

## RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN INFORME FINAL

### DATOS DEL TÍTULO

<b>Número de Expediente (RUCT):</b>	2503754
<b>Denominación Título:</b>	Grado en Publicidad
<b>Universidad responsable:</b>	Universidad Europea de Madrid
<b>Universidades participantes:</b>	
<b>Centros de la Comunidad de Madrid en los que se imparte:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Nº de créditos:</b>	240
<b>Idioma:</b>	Español
<b>Modalidad:</b>	

### MIEMBROS DEL COMITÉ DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

<b>Presidente/a del Pleno:</b>	Federico Morán Abad
<b>Experto/a externo/a:</b>	Rosa de Couto Gálvez, Ángel Garrido García
<b>Vocal estudiante:</b>	Andrea Paricio Henares
<b>Presidente/a Comité Artes y Humanidades:</b>	Javier de Navascues Martín
<b>Presidente/a Comité Ciencias:</b>	Juan Antonio Vallés Brau
<b>Presidente/a Comité Ciencias de la Salud:</b>	Vicente Soriano Vázquez
<b>Presidente/a Comité Ciencias Sociales y Jurídicas 1:</b>	Cristina Mayor Ruiz
<b>Presidente/a Comité Ciencias Sociales y Jurídicas 2:</b>	Luis Vázquez Suárez
<b>Presidente/a Comité Ingeniería y Arquitectura:</b>	Enrique Masgrau Gómez
<b>Presidente/a Comité de Evaluación y Acreditación de Doctorado:</b>	Susana Rodríguez Escanciano
<b>Secretario/a:</b>	Oscar Vadillo Muñoz

La Fundación para el Conocimiento Madrimasd, órgano de evaluación en el ámbito universitario de la Comunidad de Madrid, ha procedido a evaluar el seguimiento del título oficial arriba citado en el marco establecido por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con los criterios y directrices establecidos en la *Guía de evaluación para la renovación de la acreditación de títulos oficiales de Grado y Máster* de la Fundación y teniendo en cuenta la evaluación externa realizada por el Panel de expertos que ha visitado la universidad y el Informe provisional emitido por el Comité de rama.

## VALORACIÓN GLOBAL DEL TÍTULO

Transcurrido el plazo de veinte días para la presentación de alegaciones al Informe provisional y considerando la información disponible del título incluida en el dossier de acreditación y, en su caso, las alegaciones y/o Plan de Mejora presentadas por la universidad, este Comité de Evaluación y Acreditación emite el siguiente Informe final de renovación de la acreditación en términos de **FAVORABLE**. Este informe debe hacerse público en la página web del propio título de forma fácilmente accesible.

## CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS

### DIMENSIÓN 1. La gestión del título

#### Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

*EL PROGRAMA FORMATIVO ESTÁ ACTUALIZADO DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DE LA DISCIPLINA Y SE HA IMPLANTADO CONFORME A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA MEMORIA VERIFICADA Y/O SUS POSTERIORES MODIFICACIONES.*

#### VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

#### Justificación de la valoración:

El Grado en Publicidad por la Universidad Europea de Madrid recibió informe positivo de verificación en el 01/03/2018 para ser impartido en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. El título está verificado en modalidad presencial y en lenguas castellana e inglés para 200 plazas. La primera edición fue impartida en el curso 2018-19. La Memoria del título fue modificada en 2021, siendo ésta la Memoria vigente en la actualidad. El título fue objeto de Seguimiento en 2021. Asimismo, la titulación se oferta desde el curso 2018-19 simultáneamente como plan conjunto con el grado de Comunicación Audiovisual. En este caso, durante las audiencias se ha detectado la necesidad de optimizar los horarios para un mejor aprovechamiento de las actividades académicas.

Las modalidades e idiomas de impartición del título se ajustan a lo verificado, iniciándose en el curso académico 2021-22 la modalidad en inglés. Sin embargo, no existe un criterio de admisión que requiera de un nivel mínimo de idioma inglés (según el Marco común europeo de referencia para las lenguas MCERL). Se realiza prueba de idioma, aunque ésta no es requisito necesario para la admisión. Aunque de momento no parece haber sido un problema para el estudiantado, durante las audiencias se ha constatado que sería recomendable que el nivel de inglés figure como criterio obligatorio para la admisión.

El plan de estudios consta de 240 créditos, con 60 créditos básicos, 75 obligatorios, 90 optativos, 6 de prácticas académicas externas y 9 de Trabajo Fin de Grado e incluye dos menciones de 90 créditos cada una: Mención en Creatividad y Mención en Estrategia.

