de audio Responsable: profesorado y técnico Plazo: Julio 2022	Aumentar seguidores en un 15% Salir a exterior del plató en al menos tres ocasiones Aumentar el número de alumnos participantes en el Consejo de Redacción de radio y tv en un 10% Aumento de horas de emisión en un 10%
Desarrollo de redes sociales	Tenemos presencia en todas las redes sociales, algunas con varias cuentas (Instagram)	Nutrir a redes sociales de contenidos y posts relativo a nuestra actualidad y actividades Responsable: marketing y comercial, profesorado Plazo: Julio 2022	Frecuencia constante, aumentar la frecuencia mensual en un 10% Aumento de tráfico en un 10% Interacción, aumento en un 10%
Continuar con los cursos complementarios de formación para el alumnado	La oferta de cursos complementarios es muy valorada por los alumnos a través de la matrícula	Conseguir una oferta atractiva de cursos con implicación por parte del alumnado sobre las materias a impartir (idiomas, herramientas,...)	Anticipar la comunicación de la oferta de cursos dos semanas Aumentar matrícula en un 10% Incorporar dos especialidades
Participación en actividades con empresas	Las empresas nos visitan virtualmente en general, aunque hay labor presencial. Hemos firmado convenios de colaboración en materia de desarrollo del sector	Participar en retos nacionales y actividades exteriores por parte de nuestros alumnos Responsable: Dirección académica, dirección de grado y profesorado Plazo: Julio 2022	2 participaciones en retos nacionales
Continuar con grupos de alumnos responsables de áreas de actividad	Fomentar la implicación de alumnos en actividades de centro como son el consejo de redacción, el gabinete de comunicación,	Presentación de grupos y obligaciones/funciones al inicio de cada curso Responsable: Dirección académica Plazo: Julio 2022	Aumentar dos alumnos en el gabinete de comunicación y dos alumnos en el consejo de redacción
Fomentar los convenios de prácticas	Tenemos cubiertas las prácticas curriculares de la totalidad de los alumnos, incluso las extracurriculares de aquellos que lo solicitan	Contacto con empresas del sector Responsable: comercial, dirección de grado, dirección académica Plazo: Julio 2022	Aumentar los convenios en al menos tres empresas

ANEXO 1: CUADRO DE INDICADORES

	CÓDIGO	INDICADOR	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
1	IN-006	Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas	40	40	40	40	40	40
2	IN-031	Ratio de plazas demandadas / ofertadas	0,25	0,50	0,30	0,40	0,47	0,47
3	IN-032	Número de alumnos de nuevo ingreso	8	15	11	13	19	19
4	IN-064	Variación porcentual de matrícula de nuevo ingreso	NP	87,5%	-26,7%	18,2%	15%	-
5	IN-033	Ratio de matrícula de nuevo ingreso / plazas ofertadas	0,20	0,38	0,28	0,33	0,475	0,475
6	IN-034	% de alumnos de nuevo ingreso que han realizado la PAU	7%	93,3%	4%	7,7%		-
7	IN-035	Nota de corte PAU / EVAU	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
8	IN-036	Nota media de acceso PAU	6,4	6,1	6,2	6,3	-	-
		Nota media de acceso EVAU	NP	NP	6,4	6,5	7,5	6,9
9	IN-039	Número de alumnos de nuevo ingreso en todos cursos excepto primero	NP	0	0	0	0	0
10	IN-040	Número de alumnos matriculados (títulos oficiales)	8	22	33	44	54	60
11	IN-047	Número de egresados	NP	NP	NP	5	13	9
12	IN-011	% de alumnos en programa de movilidad (outgoing)	NP	NP	NP	-		-
13	IN-012	% de alumnos en programa de movilidad (incoming)	NP	NP	NP	-		-
14	IN-019	Ratio alumnos/profesor	0,89	1,83	1,57	3,5	-	4,6
15	IN-017	% PDI doctores / PDI	75	75	52,4	59,2	20%	31,5%
16	IN-114	% PDI acreditados / PDI	37,5	41,7	47,6	48,1	40%	34,8%
17	IN-020	% de profesores sometidos a evaluación de la actividad docente	100	91,7	100	100	50%	100%
18	IN-069	Tasa de rendimiento	87,5%	91,3	91,0	92,7%	94%	96,6%
19	IN-070	Tasa de eficiencia	NP	NP	NP	90,5%	98,5%	94,3%
20	IN-071	Tasa de abandono	NP	NP	NP	0,0%	0,0%	9,1%
21	IN-072	Tasa de graduación	NP	NP	NP	NP		75%
22	IN-112	Tasa de éxito	89,7%	92,9	94,4	96,3%	95,8%	97,6%
23	IN-113	Tasa de evaluación	97,5%	98,1	96,4	98,9%	98,1%	98,9%

