Informe final de evaluación de la solicitud para la verificación de un Título oficial de Grado o Máster

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Publicidad y Marketing Digital por la Universidad Loyola Andalucía
Universidad solicitante	Universidad Loyola Andalucía
Centro/s	• Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (Sede de Córdoba) • Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (Sede de Sevilla)
Universidad/es participante/s	Universidad Loyola Andalucía
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

La Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía (ACCUA), ha procedido a evaluar el Plan de Estudios que conduce al Título universitario oficial arriba citado, de acuerdo con lo establecido en el artículo 26 del RD. 822/2021, de 28 de septiembre.

La evaluación del plan de estudios ha sido realizada por la Comisión de Evaluación de la Rama de Conocimiento de Ciencias Sociales y de la Educación a la que se asignó el título, formada por personas expertas del ámbito académico nacional e internacional, profesionales y estudiantes. En caso de que haya sido necesario, en dicha evaluación también han podido participar personas expertas externas a la Comisión que aportan informes adicionales a la misma.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado el Plan de Estudios de acuerdo con los criterios recogidos en la Guía de apoyo para la elaboración de la memoria verificada de títulos oficiales (Grado y Máster), haciendo una propuesta de informe a la Comisión de Emisión de Informes.

De acuerdo con el procedimiento legalmente establecido, cumplido el trámite de alegaciones por la Universidad, la Comisión de Emisión de Informes, reunida en sesión ordinaria, emite un informe de evaluación FAVORABLE con aspectos que serán de especial seguimiento en la implantación del título.

Motivación:

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título

El Grado en Publicidad y Marketing Digital por la Universidad Loyola Andalucía corresponde a un nuevo título de carácter presencial, del ámbito de conocimiento de Periodismo, Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (Sede de Sevilla) y a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (Sede de Córdoba), correspondiendo su coordinación a la primera, impartido en idioma español y con 240 ECTS, distribuidos en 60 ECTS básicos, 12 de Prácticas Académicas Externas, 18 optativos, 141 obligatorios y 9 ECTS de Trabajo Fin de Grado.

Se ofertan 120 plazas de nuevo ingreso, distribuyéndose en 60 plazas para cada una de las dos sedes.

Se ha definido el número mínimo de créditos de matrícula por estudiante y período lectivo, lo que permite a los estudiantes cursar estudios a tiempo parcial, asimismo, la normativa de permanencia es coherente con las características del título.

El título oferta dos aspectos destacados dentro de la comunicación: publicidad y marketing digital. Ambos son tratados a lo largo del título correctamente. Se aprecia coherencia académica entre la denominación del título universitario oficial de Grado y los objetivos formativos, así como la estructura y contenidos fundamentales del plan de estudios.

Se justifica el interés académico y profesional del título propuesto dentro del contexto de la universidad proponente.

Los objetivos formativos descritos están en sintonía con el título del grado y su desarrollo. Están bien redactados y son claros.

Se incluye un listado de perfiles profesionales para los que estarían capacitados los egresados.

2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje

La memoria recoge 11 conocimientos o contenidos, 5 competencias y 9 habilidades o destrezas que explican cómo se transformará la enseñanza en aprendizaje para los alumnos. Están redactados de forma clara y precisa y cada uno de los resultados de aprendizaje figura relacionado con su clasificación. Son generales y académicamente relevantes y significativos en la definición del proyecto formativo de la titulación y se puede garantizar la adquisición por todo el estudiantado a través de las materias estipuladas en el plan de estudios. Son también evaluables y cuantitativamente correctos.

3. Admisión, reconocimiento y movilidad

Se incluye la información que garantiza la información transparente y accesible sobre los procedimientos de admisión, y sobre los sistemas de orientación al estudiantado. Se define el perfil de ingreso recomendado. Se indican los requisitos mínimos de acceso y los procedimientos de admisión, teniendo en cuenta al estudiantado con discapacidad o necesidades específicas. Se incluyen pruebas específicas de ingreso que contemplan entrevista personal, pruebas genéricas psicotécnicas, de conocimientos generales y de competencias y
pruebas de nivel de inglés, por acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad.

