

INFORME DEFINITIVO DE LA AGENCIA CANARIA DE CALIDAD UNIVERSITARIA Y EVALUACIÓN EDUCATIVA EN RELACIÓN AL SEGUIMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DEL PROYECTO CONTENIDO EN EL PLAN DE ESTUDIO, VERIFICADO POR EL CONSEJO DE UNIVERSIDADES, DE LOS TÍTULOS OFICIALES EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS.

Asunto: Primer Informe de Seguimiento de Titulación
Universidad: Universidad Europea de Canarias (UEC)
Titulación: Grado en Comunicación Publicitaria

Normativa

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, de ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, establece en su artículo 27 que: “ una vez iniciada la implantación de las enseñanzas correspondientes a los títulos oficiales inscritos en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), la ANECA o los órganos de evaluación que la Ley de las comunidades autónomas determinen, llevarán a cabo el seguimiento del cumplimiento del proyecto contenido en el plan de estudio verificado por el Consejo de Universidades “. Este seguimiento de los títulos es previo al procedimiento de evaluación para renovar la acreditación y necesariamente ha de servir para facilitar la superación de dicho proceso.

Por su parte, la Agencia Canaria de Calidad Universitaria y Evaluación Educativa, como entidad que ejerce las funciones de evaluación de la calidad universitaria en el ámbito de la Comunidad Canaria, ha establecido el protocolo para realizar las funciones descritas en el artículo 27 del Real Decreto 861/2010 citado anteriormente.

De acuerdo con lo establecido en el protocolo elaborado por la Agencia, se elaborará un informe de evaluación relativo al cumplimiento de cada uno de los criterios establecidos.

Antecedentes

La **Universidad Europea de Canarias (UEC)** ha elaborado el Informe Anual de Seguimiento del título de **Grado en Comunicación Publicitaria** correspondiente al curso de implantación **2012/2013**, habiendo solicitado evaluación de la misma con fecha **26 de enero de 2016**.

Una vez recibido el expediente de solicitud se procede, por parte de la Agencia, a analizar tanto la información pública disponible como la suministrada por la Universidad en su Informe.

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
MARIA TERESA ACOSTA TEJERA - DIRECTORA/A GENERAL	Fecha: 18/03/2016 - 14:25:24
En la dirección https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente: 0vqhqY3O8BjzRtdV0XD81Aku9732YPJak	
 	
El presente documento ha sido descargado el 21/03/2016 - 07:29:35	

Se inició el proceso de evaluación de los criterios con la elaboración de un Informe Provisional Individual en el que se han hecho constar el cumplimiento con las especificaciones del proceso de seguimiento, y se han establecido recomendaciones para asegurar la mejora continua del desarrollo de la implantación del título.

Este informe provisional fue enviado a la Universidad para que ésta, si lo consideraba oportuno, presentara alegaciones a su contenido. Una vez recibidas en la Agencia dichas alegaciones se procedió al análisis de las mismas, para proceder a la elaboración del Informe Definitivo.

Conclusiones

En virtud de todo lo anterior y, en base a las competencias atribuidas, esta Agencia emite Informe de Seguimiento definitivo en los términos de:

Resultado del Seguimiento	Conforme	<i>X</i>	<i>Anexo I: Informe de Seguimiento</i>
	No Conforme		

Observaciones y Comentarios

ANEXO I

INFORME DEL PRIMER SEGUIMIENTO

UNIVERSIDAD	Universidad Europea Canarias
TITULO	Grado en Comunicación Publicitaria
FECHA DEL INFORME	16 de marzo de 2016
RESULTADO DEL SEGUIMIENTO	CONFORME <input checked="" type="checkbox"/> NO CONFORME
MOTIVACIÓN	

CRITERIO 1: La Universidad pública en su página Web información sobre el título oficial objeto de seguimiento.

VALORACIÓN:

CUMPLE

NO CUMPLE

La página web del Grado en Comunicación Publicitaria ofrece información suficiente y relevante para los estudiantes y, en particular, para la elección del título. Dependiendo del navegador utilizado, el acceso a la información ofrecida en la web, resulta más o menos fácil e intuitivo. Se ofrece acceso al campus virtual que complementa el proceso de enseñanza aprendizaje. La información está actualizada y su estructura permite un acceso fácil a la misma.