Las guías presentan una estructura común que incluye: datos básicos, presentación de la asignatura, competencias y resultados de aprendizaje, contenidos, metodologías de enseñanza-aprendizaje, actividades formativas, evaluación, bibliografía, orientación educativa y diversidad y referencia a la encuesta de satisfacción del estudiante. Las actividades formativas empleadas en las asignaturas respetan, en general, los porcentajes de presencialidad. Las competencias y resultados de aprendizaje reflejados en las guías docentes están actualizados al perfil de egreso del título. Las guías docentes de las asignaturas están completas, pero se han detectado diferencias en relación con lo incluido en la Memoria de Verificación. En algunas guías no coinciden ni los contenidos, ni las actividades, ni la evaluación con lo señalado en la Memoria verificada. Se recomienda, por tanto, revisar las guías y ajustarlas a la Memoria.

Para las prácticas académicas externas, la Universidad dispone de una normativa que las regula, así como guías explicativas para estudiante y tutor académico, y documentación con aclaraciones sobre su implementación y desarrollo, además de la propia guía docente. El listado de instituciones con convenio es amplio y se cuenta con acuerdos específicos como el programa UEM & Dentsu Creative. Para la gestión administrativa de las prácticas académicas externas existe un coordinador a nivel de Centro que cuenta con una plataforma de trabajo y la correspondiente guía de apoyo, que permite la interacción con los tutores profesionales y los alumnos.

En las audiencias se sugería que se reservara un tiempo en el plan del título para poder realizar las prácticas a jornada completa, dada la especificidad de la titulación, para su correcto aprovechamiento.

La transferencia y el reconocimiento de créditos se realizan conforme a la normativa existente, que se aplica de manera adecuada.

El tamaño del grupo es adecuado a las actividades formativas desarrolladas dentro de las distintas asignaturas y facilita la consecución de los resultados de aprendizaje previstos.

Para la coordinación del título, la universidad cuenta con diversas figuras, como el Vicedecano del Área de Comunicación y Marketing, el Director de Departamento, el Coordinador de Titulación y el Coordinador de asignatura (si bien al existir un único grupo esta coordinación por asignatura no resulta operativa aunque esté diseñada). Como parte de las evidencias de los mecanismos de coordinación docente horizontal, se han incluido actas de coordinación de diversas asignaturas del título (con un modelo normalizado).

Para evidenciar la coordinación vertical, se ha presentado el acta de una reunión celebrada durante el curso sobre diversos aspectos del desarrollo docente del título. Además, integrado en el sistema de gestión de calidad de la universidad, se dispone de un Plan Institucional de Evaluación de Aprendizaje que supervisa el cumplimiento de los distintos compromisos informativos y de gestión del título. Asimismo, la coordinación del título incluye reuniones de la Comisión de Calidad de la Titulación, el seguimiento de las acciones de mejora, reuniones de los coordinadores de titulación del Centro de mejora y de los principales resultados del título.

El número de estudiantes de nuevo ingreso y su proceso de admisión se ajustan a lo comprometido en la Memoria de Verificación.

La universidad realiza una prueba de competencias y habilidades, una entrevista personal, así como una prueba (o acreditación) del nivel B2 de castellano para estudiantes de habla no española. En la Memoria verificada se indica que los estudiantes que soliciten estudiar el título en inglés podrán acreditar un nivel B2 de idioma o, alternativamente, hacerlo a través de una prueba en la universidad. Sin embargo, esta prueba no es selectiva. Especialmente para esta modalidad, debería ser un requisito y como tal indicarlo en los criterios de admisión tanto en la Memoria verificada como en la información pública.

## **Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA**

*LA INSTITUCIÓN DISPONE DE MECANISMOS PARA COMUNICAR DE MANERA ADECUADA A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA Y DE LOS PROCESOS QUE GARANTIZAN SU CALIDAD.*

### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2.:**

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

#### **Justificación de la valoración:**

En la página web del título se incluye una visión general del plan de estudios y están publicadas las guías docentes de las distintas asignaturas. No obstante, el número de plazas que aparece publicado es el global, y no se diferencia por tipo de impartición en cuanto a idioma, y para el plan conjunto con Comunicación Audiovisual.

No existe una información de acceso público a la oferta de TFG ni a la normativa de asignación de tutores, y prácticas.

La información pública sobre el claustro de profesores incluye un breve currículum de cada uno de los profesores y el porcentaje de doctores en el título. El profesorado se especifica de forma independiente para cada grado, sin que esté agrupado para tener los valores conjuntos de los indicadores para el doble grado.