Se incluye el texto sobre la normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la universidad.

Se contemplan reconocimientos por experiencia laboral, hasta un total de 12 créditos. Así como el reconocimiento hasta 42 ECTS por estudios superiores no universitarios. Sin embargo, en la propia memoria se indica que hasta el momento la Comunidad Autónoma Andaluza no ha firmado ningún convenio con el sistema universitario andaluz para estos reconocimientos. Las titulaciones a considerar son la de Técnico Superior en Diseño y Gestión de la Producción Gráfica, Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia, Técnico Superior en Marketing y Publicidad, Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, Técnico Superior en Comercio Internacional, Técnico Superior en Producción de Audiovisuales y Espectáculos, y Técnico Superior en Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos.

Se detalla el procedimiento general de la Universidad Loyola para la movilidad, donde se especifican los países con los que la Universidad Loyola Andalucía mantiene intercambios académicos y los procedimientos para garantizar la calidad de los programas de movilidad. Se indica el enlace a la web del servicio de relaciones internacionales de la universidad donde se encuentra la normativa genérica de aplicación en la universidad, así como los enlaces con las universidades con las que se tiene convenio para la movilidad de estudiantes de esta titulación.

Aspecto que será de especial seguimiento:

- Será objeto de especial seguimiento los acuerdos de la Comunidad Autónoma Andaluza con el sistema universitario andaluz para comprobar que se llegue a la firma del convenio con la Universidad Loyola Andalucía para el reconocimiento de hasta42 créditos señalados con los títulos de Técnico Superior en Diseño y Gestión de la Producción Gráfica, Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia, Técnico Superior en Marketing y Publicidad, Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, Técnico Superior en Comercio Internacional, Técnico Superior en Producción de Audiovisuales y Espectáculos, y Técnico Superior en Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos.

4. Planificación de las enseñanzas

El título se ha estructurado teniendo en cuenta tres niveles de concreción curricular: módulos, materias y asignaturas. El número de ECTS para cada asignatura, materia y módulo está justificado. La organización temporal es adecuada para la modalidad presencial establecida. Los resultados de formación y contenidos se establecen para cada una de las materias, así como las actividades formativas, su grado de presencialidad, las metodologías docentes y los sistemas de evaluación.

Se han definido mecanismos de coordinación de la titulación en los que participa el equipo decanal, el coordinador de la titulación y coordinadores de curso. Las funciones de coordinación son coherentes con las características del plan de estudios y las prácticas académicas.

Se establecen 12 tipos de actividades formativas, 4 metodologías docentes y 11 sistemas de evaluación.

5. Personal académico y de apoyo a la docencia

El perfil del profesorado con el que se cuenta actualmente es adecuado, pero insuficiente, tal y como se indica en la Memoria, pues solo cubre la docencia de 330 créditos, a través de 26 profesores. La Memoria recoge la necesidad de ampliar el profesorado mediante 17nuevas contrataciones para poder atender otros 269 créditos de docencia. Se incluye el compromiso de contratación del profesorado necesario para el título, firmado por el Rector de la universidad, así como el calendario para las contrataciones.

Se valora positivamente el perfil de los tutores de prácticas.

Entre el personal de apoyo a la docencia se destaca el perfil de 4 técnicos audiovisuales, que resultarían suficientes para atender únicamente a esta titulación, pero que, sin embargo, deben atender otras titulaciones del ámbito de la Comunicación. Es por ello que se declara el compromiso de aumentar las contrataciones de personal técnico audiovisual requerido conforme se vayan implantando los sucesivos cursos del grado.

Aspecto que será de especial seguimiento:

- Será objeto de especial seguimiento la contratación de profesorado durante los próximos cursos y que cumpla con las características indicadas en la memoria, concretamente, garantizando un adecuado perfil docente e investigador. Y de igual forma con el personal técnico audiovisual.

6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales, prácticas y servicios

Los medios materiales y servicios de la universidad son adecuados para garantizar la adquisición de conocimientos o contenidos, competencias y habilidades o destrezas y el desarrollo de las actividades formativas planificadas, observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos.