En el apartado "Plan de Estudio" la información que se encuentra está actualizada y se nombran las asignaturas por curso, (desde primer curso hasta cuarto curso), cada enlace lleva al programa de la asignatura que contiene información sobre: código de la asignatura, título, créditos ECTS, contextualización, temario, actividades formativas, evaluación, normativa específica, fecha de última actualización, etc.

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA TERESA ACOSTA TEJERA - DIRECTORA GENERAL

Fecha: 18/03/2016 - 14:25:24

En la dirección https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
 0vqhY308BjzRtdV0XD81Aku9732YPJak



El presente documento ha sido descargado el 21/03/2016 - 07:29:35

También, se ha detectado que **los programas de las asignaturas no guardan homogeneidad**. Además, **estos programas son inexistentes en algunas asignaturas o están incompletos**. Se han comprobado todas las asignaturas del Grado, relacionándose a continuación las que presentan este inconveniente:

Curso 1º:
9946001104 Comunicación empresarial

Curso 2º:
9946001208. Gestión estratégica de las Relaciones Públicas.
9946001206. Inglés (con muy poca información)
9946001204. Medios, soportes y formatos publicitarios
9946001203. Procesos de trabajo en Agencias de publicidad
9946001202. Psicología del consumidor (con muy poca información)

Curso 3º:
9946001803. Gestión de Eventos y Protocolo Empresarial
9946001805. Estrategias Integradoras
9946001807. Producción Publicitaria
9946001814. Identidad Corporativa y Desarrollo de Marcas

Curso 4º:
9946001401 Inglés del Negocio Publicitario
9946001402 Prácticas Externas
9946001822 Laboratorio de Planificación de Medios
9946001830 Laboratorio de creación y desarrollo visual

Se quiere destacar que en el caso particular de la asignatura de primer curso denominada “**Comunicación empresarial**” se comprueba el enlace del programa lleva a la siguiente dirección: <https://campusvirtual.uem.es/moodle/login/index.php>.

Las **guías docentes** están en el apartado: “Plan de Estudios” y se encuentran en tres ficheros pdf según los cursos: primero, segundo y tercero.

Por lo demás, **los objetivos del título** se definen con un único **objetivo principal** el cual se transcribe: “...*El principal objetivo de este grado es el de formar profesionales con una visión global sobre el concepto de Publicidad, que integre y sume distintas disciplinas, como por ejemplo, el conocimiento de los efectos de la comunicación publicitaria, la investigación del consumidor, los flujos de trabajo en la agencia de publicidad, los formatos vanguardistas publicitarios, la publicidad en entornos digitales, las redes sociales y nuevas tendencias comunicativas, los fundamentos estratégicos en comunicación publicitaria y en comunicación corporativa, las estrategias integradoras, la gestión y planificación de cuentas, la identidad corporativa y desarrollo de eventos, la dirección de servicios al cliente, las técnicas de creación, las teorías de la percepción visual, la redacción publicitaria, la identidad visual*”

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA TERESA ACOSTA TEJERA - DIRECTOR/A GENERAL

Fecha: 18/03/2016 - 14:25:24

En la dirección https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
0vqhqY3O8BjzRtdV0XD81Aku9732YPJk



El presente documento ha sido descargado el 21/03/2016 - 07:29:35

corporativa y muchas otras visiones que puedan emerger a medida que la sociedad así lo proponga y que se recojan en la materialización académica de este Grado”.

Por otra parte, se ha observado que **no se definen objetivos específicos**.

Además, existe un documento en pdf más detallado sobre “**las competencias del Grado en Comunicación Publicitaria**” en el que se han definido las *Competencias Transversales* y las *Específicas*, pero se destaca que **no existen Competencias Generales definidas**, extrayendo del documento pdf lo siguiente:

“Las competencias transversales son comunes a todos los estudiantes de la Universidad, independientemente de los estudios que cursen. Son competencias definidas a nivel Universidad según modelo académico definido, como y aplicables a todas las titulaciones vigentes.