En relación con el apartado de Calidad de la titulación, el enlace lleva al SIGC genérico. Se presenta la Comisión de Garantía del Título, aunque en su composición sólo aparecen los cargos, pero no los nombres de las personas que la componen. Se incluyen también los principales resultados del título, aunque no se indica el curso académico al que corresponde. Tampoco aparecen datos de inserción laboral, y los valores relativos a la satisfacción de los diferentes colectivos, no incluyen la tasa de respuesta que permita valorar la significatividad estadística de las encuestas.

En los enlaces a los procesos de verificación y modificación, aparecen los enlaces a los informes. En relación con la modificación de la Memoria de 2021, ésta recogía un reconocimiento de créditos para ciclos de formación profesional superior que no están disponibles en la web y sería recomendable que se incorporasen a la información pública. Además, no es correcta la información publicada en la web del plan conjunto con Comunicación Audiovisual respecto al reconocimiento de créditos.

En la página web no se incluyen los informes anuales de evaluación interna del título ni las consecuentes acciones de mejora y su seguimiento. Y en la web del plan conjunto no se incluyen indicadores de resultados ni de nivel de satisfacción.

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

*LA INSTITUCIÓN DISPONE DE UN SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDO E IMPLEMENTADO QUE ASEGURA, DE FORMA EFICAZ, LA MEJORA CONTINUA DEL TÍTULO.*

### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 3.:**

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

#### **Justificación de la valoración:**

El Grado en Publicidad se imparte en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UEM, que cuenta con la certificación favorable de la implantación de su Sistema Interno de Garantía de Calidad bajo el programa SISCAL, lo que asegura que está orientado a la mejora continua de la formación que se ofrece a sus estudiantes.

## **DIMENSIÓN 2. Recursos**

### **Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO**

*EL PERSONAL ACADÉMICO QUE IMPARTE DOCENCIA ES SUFICIENTE Y ADECUADO, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.*

### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4.:**

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

#### **Justificación de la valoración:**

El personal académico del Grado es suficiente y adecuado para la impartición del título. En referencia a la estructura del personal académico, el título cuenta con una plantilla de 32 profesores, de los cuales 19 son doctores (59,4%) y 9 cuentan con una acreditación. En concreto, 27 son profesores con dedicación a tiempo completo (18 doctores y 8 acreditados) y 5 son profesores a tiempo parcial (1 doctor y 1 acreditado). Se debe seguir insistiendo en aumentar el número de profesores acreditados.

El 57,5% de los créditos de la titulación fueron impartidos por doctores. Se ha constatado la destacable experiencia profesional del profesorado. Respecto a su experiencia investigadora, la información aportada para el conjunto del profesorado indica que tienen reconocidos 4 sexenios (0,125 sexenios/profesor), aspecto que se considera mejorable.

En cuanto a los profesores que tutorizan los TFG, en el curso 2022-23 se contó con varios profesores-tutores encargados de dirigir 15 trabajos que se defendieron en el curso académico, incluyendo 5 del doble grado.

En cuanto a la valoración de los estudiantes con el profesorado, en el curso 2022-23 es alta, de un 4,0 sobre 5, manteniéndose similar en los 3 últimos cursos que se presentan. Destacan los ítems mejor valorados como el dominio de la asignatura por el profesor con un 4,3 y la vinculación de la asignatura con el mundo profesional 4,2 sobre 5. Por asignaturas, la satisfacción de los estudiantes es muy dispar, yendo en algunas del 5 sobre 5 a otras del 3 sobre 5.

La universidad oferta un programa de formación del profesorado que les permite acceder a una oferta de cursos sobre desarrollo de la docencia. Existe una convocatoria de proyectos de innovación docente y de proyectos de investigación con una participación moderada que admite margen de mejora.

En cuanto a la recomendación contenida en el Informe de seguimiento del título realizado en 2021, relativa a la necesidad de proveer apoyo para el desarrollo académico del profesorado, existe un Plan de Acreditación del Profesorado con diversas convocatorias de apoyo a la investigación que, según se afirma, ha permitido alcanzar la acreditación de profesorado doctor a 8 profesores.

### **Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS**

*EL PERSONAL DE APOYO, LOS RECURSOS MATERIALES Y LOS SERVICIOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL TÍTULO SON LOS ADECUADOS EN FUNCIÓN DE LA NATURALEZA, MODALIDAD DEL TÍTULO, NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS Y COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR LOS MISMOS.*

### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5.:**

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

#### **Justificación de la valoración:**

Para el desarrollo del título se cuenta con distinto personal técnico, de gestión y de administración y servicios, además de otros servicios y recursos. Este personal es adecuado y suficiente para la implantación del título. Además, se dispone de un conjunto de servicios generales: Orientación Educativa, Atención al Estudiante, Asesor Académico, Unidad de Atención a la Diversidad, Unidad de Movilidad y Unidad de Prácticas.