24	IN-074	Duración media en los estudios	4	4	4	4	4	4
25	IN-076	Satisfacción de los alumnos con el Plan de Acción Tutorial	9,37	5,5	3,6	3,4	-	7,9
26	IN-077	Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	-	-	8,7
27	IN-078	Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad	NP	NP	NP	-	-	-
28	IN-082	Satisfacción de los alumnos con el profesorado	7,4	6,7	7,6	7,6	-	8,6
29	IN-085	Satisfacción de los egresados	NP	NP	NP	-	-	-
30	IN-086	Satisfacción del profesorado con el programa	8,29	NP	8,5	NP	-	8,4

ANEXO 2: Comisión de Calidad del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

REUNIÓN: Presentación de la memoria del curso académico del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas	
FECHA: 15-12-2021	HORA: 14.00
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Sala de profesores CESUGA	
ASISTENTES: JLITO GARCÍA ABAD, SARA COUTO, LARA QUINTERO, MARGA BORREGUERO	

TEMAS TRATADOS EN EL ACTO DE DEFENSA DE LA MEMORIA
Enumeración de los puntos tratados: 1-datos de matrícula peores que el año pasado
2-Mejoras de porcentaje de dedicación al título del profesorado
3-Número de actividades académica y extracadémicas relevante
4-Evaluación muy satisfactoria del profesorado
5-Actividades académicas del profesorado numerosas pero menos relevantes
6-Evaluación de objetivos: 4 alcanzados y 2 no alcanzados
7-Plan de acción próximo curso: aumentar actividades, implicación de los alumnos, aumentar matrícula, alcanzar hitos en materia en comunicación y redes sociales, desarrollar competencias y skills en los alumnos, continuar con la captación de profesorado, seguir conveniando con empresas para prácticas..

COMENTARIOS DE LOS ASISTENTES
Los alumnos comentan que todo lo transmitido es cierto, y que están muy contentas
J. Lito García Abad, director académico, comenta que nuestra labor de retransmisión del rugby femenino ha sido felicitado por la federación y que nuestros alumnos están alcanzando niveles de rendimiento muy alto en las prácticas

ANEXO 3: Modificaciones realizadas como consecuencia de la situación excepcional Covid

Durante el curso 2020/2021, CESUGA planificó toda su actividad docente en modo presencial. Tan solo el cierre decretado por la Xunta de Galicia (Decreto 8/2021, de 26 de enero), que obligó a suspender la educación presencial en las universidades de la comunidad durante cinco semanas, interrumpió este escenario. La suspensión de las clases, del 26 de febrero al 1 de marzo, no afectó al período de exámenes del primer semestre, que se mantuvieron presenciales y sin incidencias. Las modificaciones realizadas al comienzo del segundo cuatrimestre, como consecuencia de esa situación excepcional fueron las siguientes:

- Se informó al alumnado y al profesorado de los tiempos marcados por la Administración gallega y se incorporó Microsoft Teams como elemento indispensable para la impartición de clases.
- Las herramientas de comunicación profesores-alumnos se produjeron fundamentalmente a través de la PDU, Teams y el correo corporativo.
- Desde la Dirección de Grado se formó vía online a los docentes de nueva incorporación en el uso adecuado de las diferentes herramientas.
- Se fomentó y solicitó al profesorado el aumento de las tutorías y el refuerzo de las clases, especialmente en el caso de aquellos matriculados en 5º curso.

Finalizado el confinamiento decretado, se retomaron las clases presenciales, los eventos y las visitas de obra que continuaban con la formación del alumnado, alcanzándose los objetivos de las actividades previstas. La convocatoria de julio se desarrolló con total normalidad.

Una vez terminadas las clases, se procede a la atención de las estudiantes del *Study Abroad* y también se continúan bajo normalidad labores como:

- Captación de futuros matriculados
- Tramitación de venias
- Guías docentes
- Atención de solicitudes
- Mejoras energéticas del edificio
- Adquisición de material
- Entrega de premios de concursos desarrollados a lo largo del segundo semestre

A lo largo de los dos semestres, se cumplió estrictamente el Protocolo de Prevención ante el Covid-19, sobre todo en lo referente a las ausencias preventivas. Dicho documento recoge las medidas adoptadas por Cesuga, siguiendo las recomendaciones sanitarias, para asegurar, en la medida de lo posible, una enseñanza presencial durante el curso académico 2020/2021.