• *CT1: Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos...”*

Así mismo, en relación a las Competencias Específica se dice: *“Las competencias específicas que los estudiantes deben adquirir durante sus estudios, y que serán necesarias para otorgar el título son las siguientes: • CE1. Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria...”*

La información sobre “**Acceso y admisión de estudiantes**” está completa y actualizada. Se informa sobre plazos y procedimientos de preinscripción y matrícula. Además, existe información sobre reconocimientos de créditos y sobre orientación al alumnado.

Consta información sobre la estructura del programa formativo, distribución temporal, horarios, mecanismos de coordinación docente, infraestructuras, reglamento de evaluación para las enseñanzas oficiales de Grado, se especifican las infraestructuras. También hay información actualizada del TFG. Además, existen criterios de suspensión del título, perfil de ingreso recomendado, perfil de egreso, normativa académica y orientación al alumnado.

Sobre el **personal académico** se valora positivamente la inclusión de los *currícula* del profesorado que imparte el título. Se constata que existe información actualizada sobre los **recursos materiales y servicios**.

En relación a los **resultados previstos** (Tasa de abandono, Tasa de eficiencia, Tasa de graduación y Tasa de rendimiento) se indica que **no se ha encontrado dicha información publicada en el “apartado de Garantía Calidad del Título”, ni en ningún otro apartado.**

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA TERESA ACOSTA TEJERA - DIRECTORA GENERAL

Fecha: 18/03/2016 - 14:25:24

En la dirección https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
0vqhqY3O8BjzRtdV0XD81AKu9732YPJak



El presente documento ha sido descargado el 21/03/2016 - 07:29:35

CRITERIO 3: Las actualizaciones del plan de estudios están basadas en información objetiva y recopilada previamente.

VALORACIÓN:

CUMPLE

NO CUMPLE

La implantación del Título se está llevando a cabo conforme a lo establecido en la Memoria de Verificación hasta el curso 2015-2016 que presentan una modificación del plan de estudios que afecta a las:

- **Infraestructuras**, En relación con las infraestructuras y los recursos materiales y servicios indicados en la memoria de verificación, se hace constar que la Universidad ha incrementado sus espacios en el último curso académico.

Asimismo, la Universidad cuenta para el aprendizaje práctico con laboratorios adaptados a la tecnología de última generación, con las herramientas y aplicaciones que actualmente se utilizan en las respectivas áreas de conocimiento.

Todas las aulas y los laboratorios tienen acceso a internet y pizarra digital, y cuentan con el equipamiento informático necesario para poder impartir asignaturas que requieren de programas informáticos específicos y generales.

Por tanto, se **cumple con este criterio**.

CRITERIO 4: Las recomendaciones establecidas en los informes de evaluación externa del título se han tenido en cuenta en la implantación del título.

VALORACIÓN:

CUMPLE

NO CUMPLE

En el informe en términos favorables que fue emitido por la ANECA, en el proceso de Verificación, el Grado en Comunicación Publicitaria recibió las siguientes recomendaciones:

"CRITERIO 5. PLANIFICACION DE LAS ENSEÑANZAS

Se recomienda en el grado para hacer patente su enfoque de formación básica generalista que se incluya la asignatura de Teoría de la Comunicación facilitando a los estudiantes de una forma ordenada y coherente aquellos conocimientos básicos que se espera obtengan en un título de estas características.

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA TERESA ACOSTA TEJERA - DIRECTORA GENERAL

Fecha: 18/03/2016 - 14:25:24

En la dirección https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc puedo ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
0vqhQY308BjzRtdV0XD81Aku9732YPJak



El presente documento ha sido descargado el 21/03/2016 - 07:29:35

CRITERIO 6. PERSONAL ACADÉMICO

Se recomienda que se atienda en las próximas contrataciones a profesorado acreditado en el área de comunicación”.

- Por un lado, la Universidad da respuesta a la primera de las recomendaciones argumentando lo siguiente:

“La Universidad ha entendido, desde su planteamiento inicial, el Grado de Comunicación Publicitaria y el concepto de Publicidad desde una perspectiva integradora. Es por ello que determinados aspectos relacionados con un enfoque teórico concreto de la comunicación se establecen de manera transversal en el catálogo de asignaturas obligatorias y optativas.

Las diferentes teorías de la comunicación humana, en una consideración amplia de su conocimiento, desde el acto de comunicación analizado en las funciones del lenguaje hasta las principales escuelas que analizan y estudian el hecho comunicativo, se estudian en este grado en varias asignaturas.