Se desarrolla la organización de las prácticas externas, incluyendo los convenios de cooperación educativa con organizaciones del ámbito de la comunicación para la realización de las Prácticas. Son adecuados y suficientes los convenios o compromisos suscritos con organizaciones que pueden acoger a estudiantes, y la naturaleza de estas entidades se ajusta a la formación que se ofrece y a los perfiles profesionales que se busca en los egresados.

7. Calendario de implantación

Se indica el curso 2023-24 como fecha de inicio de la implantación del nuevo título, culminándose en el curso 2026-27, a curso por año. Dicha implantación supone la extinción correlativa, año a año, del título de grado actual en Comunicación, que ya no admitirá estudiantes de nuevo ingreso desde 2023-24. Se establecen asignaturas que pueden ser reconocidas en el caso de paso del estudiante de un grado (a extinguir) a otro (de nueva implantación).

Se extingue:

2502826-14010439 Graduado o Graduada en Comunicación por la Universidad Loyola Andalucía-Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (Sede de Córdoba)

2502826-41016115 Graduado o Graduada en Comunicación por la Universidad Loyola Andalucía-Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (Sede de Sevilla)

8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

Los responsables del SIGC están descritos en el capítulo "2. Responsables Del Sistema De Garantía De Calidad" del SIGC, y se estructuran a tres niveles: 1) Nivel general de la Universidad, 2) Nivel de Centro y 3) Nivel del Título.

La política de calidad está referida en el apartado ‘3.2.1. Política de calidad del Título’ del capítulo "3. El Manual de Calidad" del SIGC.

El SIGC cuenta con los siguientes procesos documentados:

1. Análisis del Rendimiento Académico.

2. Evaluación de la Satisfacción Global del Título.

3. Sugerencias y Reclamaciones.

4. Evaluación y Mejora de la Calidad de la Enseñanza y el Profesorado.

5. Análisis de los Programas de Movilidad.

6. Evaluación de las Prácticas Externas.

7. Difusión del Título.

8. Evaluación de la Inserción Laboral de los Graduados y de la Satisfacción con la Formación Recibida.

9. Recogida de Información Complementaria sobre la Calidad del Título.

10. Sistema de Revisión y Mejora Continua.

11. Criterios y Procedimientos Específicos en el Caso de Extinción del Título.

Que garantizan:

- Gestión documental, uso de la información y análisis de resultados.

- Diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos.

- Criterios específicos en el caso de extinción del título.

- Procedimientos asociados a la gestión de recursos docentes.

- Procedimiento de evaluación de la calidad de la actividad docente.

- Procedimiento de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza.

- Procesos de identificación de necesidades.

- Procedimientos de comunicación y coordinación con los órganos universitarios competentes.

- Los procesos asociados a la adquisición y gestión de recursos materiales y servicios propios del Título/Centro.

- Metodologías de enseñanza y evaluación de los aprendizajes.

- Gestión de prácticas académicas externas y movilidad.

- Análisis de la inserción laboral de las personas graduadas y de la satisfacción con la formación recibida por parte de las personas egresadas.

- Análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantado, personal académico y de administración y servicios y agentes externos).

- Análisis de las sugerencias y reclamaciones recibidas.

- Procedimiento para la evaluación y mejora de las acciones de orientación académica y profesional.

- Procedimiento para la evaluación y mejora de los procedimientos de asignación, supervisión y evaluación de los trabajos fin de grado (TFG).

A través del procedimiento “7. Difusión del Título” se identifican los medios de información pública.

En Córdoba, a 03/05/2023

LA DIRECCIÓN

P.S. EL COLABORADOR TÉCNICO DE LA AGENCIA PARA LA COORDINACIÓN DEL ÁREA DE ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
(art. 20.3 de los Estatutos aprobados por Decreto 17/2023, de 14 de febrero. BOJA n.º 39 de 27 de febrero de 2023)

Fdo.: José Gutiérrez Pérez