Destacan varias figuras de personal de apoyo, que juegan un papel importante de acompañamiento y orientación: el servicio específico de Orientación educativa (ASC o Academic Success Center) y el programa Talent Up, que potencia el desarrollo

personal, académico y profesional del alumnado a través del trabajo de las competencias más demandadas en el ámbito laboral. Se ha comprobado que los estudiantes aprovechan todos estos recursos.

Existen convenios de movilidad, si bien el número de estudiantes que la realizan es limitado, dado que en general existe una descompensación elevada entre el número de estudiantes entrantes que vienen a la UEM desde otras universidades, y los que realizan estancias fuera. En concreto, durante el curso 2022-23 ha habido 2 estudiantes de movilidad saliente y 20 de movilidad entrante. Sería un aspecto para valorar por parte del equipo directivo del título en aras a intensificar dicha movilidad.

En general, la satisfacción del estudiantado del Grado de Publicidad con los diferentes servicios de apoyo es alta en algunos aspectos, como el 4,8 sobre 5 sobre el servicio recibido en la Unidad de Prácticas, y baja en otros, como la Coordinación profesores/asignaturas, con un 2,9/5, la aplicación de Teams, 2,9/5, o el asesor académico 2,3/5, y la satisfacción global con la universidad y con la planificación de la titulación con 3 sobre 5. Esta baja valoración recogida en las encuestas no se ha detectado en los diferentes grupos de interés participantes durante la visita de esta acreditación. Es un aspecto que requiere de reflexión futura por parte del equipo directivo.

Las aulas docentes y de innovación educativa son adecuadas para el proceso de aprendizaje. Además, disponen de unas infraestructuras, laboratorios y otros espacios de alta calidad y los ponen a disposición del estudiantado para ampliar su formación, como Biblioteca, Campus Virtual o diversos espacios de trabajo, como Europea Media, Shooting Minds o Piching Minds. Los recursos materiales se adecúan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título. La visita a las instalaciones reveló su utilidad para realizar actividades prácticas y su disponibilidad para los estudiantes.

En general, los distintos recursos, instalaciones y servicios ofrecidos presentan niveles de satisfacción moderados o altos. Así, la satisfacción de los estudiantes con las aulas, laboratorios y espacios es de 4,3/5, 3,8/5 y 3,6/5 para los cursos 2020-21, 2021-22 y 2022-23, respectivamente. La satisfacción con el Campus Virtual se sitúa en 3,6/5, 3,7/5 y 3,6/5 para esos cursos académicos.

### **DIMENSIÓN 3. Resultados**

#### **Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

*LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZADOS POR LOS TITULADOS SON COHERENTES CON EL PERFIL DE EGRESO Y SE CORRESPONDEN CON EL NIVEL DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR) DEL TÍTULO.*

#### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6.:**

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

#### **Justificación de la valoración:**

La metodología docente, las actividades formativas y los sistemas de evaluación para cada asignatura contribuyen a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes y corresponden al nivel MECES 2. No obstante, en relación con los contenidos, durante las audiencias, distintos grupos de interés han mostrado la conveniencia de aumentar los contenidos de Marketing Digital para mejorar la empleabilidad y desarrollo profesional de los egresados. El modelo académico de la universidad vincula los resultados de aprendizaje a la realización de un conjunto de actividades formativas en distintos entornos o contextos (profesional, simulado, basado en datos, etc.). Para ello, se realiza un seguimiento del número de actividades y horas realizadas en cada uno de estos contextos o pilares.

Los datos de resultados de las asignaturas del curso 2022-23 muestran una homogeneidad en los rendimientos siendo muy elevados, ya que en todas las asignaturas el porcentaje de aprobados sobre presentados es superior al 90% y la mayoría en el 100%. La tasa de rendimiento del conjunto de asignaturas se situó en el 93,4%, 82,2% y 88,9% para los cursos académicos 2020-21, 2021-22 y 2022-23, respectivamente.

Las prácticas externas se desarrollan de manera adecuada. Las evaluaciones realizadas por el tutor académico y el profesional se realizan sobre una rúbrica. Destaca el apoyo recibido del tutor de prácticas de la empresa/centro, la estancia en la empresa y, en general, la satisfacción con la experiencia de prácticas externas (4,8/5). Asimismo, los tutores de prácticas manifiestan una satisfacción muy elevada con los estudiantes recibidos (4,8/5) y con la gestión administrativa realizada por la universidad (4,9/5). El Trabajo Fin de Grado se adecúa a las características del título, desarrollándose conforme a la legislación vigente, a lo previsto en la normativa interna de la Universidad y a la guía de la propia asignatura. No obstante, no se dispone de un reglamento de asignación de líneas de investigación y tutores. Respecto a los TFG del curso 2022-23, se observa una distribución variada de tutores y calificaciones, oscilando entre 5,3 y 10. Cuentan con rúbricas para su evaluación tanto del tutor como del tribunal, que permiten concluir que existe un adecuado ajuste del contenido y valoración de los TFG al título.