*En la asignatura **Habilidades comunicativas**, gran parte del temario se centra en estudiar la comunicación verbal, la no verbal y la comunicación emocional. Esta asignatura de carácter transversal es fundamental para la puesta en marcha de estos estudios, y es por ello que los conocimientos básicos relacionados con el hecho comunicativo se trabajan intensamente en la misma, desde el punto de vista tanto teórico como práctico.*

*En segundo curso, el Grado ofrece la asignatura **Evolución y perspectiva histórica**, en la que se hace un detallado recorrido por los procesos comunicativos a través de la historia. Esta asignatura repasa las principales corrientes de comunicación publicitaria desde la Edad Media hasta nuestros días. Por otra parte, la asignatura, también de segundo, **Técnicas y estrategias de la comunicación** analiza las teorías generales de la comunicación, prestando especial atención al estudio científico de la misma, las distinciones terminológicas, las principales áreas de estudio de la comunicación humana, las funciones del lenguaje, los modelos de comunicación, las principales teorías modernas de la comunicación, con lo que el contenido de esa posible asignatura, Teoría de la comunicación, se distribuye en las tres expuestas.*

*Por otro lado, en la asignatura **Opinión pública** se integra la aplicación de los conocimientos al concepto de opinión pública como vehículo transmisor de la comunicación en general, por lo que se profundiza aún más en las teorías de la comunicación”.*

- Y, por otra parte, la respuesta a la segunda de las recomendaciones ha sido la siguiente:

“En el momento actual de implantación de la titulación se cuenta con un claustro total de 16 profesores (curso 14-15) de los cuales 9 son doctores, lo que representa un 56% del total. Este porcentaje supera el establecido en la memoria del grado, si bien es verdad que el número de profesores total está dos profesores por debajo de lo establecido en la misma. Del

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA TERESA ACOSTA TEJERA - DIRECTORA GENERAL

Fecha, 18/03/2016 - 14:25:24

En la dirección https://sede.gobcan.es/seda/verifica_doc puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
0vqhqY308BjzRtdV0XD81Aku9732YPJak



El presente documento ha sido descargado el 21/03/2016 - 07:29:35

total de doctores, el 56% está acreditado bajo la figura de Profesor Contratado Doctor y el 33% se encuentra ya en proceso de obtener esta acreditación.

El CGT está a la espera de los datos finales tras la completa implantación de la titulación, a los efectos de valorar la presentación de una modificación que afectaría al número de plazas disponibles y, si fuera preciso, al número total de profesores necesarios”.

En relación a esta segunda recomendación de la ANECA se quiere resaltar que el número de Doctores con Acreditación positiva de la ACCUEE o ANECA deberá ser del 60%, y en función de la respuesta que la Universidad ha expresado, esta cuestión será de especial atención en futuros seguimientos.

Por tanto, se cumple con este criterio.

CRITERIO 5: Se han revisado las propuestas de mejoras o valoraciones cualitativas establecidas en el informe definitivo de la ACCUEE según lo establecido en el Decreto 168/2008.

VALORACIÓN:

CUMPLE

NO CUMPLE

En el informe de Requisitos de la Agencia Canaria de Calidad Universitaria de Evaluación Educativa (ACCUEE) emitido durante el proceso de implantación del Grado en Comunicación Publicitaria de la Universidad Europea de Canarias, se indicaron subsanaciones y consideraciones a los requisitos siguientes:

REQUISITO 1. PLENA INTEGRACIÓN SOCIAL

REQUISITO 2. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA SOCIAL

REQUISITO 8. FLEXIBILIDAD Y CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DE LAS NUEVAS NECESIDADES

Se constata que el Título ha desarrollado acciones para dar respuesta a dichas propuestas establecidas en el informe definitivo de la Agencia, ampliando así la información de dichos requisitos.

Por consiguiente, se cumple con este criterio.

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA TERESA ACOSTA TEJERA - DIRECTORA GENERAL

Fecha: 18/03/2016 - 14:25:24

En la dirección https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
0vqhgY308BjzRt.dV0XD81Aku9732YPJk



El presente documento ha sido descargado el 21/03/2016 - 07:29:35