La evolución de los principales datos e indicadores del título es adecuada con las previsiones del título y coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso, a excepción de la tasa de cobertura, que ha sido baja a lo largo de los cursos evaluados.

El único valor que se dispone de la tasa de graduación es para la cohorte de ingreso en el curso 2018-19 y fue del 46,2%, habiéndose propuesto un 69% en la Memoria. La tasa de abandono correspondiente a la cohorte de ingreso en 2018-19 fue de 43,8%, lo que se considera elevado. La tasa de eficiencia se ha situado en 100% para los cursos 2020-21 y 2021-22, respectivamente, superándose el umbral establecido del 97%. La evolución de los principales indicadores ha ido mejorando con la implementación del título.

La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada. Señalar que, en algunos casos, el número de respuestas en las encuestas es muy bajo, de manera que algunas no se pueden considerar estadísticamente significativas; por ejemplo, la encuesta de satisfacción con la docencia solo tiene 5 respuestas, por lo que es recomendable que se siga trabajando en aumentar la participación de los distintos colectivos en las encuestas de satisfacción. A la luz de los datos de satisfacción proporcionados por los estudiantes de las distintas asignaturas, el desarrollo docente de éstas en términos generales es positivo, al ser la satisfacción media superior a 4/5 en la mayoría de las asignaturas. La encuesta de satisfacción con el profesorado para el curso 2022-23 muestra valores superiores a 3,5/5 para las distintas dimensiones de la actividad docente analizadas, con la mayor valoración para las metodologías docentes empleadas que facilitan el aprendizaje, y, la que menos, el interés que el profesor genera por la asignatura. A nivel global, la satisfacción de los estudiantes con el título se sitúa en 4,2/5, 3,8/5 y 3,5/5 para los cursos académicos comprendidos entre el 2020-21 y el 2022-23.

El profesorado muestra un nivel de satisfacción con el título de 4/5. De forma específica, los aspectos que mayor satisfacción generan son el conocimiento e implementación del modelo académico en las asignaturas (5/5), la satisfacción con la docencia (4,8/5) y con el modelo académico de la universidad (4,6/5). Los que menor nivel alcanzan son: las instalaciones de laboratorios, talleres y espacios experimentales (2,8/5), la adecuación de la oferta formativa para el desarrollo del estudiante (3,2/5), o los recursos que la Universidad dispone a disposición del estudiante (3,2/5).

El personal de apoyo, del centro, presenta valores de satisfacción moderados, entre 3,1/5 y 4/5. Su percepción sobre adecuación de los recursos tecnológicos a las funciones desempeñadas es 3,5/5, la comunicación y coordinación entre las distintas áreas es de 3,1/5 y la satisfacción global con la Universidad es 3,9/5.

No se dispone de datos del nivel de satisfacción de egresados de este título.

Tampoco hay datos de inserción laboral para este título a través del procedimiento específico del SGIC. No se aporta información particularizada para la titulación, sino genérica para el área de Comunicación y Marketing, sin que de ella se pueda inferir los aspectos concretos. Con todo, en la visita los egresados mostraron un alto nivel de satisfacción con el título. No obstante, se aconseja obtener información específica de los egresados del título.

#### **PUNTOS FUERTES Y BUENAS PRÁCTICAS:**

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

1.- El centro donde se imparte el título cuenta con la certificación favorable de la implantación de su SGIC bajo el programa SISCAL.

#### **RECOMENDACIONES:**

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

1.- Se recomienda ajustar los sistemas de evaluación, contenidos, y actividades formativas de las guías docentes a lo comprometido en la Memoria de Verificación.

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

1.- Se recomienda completar la información pública de la web del título referida, entre otros, al número de plazas por modalidad de impartición, la normativa de TFG y de prácticas y los reconocimientos de créditos.

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.- Se recomienda implementar medidas que contribuyan a reducir la tasa de abandono e incrementar la de graduación.  
2.- Sería recomendable disponer de un reglamento para la asignación de los temas y tutores de TFG.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'F. Morán'.

Fdo.: Federico Morán Abad

El/la Presidente/a del Comité de Evaluación y Acreditación

---